



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario Interamericana Norte S.A.C. de Piura - 2018

TESIS PARA EL OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTORES:

Br. Aguilera Carrasco, Jorge Luis (ORCID 0000-0001-5544-706X)

Br. Encalada Cruz, Yanira Libertad (ORCID 0000-0001-8942-5184)

ASESOR:

Dr. Sánchez Pacheco, Luis Alberto (ORCID: 0000-0003-0675-3348)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

PIURA – PERÚ

2019

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a DIOS por la oportunidad que nos dio de seguir una carrera profesional y por habernos iluminado a lo largo de nuestra vida universitaria.

A nuestros familiares y amigos que con su apoyo incondicional contribuyeron en el logro de nuestros objetivos.

A nuestros profesores que con sus enseñanzas aportaron de gran manera a nuestro crecimiento personal e intelectual a lo largo de esta carrera.

## **AGRADECIMIENTO**

De manera especial al Gerente Sr. José Luis Puig Raygada y al personal que labora en la empresa Interamericana Norte S.A.C, por habernos brindado la información necesaria para realizar la presente investigación. Así mismo, a nuestros Docentes de la Escuela Profesional de Administración, en especial al Programa de Formación para Adultos. Finalmente agradecemos, a todos los que de alguna u otra forma nos han ayudado en la consecución de nuestra investigación.

# PÁGINA DEL JURADO



Universidad César Vallejo  
Facultad de Ciencias Empresariales  
**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo – Piura, siendo las 7:00 pm del día VIERNES 26 de ABRIL del 2019.

El Jurado Evaluador de la Tesis denominada:

**“VIABILIDAD DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
SERVICIO MOVIL PARA VEHICULOS LIIVIANOS EN EL  
CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE SAC DE PIURA - 2018”**

Sustentada por:

**AGUILERA CARRASCO JORGE LUIS / ENCALADA  
CRUZ YANIRA LIBERTAD**

Bachiller en: \_\_\_\_\_  
(Apellidos) (Nombres)

Administración.

ACUERDAN:

\_\_\_\_\_ *Aprobar la tesis*

RECOMIENDAN



Presidente (a) del Jurado: Dra. Néilda Rodríguez de Peña  
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado: Dr. Freddy Castillo Palacios  
Nombre Completo Firma

Miembro (a) del Jurado: Dr. Luis Sánchez Pacheco  
Nombre Completo Firma

> **CAMPUS PIURA**  
Av. Prolongación Chulucanas S/N Z.I.III  
Tel.: (073) 285900 anx.: 5501

fb/ucv.piura  
somosucv.edu.pe  
#AsiEsLaUCV  
ucv.edu.pe

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Nosotros, Aguilera Carrasco, Jorge Luis con DNI N° 02870136 y Encalada Cruz, Yanira Libertad con DNI N° 40204732, estudiantes del décimo ciclo 2018 de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo Declaramos la autenticidad de mi estudio de investigación denominado “Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario Interamericana Norte S.A.C. de Piura - 2018”, para lo cual, me someto a las normas sobre elaboración de estudios de investigación al respecto.

Así mismo, declaramos también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Piura, 02 de abril del 2019

  
\_\_\_\_\_  
Aguilera Carrasco, Jorge Luis  
DNI N° 02870136

  
\_\_\_\_\_  
Encalada Cruz, Yanira Libertad  
DNI N° 40204732

## INDICE

Carátula .....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad .....	v
Índice .....	vi
Índice de tablas .....	viii
Índice de gráficos.....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Realidad problemática .....	1
1.2. Trabajos Previos.....	2
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	5
1.4. Formulación del problema .....	9
1.5. Justificación del estudio .....	9
1.6. Objetivos .....	9
1.6.1. Objetivo General .....	9
1.6.2. Objetivos específicos .....	9
II. MÉTODO .....	10
2.1. Diseño de Investigación.....	10
2.2. Variables, Operacionalización .....	10
2.3. Población y muestra .....	12
2.4. Técnicas, instrumentos y recolección de datos, validez y confiabilidad .....	12
2.5. Métodos de análisis de datos.....	13
2.. Aspectos éticos .....	13
III. RESULTADOS .....	14
IV. DISCUSIÓN.....	20
V. CONCLUSIONES.....	22
VI. RECOMENDACIONES.....	23
VII. PROPUESTA.....	24

