



RENIECYT - LATINDEX - Research Gate - DULCINEA - CLASE - Sudoc - HISPANA - SHERPA  
UNIVERSIA - E-Revistas - Google Scholar - DOI - REDIB - Mendeley - DIALNET - ROAD - ORCID

## Title: Estudio de los hábitos del consumidor en la provincia de Santa Elena-Ecuador

**Author:** Jairo M. CEDEÑO, William A. CAICHE, Arturo  
BENAVIDES RODRÍGUEZ, José G. PALACIOS

Pages: 19

RNA: 03-2010-032610115700-14

Editorial label ECORFAN: 607-8324  
BECORFAN Control Number: 2017-02  
BECORFAN Classification (2017): 271017-0112

### Holdings

Bolivia	Honduras	China	Nicaragua
Cameroon	Guatemala	France	Republic of the Congo
El Salvador	Colombia	Ecuador	Dominica
Peru	Spain	Cuba	Haití
Argentina	Paraguay	Costa Rica	Venezuela
Czech Republic			

# “ESTUDIO DE LOS HÁBITOS DEL CONSUMIDOR EN LA PROVINCIA DE SANTA ELENA-ECUADOR”



# Problema de investigación



¿Conocer los hábitos del consumidor en la compra de alimentos, así como evaluar su grado de información, sus costumbres, lugares de compra, frecuencia, cancelación, y decisión de compra.

# Formulación del problema de investigación

¿Cómo incide los hábitos de consumo en los habitantes de la Provincia de Santa Elena?



# Objetivos de la investigación



**OBJETIVO  
GENERAL**

identificar los hábitos del  
consumidor en la Provincia de  
Santa Elena

# Objetivos específicos de investigación

Establecer los lineamientos teóricos relacionados con los hábitos de consumo.

Evaluar los hábitos de consumo de la Población de la Provincia de Santa Elena.

Determinar la frecuencia de consumo



# Marco teórico

Llopis Goig  
(2009)

Nuevo tipo de  
Consumo  
denominado  
“Consumo  
responsable”

“caracterizado por la influencia que sobre el mismo tendrían valores como la solidaridad, la responsabilidad social, el respeto por los derechos humanos, el multiculturalismo o la ecología”

Servera  
Francés,  
Fayos  
Gardó,  
Arteaga  
Moreno, &  
Gallarza  
Granizo  
(2012)

comportamiento  
s de creciente  
interés social

Producir y consumir sobre la base de principios éticos y responsables. La sociedad civil y especialmente algunas organizaciones no gubernamentales (ONG'S) han desarrollado una aproximación propia a la dinámica del consumo responsable



## Marco teórico

Rivas & Esteban  
(2010)



“La sociedad se rige bajo nuevos parámetros de consumo, por lo que se observa una tendencia marcada al consumo de bienes y servicios”

Moreno &  
Rodríguez,  
(2005)



Un ámbito fundamental para conocer a los individuos, es conocer sus hábitos de consumo, los cuales están ligados a diferentes aspectos socioculturales y pueden caracterizar una población en general

# Segmentación de los hábitos de consumo

El proceso de segmentación, muy estudiado por la sociología, la psicología y la administración, debe considerarse fundamental a la hora de analizar los cambios en los procesos comerciales. De alguna manera, si hacemos abstracción de las situaciones socioeconómicas, el canal tradicional debe aprovechar la existencia de cada segmento de mercado (Córdoba López & Cano Jaramillo, 2009)

# Criterios de segmentación de hábitos de consumo

<i>Criterios</i>	<i>Generales</i>	<i>Específicos</i>
<b>Objetivos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Sociodemográfico</b><ul style="list-style-type: none"><li>Género</li><li>Edad</li><li>Ingreso Personal</li><li>Ingreso Familiar</li><li># de personas en el hogar</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Perfil del comportamiento de compras:</b><ul style="list-style-type: none"><li>Alimentos</li><li>Materiales de aseo</li><li>Limpieza del Hogar</li><li>Artículos de belleza</li><li>Ropa / calzado</li><li>Mantenimiento del hogar</li></ul></li><li>• <b>Preferencia de lugares de compras</b><ul style="list-style-type: none"><li>Tiendas</li><li>Minimarket</li><li>Bazar</li><li>Mercados</li><li>Comisariatos</li></ul></li><li>• <b>Actitud hacia la compra</b><ul style="list-style-type: none"><li>Marca</li><li>Precio</li><li>Garantía</li><li>Promociones y descuentos</li></ul></li></ul>

Fuente: trabajo de campo

# Aspectos metodológicos de la investigación

<b>Tipo de investigación:</b>	<b>Descriptivo y documental</b>
<b>Diseño de investigación:</b>	Cuantitativo
<b>Método de investigación:</b>	No experimental, de tipo evaluativa. Descriptivo de corte transversal sobre los hábitos de consumo personas entre 18 y 83 años
<b>Población:</b>	120.000 personas residentes en los tres cantones.
<b>Muestra:</b>	Fórmula para poblaciones finitas según Allen Webster, Muestreo probabilístico aleatorio simple
<b>Instrumentos de recolección de datos:</b>	Encuestas , para lo que se diseñó un cuestionario, aplicando escala de Likert

# Categorías evaluadas

De acuerdo a las necesidades de evaluación se agruparon las preguntas en las siguientes categorías y variables, tal y como se puede observar en la tabla 1: Productos alimenticios y productos básicos.

