



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Gestión Comercial

“Factores psicológicos en la decisión de compra:
Una revisión de la Literatura”

Trabajo de investigación para optar al grado de:

Bachiller en Administración y Gestión Comercial

Autores:

Alexander Paul Herrada Toledo

Karen Flores Ramírez

Gonzalo Fernando Jesús García Maticorena

Elisa Katherine Ellen Morillo

Ruby Roxana Chávez Campos

Asesor:

Dr. Mg. Lic. Emilio Soriano Paredes

Trujillo - Perú

2018

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

El asesor Dr. Mg. Lic. Emilio Soriano Paredes, Docente de la Universidad Privada del Norte, Facultad de Negocios, Carrera profesional de Administración y Gestión Comercial, ha realizado el seguimiento del proceso de formulación y desarrollo de la investigación del(os) estudiante(s):

- Herrada Toledo, Alexander Paul
- Flores Ramírez, Karen
- García Maticorena, Gonzalo Fernando Jesús
- Ellen Morillo, Elisa Katherine
- Chávez Campos, Ruby Roxana

Por cuanto, **CONSIDERA** que el trabajo de investigación titulado: Factores psicológicos para la decisión de compra: Una revisión de la literatura, para aspirar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones adecuadas, por lo cual **AUTORIZA** al(los) interesado(s) para su presentación.



Dr. Mg. Lic. Emilio Soriano Paredes

Asesor

TABLA DE CONTENIDO

ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	2
ACTA DE EVALUACIÓN DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
ÍNDICE DE TABLAS.....	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I INTRODUCCIÓN	10
CAPÍTULO II METODOLOGÍA	14
2.1. Selección de estudios	14
2.2. Codificación de datos	15
CAPÍTULO III RESULTADOS	16
CAPÍTULO IV DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	22
4.1. Discusión.....	22
4.2. Conclusiones.....	25
REFERENCIAS.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Fuentes de información y herramientas	15
Tabla 2: Fuentes de investigación acerca de los factores internos psicológicos en la decisión de compra	16
Tabla 3: Dimensiones de los factores internos psicológicos	18
Tabla 4: Percepción en la decisión de compra	19
Tabla 5: Motivación en la decisión de compra	19
Tabla 6: Aprendizaje en la decisión de compra	20
Tabla 7: Personalidad en la decisión de compra.....	20
Tabla 8: Actitud en la decisión de compra.....	21

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proceso de codificación de datos15

RESUMEN

El presente trabajo de investigación recopila información de diversos autores con objetivo describir los factores psicológicos en la decisión de compra.

La metodología de la presente investigación es del tipo descriptivo, muestra no probabilística, con un diseño no experimental y corte transversal. Los documentos científicos utilizados después de haber pasado por todos los filtros, dan un resultado de veinticuatro, las cuales son para el uso de la introducción y los resultados.

Con los resultados obtenidos, se puede comprobar que existe un vacío teórico respecto al análisis de los factores psicológicos en la decisión de compra. De todas las investigaciones realizadas, el factor que menos se estudia es la personalidad del consumidor, en donde la que más aborde y comentarios expone es la de percepción. Esto indica que la percepción es el ítem o dimensión que presenta el nivel más alto para que los demás factores.

PALABRAS CLAVES: Factores internos, comportamiento del consumidor, factores psicológicos, motivación, percepción.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.

