



FACULTAD DE HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**TESIS DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS QUE DEFINEN AL
CONSUMIDOR DEL SUPERMERCADO METRO SANTA ELENA –
CHICLAYO, EN CUANTO A SUS NIVELES SOCIOECONÓMICOS Y A LOS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN, DE ACUERDO A LOS ESTILOS DE VIDA
DE ARELLANO, 2011.**

AUTORES:

GALVEZ ORDERIQUE, Johanna Lizet.

MUNDACA ARRIOLA, Fiorella del Carmen

PIMENTEL – PERÚ

2011

Resumen

Investigación denominada “Estudio de las características que definen al consumidor del supermercado Metro Santa Elena – Chiclayo, en cuanto a sus niveles socioeconómicos y a los medios de comunicación, de acuerdo a los estilos de vida de Arellano, 2011. Investigación cualitativa y cuantitativa con diseño transversal descriptivo que nos permitió determinar características de acuerdo a los Estilos de Vida en el Perú que establece Rolando Arellano Cueva, Especialista en Marketing Social y Cuantitativo. Esta investigación se basó en la utilización de técnicas como la encuesta y una ficha de observación, de modo que se pudo recolectar una serie de datos que determinó como primer resultado que la asistencia de consumidores en su mayoría está dentro del grupo de los consumidores Sensoriales, por tanto poseen las siguientes características: hombres y mujeres de dos grupos diferentes, formado por jóvenes de 18 y 34 años, y el otro entre los 50 y 66 años, pertenecientes al nivel socioeconómico B, en segundo encontramos consumidores que pertenecen al grupo de las Conservadoras, que son de nivel socioeconómico C y se caracterizan por tener cierta orientación a la familia lo mismo que influye en su decisión al momento de la compra, y por último, en tercer lugar tenemos a las Trabajadoras que son mujeres jóvenes que pasan mayor tiempo trabajando lo cual determina que su forma de pensar y actuar sean moderno. Gran mayoría de estas mujeres buscan la manera de salir adelante para mejorar su situación económica.