## *Productos alimenticios y productos básicos*

Categorías	Variables
Alimentos	Carnes, proteínas, granos, cereales, grasas comestibles, alimentos solubles, frutas/verduras, lácteos, embutidos, pan/harina
Aseo Personal	Cabello, piel/cuerpo, bucal, aseo intimo
Productos de belleza	Cosméticos, perfumería, bisutería.
Moda Calzado	Ropa, lencería, accesorios, calzado
Limpieza del hogar	Pisos/Suelos, ambiente, cocina, baños, ropa.
Mantenimiento del hogar	Ferretería, jardinería, electricidad, gasfitería, pintura

# Análisis de Datos

Perfil sociodemográfico del encuestado, consta de 6 categorías; Género, edad, ingreso personal, ingreso familiar y número de personas en el hogar.

Perfil del comportamiento de compra, consta de 6 categorías: Alimentos, materiales de aseo, limpieza de hogar, artículos de belleza, ropa/calzado y mantenimiento del hogar.

Lugares habituales de compras, consta de 5 categorías; Tiendas, minimarket, bazar, mercados y comisariatos.

Actitud hacia la compra, consta de 4 categorías; Precio, marca, garantía y promociones y descuentos

Para cada una de estas categorías se utilizaron ítems relacionados con sus temáticas, para un total de 21 preguntas y en este caso, se presentan los resultados concernientes a los hábitos de consumo de la población objeto de estudio.

# Resultados y discusión

*Tabla 1. Análisis de correlación perfil del comportamiento de compras*

	Alimentos de compra	Materiales de aseo	Materiales de limpieza	Artículos de belleza	Ropa/Calzado	Mantenimiento de hogar
Alimentos de compra	1					
Materiales de aseo	0,382**	1				
Materiales de limpieza	0,267**	0,646**	1			
Artículos de belleza	0,022	0,380**	0,385**	1		
Ropa/Calzado	0,123*	0,413**	0,394**	0,679**	1	
Mantenimiento de hogar	0,184**	0,417**	0,390**	0,486**	0,555**	1
** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)						
* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)						

# Resultados y discusión

*Análisis de correlación preferencia de perfil del comportamiento de compras*

	Tiendas	Minimarket	Bazar	Mercados	Comisariato
Tiendas	1,000				
Minimarket	,285**	1,000			
Bazar	,140**	0,312**	1,000		
Mercados	-,386**	-0,191**	-0,036	1,000	
Comisariato	-,197**	-0,089	0,039	-0,420**	1,000

\*\* La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)

# Resultados y discusión

## *Análisis de correlación actitud hacia la compra*

	La marca	Precios	Garantía	Promociones y descuentos
La marca	1			
Precios	-,157**	1		
Garantía	-0,046	-0,067	1	
Promociones y descuentos	-0,100	-0,049	0,151**	1
* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral)				
** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral)				

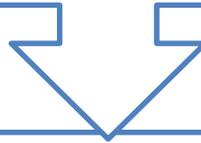
# Resultados y discusión

Es innegable que los hábitos de consumo de la población de la provincia de Santa Elena es diversa y la realiza de acuerdo a sus características por cuanto son más racionales al momento de comprar ya que prefieren productos en donde se obtenga el mayor costo-beneficio.

Las principales características encontradas son:

# Resultados y discusión

Los consumidores realizan una elección de los productos, ya que la primera elección son los productos de alimentación, luego viene el resto de productos, por cuanto los primeros son productos perecederos y de primera necesidad que los hacen distintos.



Se tiene mayor conciencia para comprar y se evita hacerlo por impulso.  
Preferencia en adquirir un producto de calidad a bajo costo sin considerar la marca.  
Considera las promociones y ofertas para adquirir mejores productos a menor precio.  
Compra solo lo necesario, no almacena productos.

# Conclusiones

La adquisición de productos alimenticios es prioridad para los pobladores de la Provincia de Santa Elena, estos los adquieren principalmente en los mercados y también en los supermercados de manera diaria, para adquirir el resto de productos, los consumidores eligen los comisariatos, con una frecuencia semanal, a excepción de los artículos de belleza, ropa, y artículos para mantenimiento del hogar que los adquieren en un promedio de 30 días.

Los pobladores antes de adquirir estos productos consideran: la calidad, el precio, la marca, las promociones.

**¡GRACIAS!**



**ECORFAN®**

**© ECORFAN-Mexico, S.C.**

No part of this document covered by the Federal Copyright Law may be reproduced, transmitted or used in any form or medium, whether graphic, electronic or mechanical, including but not limited to the following: Citations in articles and comments Bibliographical, compilation of radio or electronic journalistic data. For the effects of articles 13, 162,163 fraction I, 164 fraction I, 168, 169,209 fraction III and other relative of the Federal Law of Copyright. Violations: Be forced to prosecute under Mexican copyright law. The use of general descriptive names, registered names, trademarks, in this publication do not imply, uniformly in the absence of a specific statement, that such names are exempt from the relevant protector in laws and regulations of Mexico and therefore free for General use of the international scientific community. BECORFAN is part of the media of ECORFAN-Mexico, S.C., E: 94-443.F: 008- ([www.ecorfan.org/](http://www.ecorfan.org/) booklets)