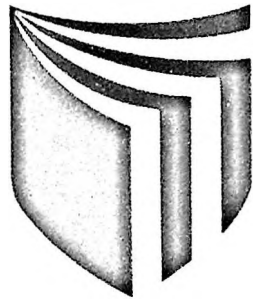


UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

*FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS*

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



UCV
**UNIVERSIDAD
CÉSAR VALLEJO**

TESIS:

*“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
SUCURSAL DE REPRESENTACIONES V. BARRIENTOS EN LA CIUDAD
DE PAITA BAJA EN EL AÑO 2010”*

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTORES:

BARRETO FEIJOÓ EVENLING NOHELIA

BARRIENTOS RUIZ PAULA VICTORIA

ASESOR:

Mg. BAYONA ESPINOZA RICARDO

DEDICATORIA

Dedicamos esta tesis a las personas que más admiramos, como son nuestros padres por su comprensión y apoyo en la realización de nuestra tesis, los cuales también nos han dado todo lo que somos como personas, valores, principios, perseverancia y empeño todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nada a cambio.

A nuestros Abuelos los cuales son fuente de inspiración, nos han apoyado y brindado confianza los cuales siempre nos han encaminado hacia lo correcto y guían hacia la superación a través de la educación.

A nuestros hermanos por darnos para seguir adelante y lograr nuestros objetivos.

A las personas que han dedicado su tiempo con la ayuda incondicional de nuestra tesis.

Y a todos aquellos que creyeron en nosotras.

Te agradecemos padre Dios por la vida y por darnos fuerza para salir adelante.

PRESENTACIÓN

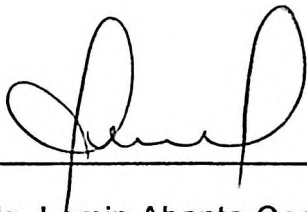
Señores Miembros del Jurado

De acuerdo con el Capítulo II del artículo 15° del reglamento de grados y título de la Universidad Cesar Vallejo – Piura y el de la Escuela profesional de Administración de optar el grado de Licenciado en Administración.

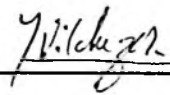
Sometemos a vuestro alto criterio y consideración el presente trabajo de investigación titulado:

ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA SUCURSAL DE REPRESENTACIONES V.BARRIENTOS EN LA CIUDAD DE PAITA BAJA EN EL AÑO 2010.

Con la convicción que se le otorgará el valor justo, agradecemos anticipadamente las sugerencias y apreciaciones que brinden al presente trabajo de Investigación.



Mg. Lemin Abanto Cerna



Mg. Nancy Vílchez Madrid



Mg. Ricardo Bayona Espinoza.

AGRADECIMIENTO

Nuestro agradecimiento a la Tienda Representaciones V. Barrientos, los cuales nos apoyaron brindando su tiempo, paciencia e interés en la realización del presente estudio, especialmente al Gerente, Valentín Barrientos, así como a su contador y colaboradores.

A nuestro asesores LiC. Ricardo Bayona Espinoza y Mg. Lemin Abanto Cerna, quienes fueron una guía durante nuestro proceso de investigación, permitiendo con sus conocimientos culminar de una manera óptima la investigación.

A la Universidad Cesar Vallejo, por ofrecer docentes competentes con amplia preparación para la información y desempeño de nuestra carrera profesional.

