



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y MARKETING**

**“PERFIL DEL CONSUMIDOR DE
RESTAURANTES TEMÁTICOS: CASO RUSTICA,
LIMA, 2021”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Marketing

Autor:

Mayra Ruth Sifuentes Salcedo

Asesor:

Mg. Franklin Cordova Buiza

<https://orcid.org/0000-0002-7623-7472>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1	CLAUDIA AMPARO TORRES LINARES	40423086
Presidente(a)	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	PAOLA ROSSANA ZEVALLOS CORDOVA	40070175
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	ROSA D. PEDROZA SAN MIGUEL	45807238
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE RESTAURANTES TEMÁTICOS: CASO RUSTICA, LIMA, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	3%
2	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	2%
3	edoc.pub Fuente de Internet	1%
4	hdl.handle.net Fuente de Internet	1%
5	www11.urbe.edu Fuente de Internet	1%
6	edutec.es Fuente de Internet	1%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 1%

Tabla de contenido

Jurado evaluador	2
Informe de similitud	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Tabla de contenido	6
Índice de tablas	7
Índice de figuras	8
Resumen	9
Capítulo I: Introducción	10
Capítulo II: Metodología	15
Capítulo III: Resultados	17
Capítulo IV: Discusión y Conclusiones	24
Referencias	28
Anexos	32

Índice de tablas

Tabla 1 Género	17
Tabla 2 Edades	17
Tabla 3 Ingreso Mensual y Distrito	19
Tabla 4 Personalidad y Estilos de vida.....	21
Tabla 5 Modo de consumo	22

Índice de figuras

Figura 1. Ocupación Principal	18
Figura 2. Actividades ratos libres	20
Figura 3. Redes sociales	20
Figura 4. Ocasiones de consumo	22
Figura 5. Gasto de consumo	23
Figura 6. Beneficios de Consumo	23

RESUMEN

El sector turístico ha mostrado un gran interés en el desarrollo de la gastronomía ya que contribuye al desarrollo sostenible y es un atractivo clave para los visitantes. Estudiar el perfil del consumidor implica analizar los factores que influyen en la toma de decisiones de un individuo a la hora de realizar una compra. Esta investigación buscó identificar el perfil del consumidor de los restaurantes temáticos, tomando como referencia el restaurante Rustica, ubicado en Lima, la capital del Perú. Es una investigación descriptiva de diseño no experimental, constituida por una muestra de 385 consumidores, a los que se les aplicó la técnica de encuesta con su instrumento cuestionario. Los resultados mostraron que el perfil de los consumidores está conformado por estudiantes universitarios y adultos jóvenes, residentes en barrios cercanos a los restaurantes; entre 18 a 25 años, donde destacan la importancia de la calidad del servicio y el precio, además, navegan por Internet, teniendo a Facebook e Instagram como sus redes sociales favoritas. Se concluye que conocer el perfil del consumidor permite generar estrategias de marketing más exitosas en busca de la satisfacción del cliente.

PALABRAS CLAVES: Perfil del consumidor, Demográfica, Psicográfica y Conductual.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto**, por determinación de los propios autores amparados en el Texto Integrado del Reglamento RENATI, artículo 12.

Referencias

- Arce-Urriza, M., & Cebollada-Calvo, J. J. (2011). Una comparación del comportamiento del consumidor en los canales online y offline: sensibilidad al precio, lealtad de marca y efecto de las características del producto. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 102-111.
- Betancourt, J, & Aldana, L, & Gómez, G (2014). Servicio, ambiente y calidad de restaurantes en Bogotá. Estudio comparativo de empresa familiar y empresa no familiar. *Entramado*, 10(2),60-74.
- Carpio, A; Hanco, M; Cutipa, A et al., (2019). Estrategias del marketing viral y el posicionamiento de marca en los restaurantes turísticos de la Región de Puno. <http://dx.doi.org/https://doi.org/10.33595/2226-1478.10.1.331>
- Cadena, J; Vega, A; Real, I; et al., (2016). Medición de la calidad del servicio proporcionado a clientes por Restaurantes en Sonora, México. *Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias*, V(17),41-60.
- Chaparro-Africano, A. M., & Garzón-Méndez, J. D. (2021). Consumer profile and factors determining the purchase of agroecological products. A case study: UNIMINUTO Agroecological Fair and Minuto de Dios Solidarity Market, Colombia. *Agronomía Colombiana*, 39(2), 265-281.
- Chrysochoidis, G. (2000). Repercussions of consumer confusion for late introduced differentiated products. *European Journal of Marketing*, 34(5/6), 705-722.

