



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACION**

**EL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y SU
INCIDENCIA EN LA DECISIÓN DE COMPRA DE
COMBUSTIBLES EN LOS TRANSPORTISTAS DE LAS
EMPRESAS UNIDAS QUE BRINDAN EL SERVICIO
INTERPROVINCIAL LAMAS-TARAPOTO, AÑO 2011.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR:

HOMER, VARGAS RUIZ

ASESORES:

Lic. SEIDY JANICE VELA REATEGUI

Lic. ANA LUISA RENGIFO VARGAS

**TARAPOTO - PERÚ
2011**

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a mis queridos hijos, Valeria y Bruno Alessandro, a mis padres, Abner y Ángela, mi hermana Keyli Violeta por ser quienes han creído en mí y han estado siempre a mí lado o a la distancia alentándome a cumplir esta meta y continuar luchando día tras día, rompiendo y esquivando todas las barreras que se me presentaron en el camino y así poder alcanzar unos de mis mas grandes anhelos, culminar mi carrera universitaria, es a ellos a quien debo dedicar este triunfo ya que en todo momento me llenaron de amor y positivismo.

Vargas Ruíz, Homer

PRESENTACIÓN

El presente Trabajo de investigación, es el resultado del estudio obtenido de factores y variables estudiadas y aprobadas con la viabilidad del caso; con el objeto de evaluar y proponer resultados acordes con la normativas y política de las empresas de expendio de combustibles; el cual expresa su incidencia directa, brindándome información suficiente y relevante para la ejecución de dicho estudio. Mi trabajo lleva por título: **Evaluación del comportamiento del consumidor y su incidencia en la decisión de compra de combustibles en los transportistas de las empresas unidas que brindan el servicio interprovincial Lamas-Tarapoto, año 2011.**

Periodo que comprende la evaluación del antes y después de dicha evaluación del **comportamiento del consumidor y su incidencia en la decisión de compra de combustibles en los transportistas de las empresas unidas** que se generaron, luego de la evaluación de las variables en estudio acorde con las exigencias del mundo global; con una terminología eficaz, clara, precisa y sencilla; donde se podrá observar la situación actual y resultados obtenidos con dicha evaluación y se solicita al jurado se considere para su sustentación y defensa.

AGRADECIMIENTOS

Expreso mi más cordial agradecimiento a la Universidad Cesar Vallejo, por haberme acogido y abierto las puertas de sus aulas durante estos tres años, tiempo el cual me permitió madurar y ampliar mis conocimientos y en estos momentos brindarme la oportunidad mediante este desarrollo de tesis obtener el grado de bachiller en Administración. Y finalmente agradecer de manera muy especial a todas las personas que colaboraron en la elaboración de esta investigación.

INDICE

CARATULA	
DEDICATORIA	2
PRESENTACION	3
AGRADECIMIENTO	4
INDICE	5
RESUMEN	7
ABSTRACT	8
INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO I	10
MARCO METODOLÓGICO	10
1.1 EL PROBLEMA	
1.1.1 Selección del problema	10
1.1.2 Antecedentes del Problema	11
1.1.3 Formulación del Problema	13
1.1.4 Justificación	14
1.1.5 Limitaciones	15
1.2 OBJETIVOS	16
1.3 HIPÓTESIS	16
1.4 VARIABLES-INDICADORES	17
1.4.1 Unidad de Análisis	
1.4.1 Variables	
1.4.2 Indicadores	

1.5	DISEÑO DE LA EJECUCIÓN	19
1.5.1	Tipo de Diseño	19
1.5.2	Población-Muestra	20
1.5.3	Técnicas, instrumentos, fuentes e informantes	20
CAPITULO II:		
	MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO	22
2.1	MARCO TEÓRICO	22
2.2	MARCO CONCEPTUAL	41
CAPITULO III:		
	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	42
CAPÍTULO IV		
	CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	48
CAPITULO V		
	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	50
CAPITULO VI		
	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	54
6.1	Conclusiones	
6.2	Recomendaciones	
CAPITULO VII		
	BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFIA	55
7.1	Bibliografía	
7.2	Web grafia	
	ANEXOS	57

RESUMEN

El presente trabajo de investigación trata sobre la **Evaluación del comportamiento del consumidor y su incidencia en la decisión de compra de combustibles en los transportistas de las empresas unidas que brindan el servicio interprovincial Lamas-Tarapoto, año 2011**, donde observaremos la situación actual **del comportamiento de los transportistas y su incidencia en la decisión de compra de combustibles**.

Como sabemos la decisión de compra tiene por objeto realizar la adquisición de un bien, lo cual conlleva asegurar una eficiente y oportuna administración de las ventas, con la finalidad de asegurar razonablemente las metas trazadas.

Nuestra investigación en la evaluación del **comportamiento del consumidor y su incidencia en la decisión de compra de combustibles**, tiene por objetivo evaluar el comportamiento del consumidor, conocer al detalle los motivos de la compra, o de la no compra, esto conllevará a mejorar la gestión de ventas con el único fin de generar confianza con los transportistas en los negocios referidos en el rubro.

Una vez evaluado y observado los resultados, se hicieron recomendaciones y sugerencias tales como, proponer alternativas de mejoramiento de aquellas situaciones adversas a las actividades de venta de los trabajadores que dificultan su buen accionar; de manera que se pueda realizar un trabajo en total armonía con eficiencia y oportunidad.

Utilizando como instrumento de recolección de datos, una encuesta donde determinamos las dimensiones que posibilitan el desarrollo y las dimensiones que ayudan al desarrollo de las ventas.

Concluyendo que es aceptada la hipótesis, debido a que los resultados obtenidos, demuestran que en la Evaluación del comportamiento del consumidor; la decisión de compra está muy arraigada a las dos variables que son los factores externos y los factores internos. Estas variables externas de acuerdo a nuestra encuesta, son afirmativas en un 61.9%. Mientras en las variables internas el 70.6 %.

Además se concluye que la decisión de compra está fuertemente condicionada a los servicios colaterales que le brinda el grifo, esto está corroborada por las respuestas de nuestros transportistas en un 90%.

ABSTRACT

The present investigation deals with the assessment of consumer behavior, its impact on the decision to purchase fuel in carriers of the companies together to perform the service inter-Tarapoto Lamas, 2011, where we see the current status of behavior carriers, their impact on fuel purchase decision.

As we know the buying decision is to make the acquisition of property, which implies ensuring an efficient and timely administration of sales, in order to reasonably ensure the goals.

Our research in the assessment of consumer behavior, its impact on the decision to purchase fuel, is to assess consumer behavior, know in detail the reasons for the purchase, or not buy, it might eventually lead to better management Sales for the sole purpose of building trust with carriers in the business referred to in the field.

Once evaluated and observed the results, recommendations and suggestions were made such as to consider options for improving adverse situations the sales activities of workers that hinder their good actions, so that it can perform work in harmony with efficiency and timeliness.

Using as data collection instrument, a survey where we determine the dimensions that enable the development and the dimensions that help build sales.

Concluding that the hypothesis is accepted because the results obtained show that in the Evaluation of consumer behavior, the buying decision is deeply rooted in the two variables is the external factors and internal factors. These external variables according to our survey are affirmative in 61.9%. While the internal variables 70.6%.

It also concludes that the decision to purchase is strongly conditioned by the collateral services offered by the tap; this is corroborated by the responses of our carriers in 90%