ÍNDICE:

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2 ANTECEDENTES	16
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	23
1.3.1 Pregunta General	24
1.4 JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	24
1.5 LIMITACIONES	24
1.6 OBJETIVOS	24
1.6.1 Objetivo General	24
1.6.2 Objetivos Específicos	24

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL CIENTÍFICO

2.1 MARCO TEÓRICO	27
2.1.1 Estudio de mercado	
2.1.2 Investigación para la identificación del problema	27
2.1.3 Los datos y sus fuentes en la Investigación de mercados	27
• Los datos primarios	
• Los datos secundarios	
• Fuentes de obtención de datos, existen dos tipos	
2.1.4 Desarrollo del plan de investigación	29
2.1.5 Elementos de una mezcla del Marketing	29
• Investigación de precios	
• Investigación de la distribución	

2.1.6 Características de la Demanda	30
• La demanda y la Oferta	
2.1.7 La búsqueda de una ventaja competitiva	31
2.1.8 Productos y Servicios	31
2.1.9 Administración de la calidad total (TQM)	32
2.1.10 Tipo y nivel del estudio	32
2.1.11 Tipos de la investigación	32
2.1.12 Consumidores metas	33
2.1.13 Determinación de mercado meta	33
2.1.14 Según ¹ Harvard, Theodore Levitt	34
2.1.15 Para Langeard	34
• Necesidades, deseos y demandas	
• Productos	
• Mercado	
2.1.16 La Estrategia de Mercadotecnia	35
2.1.17 La investigación mercadológica	36
2.1.18 Mercadotecnia	36
2.1.19 El proceso de investigación de Mercadotecnia	39
2.1.20 ¿Cómo se hace un Estudio de Mercado?	41
• Definición del problema	
• Determinación de objetivos de la investigación	
• Establecimiento de objetivos de la investigación.	
• Selección de un tipo de investigación	
• Diseño de la recopilación de datos	
• Desarrollo de un plan de análisis	
• Recopilación de datos	
• Análisis	
• Llegar a conclusiones	
• Informe final	

2.1.21 Problema de investigación	45
2.1.22 Análisis de la cartera producto-mercado	
(Análisis Portfolio o BCG)	46
• Productos interrogante-niños	
• Productos estrella	
• Productos vaca lechera	
• Productos perro	

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 HIPÓTESIS DE LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS	50
3.2 Variables	51
3.2.1 Definición conceptual	51
3.2.2 Definición operacional	51
3.3 Metodología	51
3.3.1 Diseño de investigación	51
3.4 Población y Muestra	52
3.5 Técnicas e instrumentos de Recojo de datos	53
• Técnica	
• Instrumentos	
3.5.1 Métodos de análisis de datos	53
• Forma de Análisis de la Información	

CAPÍTULO IV: DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	55
4.1.1 Reseña histórica	55
4.1.2 Análisis de la cultura organizacional	56
4.1.2.1 Visión	56
4.1.2.2 Misión	56
4.1.2.3 Valores	56

4.1.3- ANÁLISIS DEL SERVICIO	56
4.1.3.1- Comercialización	56
4.1.3.2 Matriz del Boston Consulting Group (bcg)	56
4.1.3.3 Productos que se compraran para la Instalación de la sucursal.	57
4.4 ESTUDIO DEL MERCADO	
4.4.1- Análisis de la demanda y oferta	62
• Análisis del comportamiento histórico de la demanda	
• Estimación de la demanda	
• Análisis de la oferta	
4.4.2 Balance demanda – oferta	68
4.4.3 Diagnostico externo de perfil competitivo	69
4.4.4 Canales de comercialización	70
4.4.5. Análisis de precio	70
4.4.6. Análisis de localización	71
• Macrolización	
• Microlización	
4.4.7 PROPUESTA DE LA SUSCURSAL	73
4.4.7.1 Objetivos	73
4.4.7.2 Metas	73
4.4.7.3 Plan Marketing	73
4.4.7.4 Recursos	74
4.4.8- ESTUDIO FINANCIERO	
4.4.8.1 Proyecto de inversión	75
4.4.8.2- Inversión fija	76
• Inversión fija tangible	
• Terrenos y edificios	
• Maquinaria y equipos	
4.4.8.3 Inversión fija intangible	78