REFERENCIAS

- Almeida Colaferro, C., & Crescitelli, E. (2014). A Contribuição do Neuromarketing para o Estudo do Comportamento do Consumidor. *BBR - Brazilian Business Review*, 11 (3), 130-153.
- Altamirano Flores, M. E. (2016). *Los elementos del Layout y su influencia en la decisión de compra del consumidor del retail moderno en los hipermercados en la ciudad de Trujillo en el año 2016*. Trujillo, La Libertad, Perú: (Tesis de Grado) Facultad de Administración y Marketing, Universidad Privada del Norte.
- Alvarado de Marsano, L. (2013). *Brainketing: el marketing es sencillo; conquistar el cerebro de las personas es lo difícil*. Lima, PERÚ: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Alvarado, R., Nicolás, Y., Contreras Cuentas, M. M., & Mendoza Fernández, D. L. (2016). The handcraft market practices of the wayú indians in Riohacha (La Guajira, Colombia): A study ethnographic. *Pensamiento & Gestión*, (41), 262-288.
- Álvaro Benítez, D. (2014). Comportamiento, motivación y satisfacción turística en Segovia.
- Alves Júnior, C. (2015). *Comércio eletrônico e a influência no comportamento consumidor no turismo*. São Cristovao, Sergipe, Brasil: (Disertación de Maestría) Programa de Posgrado en Economía. Universidade Federal de Sergipe.
- Amado Vidal, K. M. (2011). Propuestas estratégicas de marketing para la exportación de artesanía de cerámica de Ayacucho hacia Nueva York-Estados Unidos de América.
- Amaya Garcia, R. K., García Hernández, R. I., & Mejía Portillo, E. Y. (2007). Diseño de un plan de distribución y promoción para identificar y satisfacer las tendencias más recientes en el mercado de las artesanías producidas por el Centro de desarrollo de la mujer de Apopa (CDMA) (Doctoral dissertation, Universidad de El Salvador).
- Barden, P. (2014). *Decodificado: la ciencia subyacente a por qué compramos*. México, D.F., MX: Grupo Editorial Patria.
- Berenguer Contrí, G., & Gómez Borja, M. Á. (2006). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona, España: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.
- Borrás i Català, V. (2004). *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Bran, C. E. Descripción del perfil del consumidor de origen guatemalteco que reside en la ciudad de Los Ángeles, California para las artesanías guatemaltecas.
- Bruneau Valenzuela, J., & Marques de Mello, C., & Vieira, F. (2009). Consumidores: Una Reflexión sobre los Aspectos de la Cultura del Consumo. *Revista de Administração da Unimep*, 7 (1), 105-121.
- Caballero Moreno, P. (2012). *Cómo vender a través de los colores: Influencia de los colores en la toma de decisiones de compra de los consumidores en los distritos de Trujillo y Víctor Larco Herrera*. Trujillo, La Libertad, Perú: (Tesis de Grado) Universidad Privada del Norte.
- Calpa, A. C. S., Manrique, G. A., & Rendón, J. C. M. (2017). Psicología del Consumidor. Documentos de Trabajo ECACEN, (2).
- Canchala Cárdenas, K. N. (2014). *Análisis de los factores que inciden en la decisión de compra de los jóvenes de la ciudad de Tulcán, frente al mercado oferente de ropa casual de Ipiales*. Tulcán, Ecuador.
- Carreño Arguello, G., & Quintero Arias, C. (2014). Estudio de mercado de la artesanía en Bogotá.
- Carvalho de Mesquita, J., & Lara, J. (2007). O preço como fator de diferenciação: análise do setor supermercadista. *Revista de Administração - RAUSP*, 42 (1), 42-51.
- Chimpén Aldana, C. (2016). *Factores que influyen en la decisión de compra de los clientes a través de las estrategias de marketing con redes sociales en el sector repostero*. Chiclayo, Lambayeque, Perú: (Tesis de Grado). Escuela de Administración de Empresas. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

