UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Trabajo de titulación en la modalidad de artículo académico previo a la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas

TEMA: "Método k-Means aplicado a la intención de compra de la carne de pollo"

AUTOR: Bryan Alexander Sani Vargas

TUTORA: Ing. María Dolores Guamán Guevara, Mg.

AMBATO – ECUADOR

Julio 2025

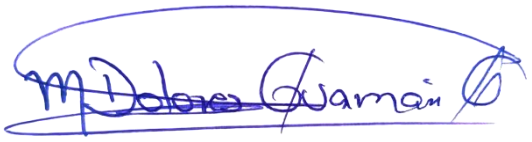
APROBACIÓN DEL TUTOR

Ing. María Dolores Guamán Guevara, Mg.

CERTIFICA:

En mi calidad de Tutora del trabajo de titulación **"Método K-Means aplicado a la intención de compra de la carne de pollo"** presentado por el señor **Bryan Alexander Sani Vargas** para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas, **CERTIFICO**, que dicho artículo académico ha sido prolijamente revisado y considero que responde a las normas establecidas en el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Ambato, 9 de julio del 2025



Ing. María Dolores Guamán Guevara, Mg.
C.I. 1802831691

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **Bryan Alexander Sani Vargas,** declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente artículo académico, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales a excepción de las citas bibliográficas.



Bryan Alexander Sani Vargas

C.I. 0604643379

APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL DE GRADO

Los suscritos profesores calificadores, aprueban el presente trabajo de titulación, el mismo que ha sido elaborado de conformidad con las disposiciones emitidas por la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dra. María Alexandra López Paredes, Mg.

C.I. 1802795714

Ing. Santiago Xavier Peñaherrera Zambrano, MBA.

C.I. 1802246346

Ambato, 9 de julio del 2025

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de titulación o parte de él, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi artículo académico con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este artículo académico dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.



Bryan Alexander Sani Vargas

C.I.0604643379

DEDICATORIA

Dedico este proyecto, con profunda gratitud y cariño, a mi padre, **Segundo Sani**, cuya sabiduría, esfuerzo constante y mirada siempre firme me han guiado más allá de las palabras, y cuyo apoyo incondicional han sido pilar fundamental en mi vida estudiantil; a mi madre, por su ternura inagotable y confianza inquebrantable que impulsan mis sueños; y a mis hermanos, compañeros de vida, por ser abrigo, impulso y compañía en este viaje, cuyas risas y apoyo han sido abrigo en los días difíciles.

Este logro es también suyo. Gracias por ser mi fuerza y mi hogar.

AGRADECIMIENTO

A mi tutora **Ing. Dolores Guamán**, por su paciencia y valiosa guía durante la formulación y culminación de este proyecto.

Agradezco al equipo de investigadores del proyecto de investigación DIDE-UTA "FORTALECIMIENTO COMERCIAL PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DE LAS ORGANIZACIONES ASOCIATIVAS DE TUNGURAHUA, ECUADOR", con Resolución UTA-CONIN-2023-0331-R, por permitir contribuir con este estudio a la problemática empresarial de la ciudad de Ambato.

RESUMEN EJECUTIVO

Este proyecto se dedica al análisis de los factores que influyen en la intención de compra de carne de pollo en la ciudad de Ambato, aplicando el algoritmo de segmentación *K-means* y la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB). Se busca comprender cómo variables como la actitud, normas subjetivas y control conductual percibido afectan la decisión de compra en mercados tradicionales y modernos.

La motivación del estudio radica en la creciente demanda de carne de pollo en Ecuador, principal fuente de proteína para la población. Dada la coexistencia de dos canales de distribución —moderno y tradicional—, se torna relevante identificar perfiles de consumidores y patrones de comportamiento para orientar estrategias de comercialización y política alimentaria.

Entre los principales resultados, se identificaron tres tipos de consumidores: tradicionales con alta influencia social, independientes guiados por la actitud hacia la calidad y altamente influenciados con fuerte percepción de control. Se evidenció una ligera preferencia por el mercado tradicional, especialmente entre personas mayores y con menor nivel educativo, mientras que los jóvenes con mayores ingresos se inclinan por el mercado moderno, valorando más la seguridad alimentaria.

Se concluye que la intención de compra está determinada más por factores actitudinales y sociales que por variables demográficas. Por tanto, se propone desarrollar estrategias diferenciadas para cada segmento de mercado, priorizando la educación del consumidor y fortaleciendo la percepción de seguridad y calidad, especialmente en los mercados tradicionales.

PALABRAS CLAVES: ARTÍCULO ACADÉMICO, INTENCIÓN DE COMPRA, K-MEANS, SEGMENTACIÓN, TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO

ABSTRACT

This project focuses on analyzing the factors that influence the purchase intention of chicken meat in the city of Ambato, using the *K-means* segmentation algorithm and the Theory of Planned Behavior (TPB). The aim is to understand how variables such as attitude, subjective norms, and perceived behavioral control affect consumers' purchasing decisions in both traditional and modern markets.

The motivation behind this research lies in the growing demand for chicken meat in Ecuador, the primary source of protein for its population. Given the coexistence of two distribution channels —modern and traditional— it is essential to identify consumer profiles and behavioral patterns to inform marketing strategies and food policy development.

The main results identified three consumer clusters: traditional buyers influenced by social norms, independent consumers guided by their attitude toward quality, and highly influenced buyers with strong perceived control. A slight preference for traditional markets was found, especially among older individuals with lower educational levels, while younger, higher-income consumers showed a stronger preference for modern markets, prioritizing food safety.

The study concludes that purchase intention is more influenced by attitudinal and social factors than by demographic variables. Therefore, it is proposed to develop differentiated strategies for each market segment, focusing on consumer education and enhancing perceptions of quality and safety, particularly in traditional markets.

KEY WORDS: ACADEMIC ARTICLE, PURCHASE INTENTION, K-MEANS, SEGMENTATION, BEHAVIORAL THEORY

ENLACE DE PUBLICACIÓN DEL ARTÍCULO ACADÉMICO

https://doi.org/10.56048/MQR20225.9.2.2025.e714