• Gastos de constitución	
• Gastos de estudio	
• Puesta en marcha	
4.4.8.4 Capital de trabajo	80
• Caja y bancos	
4.4.8.5 Productos que serán adquiridos por la empresa para su respectiva venta.	81
4.4.8.6 Material auxiliar	85
4.4.8.7 Planilla	87
4.4.8.8 Financiamiento	88
• Fuentes Internas	
• Fuentes Externas	
4.9.9 Programa de producción, ventas, ingresos proyectados a 5 años.	89
• Información	
4.9.10 Presupuestos de costos	90
4.9.11 Flujo de caja	91
• Depreciación	
4.10 Tabulación de encuestas	93
4.11 Discusión de resultados	109
4.12 Contrastación de la hipótesis	110

RESUMEN

La presente investigación demostró lo beneficioso que podría ser para representaciones V. Barrientos, la implementación de una sucursal en Paita Baja, se determinó una alta rentabilidad para ésta sucursal.

El rubro de comercio de repuestos y accesorios de motos ha crecido enormemente en los últimos años, debido a que la demanda de motos ha incrementado.

Al realizar el análisis de la demanda se determinó que crecerá la venta de accesorios y repuestos de motos para el año 2010 con 602 320.00 nuevos soles y su oferta de 13680.00 nuevos soles, existe una demanda insatisfecha de 585 962, por lo tanto al realizar el programa de proyección se determinó en iniciar en un 25 % de la demanda estimada.(Como se indica en el cuadro de demanda – oferta y proyección).

Nuestra Investigación es de enfoque Cuantitativo, No experimental. Tomamos como muestra a los conductores de los vehículos de motos que son 5500 en el año 2009, según La Municipalidad de Paita.

Este informe se basó en detalle y sustento de cada situación planteando los escenarios de influencia de variables que se apegan a la realidad del entorno del proyecto.

El estudio de mercado establece el comportamiento de clientes, ante la propuesta de dicha sucursal en la ciudad de Paita Baja, el financiamiento nos arrojó indicadores financieros aceptables para la toma de decisiones de inversión los cuales presentamos como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la integración de estos estudios muestra la viabilidad del proyecto.

Además realizamos un análisis de localización del cual obtuvimos la ubicación de nuestra sucursal. Un mayor número de encuestados optaron por Paita Baja cerca al mercado.

Para éste proyecto necesitamos de una inversión de 277 551 nuevos soles. Nuestra finalidad es documentar de manera sólida la aceptación del proyecto ante el inversionista, se tomó en consideración los costos del capital determinados, a efecto de contribuir con la certeza financiera.

ABSTRACT

The Investigation demonstrated for V. Barrientos that the implementation of a branch in Paita's downtown could be beneficial, this investigation proved a high profitability for this branch.

The market of spare and accessories of motorcycles has increased in the last few years due to the rise of demand.

While realize the analysis of the demand prove that it will increase the sale of accessories and spare of motorcycles for the year 2010 with 602 320.00 nuevos soles, and a supply of 13680.00 nuevos soles. Present an unsatisfied demand of 585 962.00 nuevos soles, therefore, made the projection program initiating in 25 % of the estimated demand. (As can see in the diagram of Demand –Supply and projection).

Our research has an Quantitative focus. No experimental. We took as sample motorcycle drivers, which are 5 500 in 2009, according to Paita's Municipality.

This report is based on detail and sustenance of every situation explained the scenes of influence of variable, this influence of variable become attached to the reality of the environment of our project.

The market research establishes the clients' behavior before the proposal of opening a branch in Paita's downtown. The financing indicators are acceptable for the according investment decisions which we present as current net value, internal rate of return, all this investigations show the project's viability.

In addition we realize an analysis of location of which we obtained the location of our branch and the survey demonstrated a major percentage for opening a branch in Paita downtown, near to the market.

For our project we need from an investment of 277 551 nuevos soles.

Our purpose is to demonstrate firmly and with solid way the acceptance of the project before the investor. We have considerate the capital costs to effect of contributing with the financial certainty.