- Cohen, M. (2006). *El comportamiento del consumidor: quienes son, por qué compran y cómo se puede anticipar cada uno de sus movimientos*. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.
- Cornejo Guerra, M. &. (2016). *Impacto de la publicidad comercial de las tiendas de retail en la decisión de compra de los consumidores, caso: Centro Comercial Real Plaza Chiclayo – 2015*. Chiclayo, Lambayeque, Perú: (Tesis de grado) Facultad de Ingeniería Comercial. Universidad Privada Juan Mejía Baca.
- Cusme Bautista, Z. (2016). Segmentación del mercado meta para las artesanías esmeraldeñas en el Aeropuerto Coronel Carlos Concha Torres (Doctoral dissertation, Ecuador PUCESE-Escuela de Comercio Exterior).
- D'Amico, L. (1991). Artesanía e identidad cultural: Una cuestión de historia, ideología y elección.
- De La Cruz Alvarez, M. K. (2016). *Factores que determinan el comportamiento del consumidor en el Centro Comercial Alameda del calzado de la ciudad de Trujillo, 2016*. Trujillo, La Libertad, Perú: Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Académico Profesional de Administración. Universidad César Vallejo.
- Dimitrijevic Cavlovic, B. (2013). *La influencia de las promociones de ventas en la decisión de compra. Sinergia e Innovación, 1(01)*. Lima, Perú: Consultado de <http://revistas.upc.edu.pe/index.php/sinergia/article/view/141>.
- Dos Santos Galindo, D., & Moraes Gonçalves, E. (2015). A COMUNICAÇÃO PUBLICITÁRIA HUMANIZADA: O CONSUMIDOR DA CONTEMPORANEIDADE. *Razón y Palabra*, 19 (89)
- Duarte Cueva, F. (2010). Economía digital, sitios web y PYMES del sector artesanías en el Perú. *Contabilidad y Negocios*, 5 (9), 76-84.
- Feist, J. F.-A. (2014). *Teorías de la personalidad (8a. ed.)*. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.
- Forstner, K. (2013). La artesanía como estrategia de desarrollo rural: el caso de los grupos de artesanas en la región de Puno (Perú). *Cuadernos de Desarrollo Rural*, 10(72).
- Galán Vergara, A., Herrera Bernal, L., & Posada Iregui, C. (2013). *Neuromarketing: ¿ Se puede atribuir la intención de compra de los consumidores a partir de sus respuestas neurofisiológicas ante estímulos de mercadeo?* (Bachelor's thesis, Universidad de La Sabana).
- García Marcos, D. (2015). Análisis del comportamiento del consumidor turista en España, Alemania e Italia= Tourist consumer behavior analysis in Spain, Germany and Italy.
- Gonzales, n. c. Las micro y pequeñas empresas artesanales: la problemática del marco legal de exportación en el Perú en los años 2010-2011. *Gestión en el Tercer Milenio*, 15(29), 65-75.
- Güemes-Ricalde, F. J., & Correa-Ruiz, N. J. (2009). Comportamiento del mercado turístico extranjero en el Caribe Mexicano. *Turismo y Sociedad*, 10, 30-52.
- Henao, O., & Córdoba L., J. (2007). Comportamiento del consumidor, una mirada sociológica. *Entramado*, 3 (2), 18-29.
- Hernández Sampieri, R. a. (2014). *Metodología de la investigación (6a. ed.)*. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana.
- Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., & Pieters, R. (2015). *Comportamiento del consumidor. (6ta. Edición)*. México D.F., MX.: Cengage Learning Editores.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de Marketing, La Edición del Milenio*. Naucalpan de Juárez, México, MX: Pearson Educación de México.
- Llanos Arana, K. (2016). *Factores que intervienen en la decisión de compra de medicamentos genéricos y de marca en los consumidores del AA.HH. Wichanza*. Trujillo, La Libertad, Perú: Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Académico Profesional de Administración. Universidad César Vallejo.
- Maliza, Y., & Alexandra, W. (2015). *Los Factores situacionales que influyen en la compra y su incidencia en el Comportamiento del consumidor de la empresa JC*

