



ANEXO 1

FORMATO PARA LA PRESENTACIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN
CON EL FINANCIAMIENTO DEL FEDU

1. Título del proyecto

Modelos de predicción del consumo: Revisión sistemática

2. Área de Investigación

Área de investigación	Línea de Investigación	Disciplina OCDE
Ciencias sociales	Administración y marketing	Negocios y management

3. Duración del proyecto (meses)

Doce (12)

4. Tipo de proyecto

Individual	<input checked="" type="radio"/>
Multidisciplinario	<input type="radio"/>
Director de tesis pregrado	<input type="radio"/>

4. Datos de los integrantes del proyecto

Apellidos y Nombres	Pinto Cáceres, Marco Antonio
Escuela Profesional	Administración
Celular	946880127
Correo Electrónico	manpica@hotmail.com

- I. Título (El proyecto de tesis debe llevar un título que exprese en forma sintética su contenido, haciendo referencia en lo posible, al resultado final que se pretende lograr. Máx. palabras 25)

Modelos de predicción del consumo: Revisión sistemática

- II. Resumen del Proyecto de Tesis (Debe ser suficientemente informativo, presentando -igual que un trabajo científico- una descripción de los principales puntos que se abordarán, objetivos, metodología y resultados que se esperan)

En las organizaciones, un aspecto especialmente importante es calcular el consumo esperado, siendo particularmente importante el saber cuáles son los elementos que determinan dicho consumo, la presente investigación hará una revisión sistemática de los modelos de predicción del consumo, la investigación será científica, analítica e incluirá análisis documental de artículos y libros relevantes.

- III. Palabras claves (Keywords) (Colocadas en orden de importancia. Máx. palabras:



cinco)

Predicción del consumo, modelo de consumo, consumo, conducta del consumidor, modelo.

IV. Justificación del proyecto (Describa el problema y su relevancia como objeto de investigación. Es importante una clara definición y delimitación del problema que abordará la investigación, ya que temas cuya definición es difusa o amplísima son difíciles de evaluar y desarrollar)

El estudio de los modelos de predicción del consumo permite saber cómo planear y controlar mejor el consumo y entender los factores que lo determinan, lo cual es información muy importante para las organizaciones.

V. Antecedentes del proyecto (Incluya el estado actual del conocimiento en el ámbito nacional e internacional. La revisión bibliográfica debe incluir en lo posible artículos científicos actuales, para evidenciar el conocimiento existente y el aporte de la Tesis propuesta. Esto es importante para el futuro artículo que resultará como producto de este trabajo)

La predicción del consumo es un asunto importante para las empresas, muchas hacen esfuerzos por calcularlo, asimismo, un aspecto clave para la toma de decisiones en marketing es conocer cuáles son los factores que determinan el consumo. “el conocimiento, preferencia y consumo de productos saludables es mayoritariamente medio o bajo en los informantes investigados.” (Rangel, M., 2018). “Cuestión distinta fue la intención de compra hacia la carcasa personalizable. Aunque la mayoría de los encuestados se inclinaban hacia su compra, los resultados obtenidos no son determinantes ni significativos si los comparamos con aquellos que declararon una menor intención de compra.” (Rovira, J., 2015)

VI. Hipótesis del trabajo (Es el aporte proyectado de la investigación en la solución del problema)

(No aplica)

VII. Objetivo general

Hacer una revisión sistemática de los modelos de predicción del consumo.

VIII. Objetivos específicos

- Recopilar información importante sobre modelos de predicción del consumo
- Encontrar similitudes y diferencias entre los modelos de predicción del consumo
- Determinar las últimas tendencias sobre modelos de predicción del consumo
- Valorar el desarrollo de la teoría y aplicación de los modelos de predicción del consumo.

IX. Metodología de investigación (Describir el(los) método(s) científico(s) que se empleará(n) para alcanzar los objetivos específicos, en forma coherente a la hipótesis



de la investigación. Sustentar, con base bibliográfica, la pertinencia del(los) método(s) en términos de la representatividad de la muestra y de los resultados que se esperan alcanzar. Incluir los análisis estadísticos a utilizar)

Se aplicará el método analítico e incluirá análisis documental de libros y artículos relevantes, el resultado será un artículo tipo review.

X. Referencias (Listar las citas bibliográficas con el estilo adecuado a su especialidad)

Galindo C., I. C.; Morais W., E. A.; Alfinito, S. (2019). Intención de compra de alimentos orgánicos bajo la influencia de atributos, confianza del consumidor y valor percibido. *Revista de Gestão*. 26 (3). págs. 198- 211. <https://doi.org/10.1108/REGE-01-2018-0010>

Kotler, P. y Keller, K. L. (2012). *Dirección de marketing* (14a. ed.). Naucalpan de Juárez, México: Pearson

Rangel Magallanes, Maribel Cecilia. (2018). *Conocimientos, preferencias y consumo de productos saludables en la población de la provincia de Chíncha, 2018*. [tesis doctoral, Universidad Autónoma de Ica]. Repositorio ALICIA. <http://repositorio.autonomadeica.edu.pe/handle/autonomadeica/486>

Rovira Ruiz, J. (2015). *El efecto de los olores en la diferenciación de productos y su impacto en la decisión de compra, una aproximación al efecto sobre el valor percibido y la decisión de precio en la intención de compra*. [tesis doctoral, Universidad Rey Juan Carlos]. Teseo. <https://www.educacion.gob.es/teseo/mostrarSeleccion.do>

XI. Uso de los resultados y contribuciones del proyecto (Señalar el posible uso de los resultados y la contribución de los mismos)

Los resultados le permitirán al mercadólogo optar por una mejor forma de predecir el consumo.

XII. Impactos esperados

i. Impactos en Ciencia y Tecnología

Representará un avance en el conocimiento de la conducta del consumidor y específicamente del importante aspecto de la predicción del consumo.

ii. Impactos económicos

Permitirá que las organizaciones evalúen mejor a los consumidores y el consumo.

iii. Impactos sociales

Permitirá que los consumidores reciban mejores ofertas de mercado

iv. Impactos ambientales



Permitirá que se evalúe el interés de los consumidores por el aspecto ambiental.

XIII. Recursos necesarios (Infraestructura, equipos y principales tecnologías en uso relacionadas con la temática del proyecto, señale medios y recursos para realizar el proyecto)

Laptop, USB, smartphone, internet, programas informáticos, libros, revistas, impresiones, papel bond, lapiceros.

XIV. Localización del proyecto (indicar donde se llevará a cabo el proyecto)

Ciudades de Puno y Arequipa

XV. Cronograma de actividades

Actividad	Trimestres											
Determinar la lista de artículos y libros	x	x	x	x								
Leer y clasificar los datos				x	x	x	x	x	x			
Comparar y analizar los datos									x	x	x	x
Presentar los resultados												x

XVI. Presupuesto

Descripción	Unidad de medida	Costo Unitario (S/.)	Cantidad	Costo total (S/.)
Teléfono e Internet	Servicio mensual	65	12	780
Tipeo	Página	2	50	100
Libros y artículos	Descarga	100	10	1000
Movilidad	Carrera	10	30	300
TOTAL				2180