



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**

*“La Influencia de la Implementación de Supermercados en el Comportamiento del Consumidor Chimbotano en el año 2011”*

**TESIS PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO DE:  
Licenciado en Administración**

**Autor:**

**Bach. VEGA VELÁSQUEZ JORGE LUIS**

**Asesor:**

**MG. LINARES CAZOLA JOSÉ GERMÁN**

**NUEVO CHIMBOTE – PERÚ  
2011**

## DEDICATORIA

*Dedico esta tesis a Dios y a mi familia los cuales me ayudaron con su apoyo incondicional a ampliar mis conocimientos y estar más cerca de mis metas profesionales.*

*Jorge Luis Vega Velásquez.*

## AGRADECIMIENTO

*Esto fue posible primero que nadie con la ayuda de Dios, gracias por otorgarme la sabiduría y la salud para lograrlo.*

*Agradezco a cada una de las personas que han vivido conmigo la realización de esta tesis; tanto ellos como yo sabemos que desde lo más profundo de mi corazón les agradezco el haberme brindado todo el apoyo, colaboración, ánimo y sobre todo cariño y amistad.*

*No quisiera olvidar a mi profesor, consejero y asesor Lic. José Linares Cazola quien me motivo a continuar constante en mis momentos de flaqueo.*

## RESUMEN

Este trabajo es un estudio descriptivo que usa el diseño simple que busca conocer: la Influencia de la implementación de supermercados en el comportamiento del consumidor Chimbotano en el año 2011 y como hipótesis de estudio: Existe una influencia Positiva de la implementación de Supermercados en el comportamiento del consumidor Chimbotano en el año 2011.

El instrumento para la recolección de datos fue el cuestionario el cual consto de 29 preguntas.

Las organizaciones no pueden sobrevivir por el simple hecho de realizar un buen trabajo o crear un producto bueno. Es preciso una excelente labor de interacción con los consumidores para tener éxito en los mercados globales, cada vez más competitivos. En estudios recientes se ha manifestado que la clave para una operación rentable de la empresa es el conocimiento de las necesidades de sus clientes y la influencia que genera en ellos la exposición a factores nuevos procedentes de un mundo cada vez más globalizado.

La teoría nos dice: "El estudio del comportamiento del consumidor incluye El comportamiento de compra o adquisición, El comportamiento de uso o consumo final de los bienes o servicios adquiridos por uno mismo o por terceras personas y Los factores internos y externos al individuo que influye en el proceso de compra y en el uso o consumo del producto adquirido".

Con los datos obtenidos hemos confirmado, y llegamos a concluir que La Implementación de Supermercados ha generado cambios en el comportamiento del consumidor Chimbotano. Aprobando la hipótesis de investigación.

## ABSTRACT

This work is a descriptive study using simple design that seeks to know: the influence of supermarkets implementation in the Chimbotano consumer behavior in 2011 and as study hypothesis: There is a positive influence on the behavior Supermarkets Chimbotano consumer in 2011.

The instrument for data collection was the questionnaire which consists of 29 questions.

Organizations cannot survive by simply doing a good job or create a good product. It should be a great job of interacting with consumers to succeed in global markets increasingly competitive. Recent studies have shown that the key to a profitable operation of the company is the knowledge of the needs of its customers and the influence they generated new factor exposure from an increasingly globalized world.

The theory tells us: "The study of consumer behavior including the purchase or acquisition behavior, the behavior of final use or consumption of goods or services purchased by one self or by third parties and internal and external factors affecting the individual in the purchasing process and the use or consumption of purchased products."

The data obtained have confirmed, and we conclude that the implementation of supermarkets has led to changes in consumer behavior Chimbotano. Approving there search hypotheses.