<b>REFERENCIAS</b> .....	29
<b>ANEXOS</b> .....	32
Anexo 1. Matriz de consistencia .....	33
Anexo 2. Cuestionario.....	34
Anexo 3. Validación de instrumentos.....	35
Anexo 4. Confiabilidad.....	47
Anexo 5. Acta de aprobación de originalidad de tesis.....	48
Anexo 6. Pantallazo del porcentaje del turnitin.....	49
Anexo 7. Autorización de publicación de tesis.....	50
Anexo 9. Versión final del trabajo de investigación.....	51

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N° 01. Distintivo de automóviles que requieren prestación</b>	<b>14</b>
<b>Tabla N° 02. Pasado de móvil en fase de respaldo</b>	<b>14</b>
<b>Tabla N° 03. Primacía en abastecedor la prestación</b>	<b>15</b>
<b>Tabla N° 04. Prioridad en abastecedor de asistencia</b>	<b>15</b>
<b>Tabla N° 05. Número de móviles por usuario flota</b>	<b>16</b>
<b>Tabla N° 06. Conoce otra elección</b>	<b>16</b>
<b>Tabla N° 07. Predilección en itinerario de servicio</b>	<b>17</b>
<b>Tabla N° 08. Precio de servicio final</b>	<b>17</b>
<b>Tabla N° 09. Predilección en medio de pago</b>	<b>17</b>
<b>Tabla N° 10. Lo que menos gozó</b>	<b>18</b>
<b>Tabla N° 11 Esfera de extensión</b>	<b>19</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Grafico N° 01 Intervención en la plaza</b>	<b>19</b>
---	-----------



## RESUMEN

En Piura es notoria la falta de empresas del rubro automotriz que brindan servicio de mantenimiento, asistencia técnica, auxilios y/o reparaciones en campo. Tener la capacidad instalada al tope y una importante cantidad de servicios no atendidos, hemos creído conveniente proponer un nuevo servicio a nuestros clientes, con la denominación: “Viabilidad de Mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el Concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018”. Para esta investigación se procede a realizar el Estudio de Mercado aplicando 132 encuestas; las cuales permitieron determinar la demanda potencial y efectiva; así como conocer a nuestros posibles competidores. Una vez obtenida la demanda se procedió a determinar la demanda proyectada no atendida dando como resultado 117,181 servicios. Se concluyó que si es viable la implementación de un taller móvil ya que existe un nicho de mercado no atendido con el servicio que existe en la actualidad. Se tomaron en cuenta todos los datos analizados para poder generar una propuesta de valor para el cliente solucionando los inconvenientes que los clientes potenciales expresaron en los datos de la investigación. Finalmente se procede a concluir que el servicio de mecánica automotriz a domicilio está diseñado para satisfacer las necesidades de la ciudadanía piurana; y en última instancia se procede a recomendar que se debe establecer un programa de citas de manera que exista atención en relación a la disponibilidad de nuestros clientes.