- Distribuciones* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Administrativas. Carrera de Marketing y Gestión de Negocios.).
- Marimón, P. P., Mollá, A., & Frassetto, M. Factores internos que predisponen al consumidor hacia la multicanalidad.
- Marinao Artigas, E., & Torres Moraga, E., & Chasco Yrigoyen, C. (2014). Satisfacción: Determinante de la familiaridad del destino turístico. *Rae - revista de administração de empresas*, 54 (4), 393-404.
- Martínez Moreno, O. C., Ruiz Andrade, J. G., Lozano Ramírez, M., & Verjan Quinones, R. (2015). El Comportamiento Del Consumidor En Internet Bajo El Modelo Psicológico Social De Veblen (Consumer Behaviour in Internet Under the Social Psychological Model of Veblen).
- Medeiros, J. F. (2006). *Comportamento do consumidor: fatores que influenciam no processo de decisão de compra dos consumidores*. Passo Fundo, Rio Grande del Sur, Brasil: Teoria e Evidência Económica.
- Medina-López, C., Marín-García, J. A., & Alfalla-Luque, R. (2010). Una propuesta metodológica para la realización de búsquedas sistemáticas de bibliografía (A methodological proposal for the systematic literature review). *WPOM-Working Papers on Operations Management*, 1(2), 13-30.
- Meléndez Valencia, G. (2016). *Factores que determinan la decisión de compra del consumidor en la pastelería Shalom E.I.R.L en la ciudad de Trujillo, año 2016 (Tesis de Grado)*. Trujillo, La Libertad, Perú: Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela Académico Profesional de Administración. Universidad César Vallejo.
- Messer Rybalowski, T. (2014). Daquilo que a moda trata: o consumidor busca a estética. *ModaPalavra e-periódico*, (13)
- Meza Sanabria, V. J., Torres, V., & Celeste, Y. (2017). *Estudio del comportamiento del consumidor: Factores influyentes en la psicología del comportamiento del consumidor* (Doctoral dissertation, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua).
- Moliner Velázquez, B., & Berenguer Contrí, G., & Gil Saura, I., & Fuentes Blasco, M. (2008). La formación del comportamiento de queja del consumidor: una investigación exploratoria en usuarios de restaurantes. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18 (31), 29-43.
- Ocampo Moreno, J. (2014). *Análisis del perfil del consumidor de las prendas de vestir Gzuck en la ciudad de Chiclayo basado en un enfoque etnográfico, 2014*. Chiclayo, Lambayeque, Perú: Facultad de Ciencias Empresariales. Escuela de Administración de Empresas, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Olivos Aaron, S. (2013). Etnomarketing: otra perspectiva para la investigación de Mercado. *Revista Ingeniare*, (15), 125
- Páramo Morales, D. (2013). *Investigación etnográfica del consumidor. Pensamiento & Gestión*, (35), vii-xii.
- Perozo de Jiménez, G., & León Wilhelm, I. (2009). Percepción y expectativas sobre la imagen corporativa de las droguerías del sector salud. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XV (2), 296-305.
- Pons García, R. C. (2009). *La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. Retos Turísticos. Vol. 6, No. 3*. La Habana, Cuba: Universidad de Matanzas.
- Pons García, R. C., Morales Morales, L., & Díaz González, Y. (2007). La imagen del destino y el comportamiento de compra del turista. *Teoría y praxis*, (3).
- Quintero Arango, L. (2015). El sector retail, los puntos de venta y el comportamiento de compra de los consumidores de la base de la pirámide en la comuna 10 de la ciudad de Medellín. *Revista Ciencias Estratégicas*, 23 (33), 109-118.
- Restrepo Torres, M. (2005). Reflexión sobre el consumidor en las industrias culturales. *Universidad & Empresa*, 4 (8), 144-150.
- Reyes, M. F. C. Diseño de un plan exportador a europa de mochilas wayuu de la empresa artesanías auténticas colombianas.

- Romero A., I. (2014). La conducta del consumidor vista desde tres diferentes teorías. *Negotium*, 10 (29), 130-142.
- Sandoval, A., & García, L. (2013). Artesanías, cultura y desarrollo.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2015). *Comportamiento del consumidor*, (11va. Ed.). México, D.F., MX: Pearson Educación de México.
- Schnarch Kirberg, A. (2011). *Marketing de fidelización: ¿cómo obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericana?* Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. Retrieved from <http://www.ebrary.com>.
- Solomon, M. R. (2013). *Comportamiento del consumidor (10ma. Edición)*. México, D.F., MX: Pearson Educación de México.
- Souza Barboza, S., & Gama de Medeiros, F., & Alves de Farias, H., & da Costa, F. (2015). Determinantes do comprometimento de consumidores no contexto do varejo virtual. *Revista Brasileira de Marketing*, 14 (1), 72-83.
- Tur, J. N., Martínez, A. F., Madrid, V., & Makua, A. Comportamiento comercial de los turistas en un destino de sol y playa: el acercamiento de la oferta comercial a las necesidades de la demanda turística como estrategia de desarrollo local.
- Ståhlberg, M. a. (2014). *Shopper Marketing: cómo incrementar las decisiones de compra en el punto de venta*. México, D.F., MX.: Grupo Editorial Patria.
- Vélez Zapata, C. (2008). Rompiendo la tradición: De describir la conducta de compra a comprender al consumidor. *Pensamiento & Gestión*, (24), 1-28.
- Von Moos, K. (2005). *Branding - It's impact on the consumer purchase decision-making process*. Londres, Reino Unido.: European Business School London.