- Gantiva, C; Rodríguez, M; González, M y Maldonado, A. Perfil de personalidad en consumidores moderados y excesivos de sustancias psicoactivas. *Psicología desde el Caribe* [en línea].
- Estrada, E. M. R., & Tavira, E. G. (2015). Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. *Análisis y reflexión teórica. Ciencia y sociedad*, 40(2), 307-340.
- Gutiérrez Puebla, J., Carrera Sánchez, M. D. C., & Chicharro Fernández, E. (2003). Grandes centros comerciales y de ocio en la periferia de Madrid: perfil y comportamiento de los consumidores. *Servicios y Transportes en el Desarrollo Territorial de España* (2003), p 101-115.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. D. P. (2010). *Metodología De La Investigación* 5ta Edición. Pdf.
- Hernández. [Universidad de Celaya]. (2013) Dr. Roberto Hernández Sampieri. *Las hipótesis*.
- Hoyer (2012). *Comportamiento del consumidor*. Texas: South Western. p. 3
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler P. & Keller K. (14e). (2012). *Dirección de marketing*, Mexico, Pearson.
- Kleinefenn, A; Puebla, J; Wehrhahn, R; et al., (2001). El perfil de los consumidores en los grandes centros comerciales y de ocio de la periferia de Madrid. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (31), 61-85.
- La Republica (2019). El 65% de jóvenes menores de 24 años prefieren estudiar y trabajar en el exterior.

- Mané, Alexandra, Ferreira, Lissa. El Perfil Del Consumidor De Hostel En Brasil Y Sus Motivaciones. Estudios y Perspectivas en Turismo [en línea].
- Melo Vega, E. A. (2018). Perfil Del Consumidor Del Restaurante Amkha Perú De Trujillo, 2018.
- Novillo Maldonado, E. F. (2012). Estudio del perfil de consumidores en las cadenas de supermercados de la ciudad de Machala propuesta de modelo de Fidelización (Master's thesis).
- Piotrowska, M. (2017). Impacto del comportamiento del consumidor en la seguridad financiera de los hogares en Polonia. *Contaduría y administración*, 62(2), 461-504.
- Rojas Vásquez, D. V. (2019). Perfil del consumidor de productos alimenticios saludables en la ciudad de Trujillo, en el año 2018.
- Safraid, G. F., Portes, C. Z., Dantas, R. M., & Batista, Â. G. (2022). Perfil do consumidor de alimentos funcionais: identidade e hábitos de vida. *Brazilian Journal of Food Technology*, 25.
- Salazar-Ordóñez, M., Córdón-Pedregosa, R., & Rodríguez-Entrena, M. (2019). A consumer behaviour approach to analyse handmade and locally made agrifood products in Western Honduras. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 18(1380-2019-013), 5-27.
- Schiffman, L; Lazar, K., *Comportamiento del consumidor*, 10 ed, 2010.
- Schnettler, B; Mora, M; Mills, N; et al., (2012). Tipologías de consumidores según el estilo de vida en relación a la alimentación: un estudio exploratorio en el sur de Chile. *Revista chilena de nutrición*, 39(4), 165-172.<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-75182012000400009>

- Sirohi, N., McLaughlin, E. W., & Wittink, D. R. (1998). A model of consumer perceptions and store loyalty intentions for a supermarket retailer. *Journal of retailing*, 74(2), 223-245.
- Toro Jaramillo, J & Parra Ramírez, R. Método y conocimiento: metodología de la investigación: investigación cualitativa/investigación cuantitativa. Universidad Eafit.
- Tozatti Roque, P., & Tozatti Ficagna, F. (2021). Perfil Sociodemográfico Do Consumidor De Alimentos Orgânicos No Brasil: Uma Revisão Sistemática. *Revista Eletrônica Estácio Saúde*, 10(02).
- Vera, J, & Trujillo, A (2009). El Papel de la Calidad del Servicio del Restaurante como Antecedente de la Lealtad del Cliente. *Panorama Socioeconómico*, 27(38),16-30.
- Wakefield, K. L., & Inman, J. J. (2003). Situational price sensitivity: the role of consumption occasion, social context and income. *Journal of Retailing*, 79(4), 199-212.