



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN**

**TESIS
“ESTUDIO SOBRE HABITOS, ACTITUDES E
IMAGEN DE LA CADENA PRODUCTIVA DEL
QUESO EN EL CONSUMIDOR DE LA PROVINCIA
DE HUARAL”**

**PARA OPTAR AL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

Autor:

Bach. Unzueta Caycho Javier Augusto

Asesor:

Mg. Heredia Llatas Flor

Línea de Investigación:

Emprendedurismo y planes de negocio

Pimentel – Perú – 2016

RESUMEN

En la Provincia de Huaral, no existen estudios vinculados a hábitos, actitudes e imagen que tiene el consumidor local con relación al queso. Se desconoce la frecuencia de compra, lugar de compra y la razón que motiva el consumo.

También desconocemos la imagen que tiene acerca del queso y condiciones actuales de comercialización, y de cómo esta influencia en la decisión de compra.

El problema de la investigación se sustenta en la pregunta: ¿Cuál es el comportamiento del consumidor de queso en el poblador de la Provincia de Huaral, para determinar un patrón de consumo en relación a los hábitos, actitudes e imagen que tienen de este producto?

Conocer las necesidades del consumidor de queso en Huaral, se constituye en una herramienta del marketing ya que a partir de ella se plantean las estrategias a implementar para elevar su consumo. Por tanto el objetivo de la investigación es identificar el patrón de consumo de queso.

El estudio tiene la siguiente hipótesis general “El patrón de consumo de queso en el poblador de la Provincia de Huaral en relación a los hábitos, actitudes e imagen que tienen de este producto es conocido y aporta datos para mejorar su producción”.

La investigación corresponde al diseño no experimental, transeccional y de carácter descriptivo. Está constituido por 38,848 familias representadas por los distritos de Huaral, Chancay, Aucallama y Acos; el tamaño de la muestra será de 400 familias.

La recolección de la información será mediante encuestas, entrevistas y cuestionarios directamente a consumidores de queso.

Para procesar la información se utilizará el Software estadístico SPSS 18. Los resultados se presentaran en Cuadros y Gráficos.

Palabras claves: Marketing, hábitos, queso, consumidor, estrategias, percepción, patrón, actitudes, competitividad y motivaciones.

ABSTRACT

In the Province of Huaral, no studies related to habits, attitudes and image that have the local consumer in relation to cheese, unknown frequency, buy and motivates the consumption.

Also know the image you have about the cheese and current marketing conditions, and how this influence in purchasing decisions.

The research problem is based on the question: ¿What is the behavior of the consumer of cheese in the population of the Province of Huaral, to determine a pattern of consumption in relation to habits, attitudes and image they have of this product?

Meet consumer needs Huaral cheese, constitutes a marketing tool since from it arise to implement strategies to increase consumption. Therefore, the objective of the research is to identify the pattern of consumption of cheese.

The study has the following general hypothesis "The pattern of consumption of cheese in the resident of the Province of Huaral in relation to the habits, attitudes and image they have of this product is known and provides data to improve production".

The research corresponds to the non-experimental design, transactional and descriptive. It consists of 38,848 families represented by Huaral districts, Chancay, Aucallama and Acos the sample size is 400 families.

The data collection will be through surveys, interviews and questionnaires directly to consumers in cheese.

To process the information will be used SPSS 18 statistical software and the results are will be presented in tables and graphs.

Keywords: Marketing, habits, cheese, consumer, strategies, perception, pattern, attitudes, competitiveness and motivations.

