



**UNIVERSIDAD  
SEÑOR DE SIPÁN**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**TESIS DE GRADO PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
DENOMINADA:**

**ESTUDIO DE HÁBITOS, CREENCIAS, ACTITUDES Y  
COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR INFORMAL DE  
LA REGIÓN LAMBAYEQUE, DENTRO DE UN MERCADO  
GLOBALIZADO**

**AUTORES:**

**MIGUEL ÁNGEL CASTRO CASTRO  
RÓMULO MANUEL GUTIÉRREZ CELIS**

**PIMENTEL – PERÚ**

**2009**

## Resumen

En un mundo globalizado, existe diversidad en la hábitos de consumo de las personas, muchas veces esta necesidad de demandar productos y servicios, están en base a creencias propias de la cosmovisión de una sociedad o de las actitudes de las personas ante la reacción a estímulos externos que motivan su comportamiento al consumo en su afán de satisfacer ya no un estímulo sino una necesidad. Realizando una segmentación de los consumidores, encontramos que existen factores de diferenciación en la manera de cómo se adquieren los productos y servicios dentro de una oferta diversa y amplia. Uno de estos factores, está fundada en la “economía de las naciones” y su incidencia en la “teoría del consumo”, a la cual se suma ahora una nueva tendencia basada en la “teoría de la globalización”. En este estudio, fundamentalmente vamos a analizar, el consumo de raíces informales, de la región Lambayeque y su comportamiento dentro de una oferta global, más segmentada, mejor dirigida, con objetivos claros, flexible, con publicidad masiva, focalizada dentro de una geografía también segmentada y accesible al consumo formal e informal; es decir, que en las economías de las naciones, las diversas maneras de consumo, pueden interrelacionarse una con otra, generando efectos importantes en sus PBI (Producto Bruto Interno), y en la manera como se genera valor en las empresas que brindan la oferta de consumo.