**Palabras claves:** capacidad instalada, viabilidad, taller móvil, propuesta de valor, satisfacer.

## **ABSTRACT**

In Piura there is a notable lack of companies in the automotive industry that provide maintenance, technical assistance, assistance and / or repairs in the field. Having the installed capacity at the top and an important amount of unattended services, we have thought it convenient to propose a new service to our customers, with the denomination: "Market Viability for the implementation of a mobile service for light vehicles in the Interamericana Norte Dealer SAC of Piura - 2018 ". For this investigation we proceed to carry out the Market Study by applying 132 surveys; which allowed to determine the potential and effective demand; as well as meet our potential competitors. Once the demand was obtained, the projected unmet demand was determined, resulting in 117,181 services. It was concluded that if the implementation of a mobile workshop is feasible since there is a niche market not served with the service that currently exists. All the analyzed data were taken into account in order to generate a value proposal for the client, solving the drawbacks that the potential customers expressed in the research data. Finally, we proceed to conclude that the service of automotive at home is designed to meet the needs of the Piura citizenship; and ultimately we proceed to recommend that a dating program should be established so that there is attention in relation to the availability of our customers.

**Keywords:** installed capacity, viability, mobile workshop, value proposal, satisfy.

## **I. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. Realidad problemática**

La manufactura mecánico en el mundo conserva un desarrollo en ventas totales de 3.4 por ciento durante el primer cuatrimestre del año en curso, con 28.8 millones de unidades comercializadas, de acuerdo con un estudio realizado por la empresa JATO.

Tras varios años de retroceso, el mercado automotor en Perú reflejó un ligero avance el año pasado cuando se colocaron 180,281 unidades, un aumento del 6% en comparación con el 2016 y sus 179,020 vehículos comercializados. A pesar del crecimiento, Edwin Derteano, presidente de la Asociación Automotriz del Perú (AAP), destaca que este ha sido inferior al promedio de nuestros vecinos sudamericanos, ya que países como Chile y Brasil tuvieron tasas de 8.9% y 9.2%, respectivamente. Para un país como el nuestro es muy importante el panorama del mercado automotor: En primer lugar porque somos primordialmente mineros, industria que requiere de muchas unidades vehiculares para su crecimiento. En segundo lugar, porque cada vez es más urgente renovar el parque automotor.

La empresa en estudio, es una sociedad destinada a la comercialización de automóviles de flota ligera y pesada y servicios post-venta. Cuenta con más de 17 años de experiencia en el mercado y presencia a nivel nacional.

En los últimos meses su taller ya no puede atender a todos sus clientes tan rápido como lo han hecho, debido a la alta demanda que excede el límite de su capacidad instalada, al estar operando al 100% de su capacidad, justamente en momentos donde sus clientes no disponen de mucho tiempo y requieren rapidez en el mantenimiento de su vehículo. Las citas deben realizarse con varios días de antelación y muchas veces no las consiguen en su momento lo que genera molestia en los clientes.

De no tomar acciones inmediatas aumentara la ausencia de los usuarios debido a que sus horarios son inadecuadas a las horas del taller, sufrirán una disminución en la tasa de

retención de servicios que afectan los ingresos y el rendimiento. La investigación plantea analizar la viabilidad de mercado para dar el servicio donde el cliente lo requiera, es decir “in situ” o a domicilio, para disminuir la dependencia del espacio físico en el taller, descongestionarlo y asegurar la rapidez pero manteniendo la misma efectividad.

Esto ante la evidente falta de empresas que brinden el servicio en campo en las condiciones descritas anteriormente. Es apropiado proponer una operación que ayude a atender todos los segmentos. El estudio llevo a cabo evaluaciones de la factibilidad del mercado mediante la implementación de un calidad de asistencia preventivos en campo, con esto se puede mantener el crecimiento de la empresa, sostener la fianza de las marcas que se comercializan y al mismo tiempo promover la imagen y el posicionamiento del concesionario en la Región.

## **1.2. Trabajos Previos**

### **1.2.1. Internacionales**

Cepeda (2015) ejecutó la indagación titulada “Investigación de mercado para el taller auto mecánica “Cepeda” en la ciudad de Guayaquil, sector Norte Mapasingue Oeste (AGA) año 2015”. Se planteó como fin principal calcular la cota de consentimiento del taller Cepeda. Esta investigación fue de modalidad descriptiva y exploratoria de enfoque cuantitativo, tuvo como población los 25,000 habitantes de Mapasingue Oeste de las cuales se tomaron como muestra 380 personas. El 58% de los encuestados buscan un taller que ofrezca servicios garantizados y un 53% no tiene un taller fijo de mantenimiento. Respecto al taller la mayoría opina que falta orden y limpieza aunque el servicio es aceptable. El estudio llega a la conclusión que el taller no está utilizando la publicidad de la mejor manera por lo que recomienda la elaboración de un plan de marketing.

Crespo (2015) realizó la exploración denominada “Estudio de mercado de las soldaduras especiales y propuesta de estrategias comerciales para la empresa Sager S.A. de la ciudad de Guayaquil-Ecuador”, tesis para obtener el título de Magister en Administración de Empresas en la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador”. Su meta primordial fue fundar estrategias comerciales a través de un disertación de compradores para superar el cota

de detalle y asistencia en el actividades comerciales. Desarrolla una averiguación exploratoria, descriptiva, inexperimental y transversal; con una población constituida por los 155 asiduos con los que recuento Sager S.A. en su plataforma de fichas, de los cuales se tomaron 47 como muestra a quienes se aplicó una encuesta de 9 preguntas. Se obtiene que casi un 80% de los clientes están satisfechos con los productos y servicios de la empresa, sin embargo menos de la mitad lo está con los precios, lo que se refleja en un 40% de ellos que declaran que sus precios deben mejorar.

Según la evaluación seleccionada “Esquema de un factoría móvil para el prestación de maquinaria, en la localidad de Riobamba”. Su justo es resolver el complicación de los interesados que tienen daños impensados en las carreteras. Se utilizó una métodos de campo y bibliográfica, arrebatando tal prototipo 399 preceptores a quienes se les administró una pesquisa para tantear la insuficiencia del factoría móvil.

### **1.2.2. Nacionales**

Revoredo y Bonilla (2017) hicieron la indagación nombrada “Estudio de mercado para la implementación de un taller de personalización de autos”. Plantea una investigación descriptiva, no experimental, en base a una población conformada por todos los automóviles del parque automotor de Lima cuyos propietarios pertenecen al segmento socioeconómico A, B; de los cuales se extrajo una muestra aleatoria de 356 propietarios de vehículos a quienes se aplicó una encuesta de 25 preguntas encontrándose los siguientes resultados: el 85% declaró que estaría dispuesto a hacer uso del servicio siempre y cuando sea totalmente personalizado. El 78% prefiere diseños deportivos y pagaría por los 300 y 500 nuevos soles. El estudio concluye que el servicio tendría la demanda necesaria para su implementación, siempre que sea ubicado en un lugar céntrico y se recomienda realizar el estudio técnico y económico.

Suarez y Valle (2016) “Diseño de actividades comerciales para la ejecución del taller Tiki Cars. El fin es indagar la contingencia de introducir una organización que brinde el auxilio de trabajo, aplanado y color con particularidad y en el mínimo lapso permisible.

Polo (2016) en su exploración “Plan de cambio para la consumación de una compañía de auxilio automático”. Su objetivo es proyectar una agrupación que ofrezca el asistencia

automática. El plan se estableció en ambos ciclos: la inicial que cubre una disertación y una investigación de mercado y la suplente se describe más a talentos expertos como el croquis de la planta.

### **1.2.3. Regionales**

Frías (2013) en su búsqueda titulada “Análisis de plaza de la creación de un hotel dos estrellas en Zorritos, Tumbes, como objetivo general determinar el grado de viabilidad para la creación de un hotel en el distrito de Zorritos en el año 2013. La metodología de esta pesquisa es explicativo, mediante un diseño no experimental y transversal; se elaboró una pesquisa para acordar el perfil y volumen del requerimiento de servicios de hoteles en el distrito de Zorritos, reconociendo las particularidades y peticiones de los beneficiarios del servicio y para su elaboración se cogió para turistas una muestra de 142 personas. Dentro de las principales conclusiones se observa que oferta de este tipo de servicio es variada dentro de los cuales se ofrecen servicios de hoteles de 1, 2 y 3 estrellas; además hospedajes; bungalos y casas acondicionadas para brindar hospedaje; las características de la oferta también es variada de acuerdo al nivel de tipo de hotel. La preferencia de la demanda es hacer uso de los servicios de hoteles de 02 estrellas. Los usuarios están conformes con los estándares de servicios de los diferentes hoteles y que los factores predominantes en un 80.9% son seguridad, precio y comodidad, respectivamente en ese orden. En relación a las preferencias y gustos se puede observar que la frecuencia de visita al distrito de Zorritos; es de forma anual o semestral; el 88,1% suele gastar entre S/. 61 a más de S/. 100 nuevos soles, por alojamiento en hoteles.

Ruiz (2015) en su busca propuesta “Monografía de posibilidad y contingencia para la fundación de un plantel de funcionamiento mecánico en la localidad de Sullana”. Se proyectó como fines reducidos, prescribir mediante una exposición de actividades comerciales la presencia de una postulación doble de asiduos individuos. El artículo es de prototipo detallado, no empírica y de incisión transversal. El tratado finiquita atestiguando que el designio es realizable al justificar una postulación descontenta en el 78.2% de la población. Además se estipuló que la principal centro del industria sería en las edificaciones contiguas al centro de la localidad.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **Viabilidad de mercado:**

Baca (2013) dice que se denomina “estudio de mercado a la primera parte de la investigación formal del estudio de viabilidad de un proyecto. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización”.

Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueden obtenerse de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. El objetivo general de esta investigación es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado (Baca, 2013).

Los objetivos del estudio de mercado son los siguientes:

- Comprobar la existencia de una demanda insatisfecha o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que actualmente se ofrece en el mercado
- Determinar la cantidad de bienes o servicios que la comunidad estaría dispuesta a comprar a un determinado precio.
- Conocer los medios que se emplean para hacer llegar los bienes y servicios a los usuarios
- Dar una idea al inversionista del riesgo que su producto o servicio corre de ser o no aceptado en el mercado.

#### **Demanda:**

Baca (2013) señala que el análisis de la demanda consiste “en determinar y medir cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado respecto a un bien o

servicio, así como establecer la oportunidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda”. La demanda está en función de muchos factores como son:

- La necesidad real que se tiene del bien o servicio
- Su precio
- El nivel de ingresos de la población, etc.

Sapag (2011) por su parte alude que es la cantidad de elementos de servicio determinadas dependiente listo a obtener, en un determinado periodo de tiempo, a los diferentes precios establecidos.

El estudio de la demanda debe tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, indicadores econométricos, etc.; mediante el empleo de herramientas de investigación de mercados. Generalmente los estudios de campo proporcionan una valiosa información sobre los factores cualitativos de la demanda. Generalmente una vez cuantificada la demanda actual deberán hacerse proyecciones a través del método más conveniente en cada caso. Respecto al uso de fuentes primarias para el análisis de la demanda, se puede dar de dos formas: Observar directamente la conducta del usuario, aplicarle un cuestionario ya sea por correo, por teléfono o mediante una entrevista personal.

### **Oferta:**

Para Baca (2013) es “la cantidad de bienes o servicios que un determinado número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un determinado precio”. La oferta al igual que la demanda, está sujeta a una serie de factores como son: los precios en el mercado del producto o servicio, los apoyos o incentivos del gobierno, etc. Este mismo autor clasifica la oferta en tres categorías: oferta competitiva o de libre mercado, oferta oligopólica y oferta monopólica, según existan varios o un solo productor del bien o servicio.

Un buen análisis de la oferta deberá abarcar los siguientes puntos:



- Número de productores
- Localización
- Capacidad instalada y utilizada
- Calidad y precio de los productos
- Planes de expansión
- Inversión fija realizada
- Número de trabajadores

Una vez conocidas la demanda y la oferta, se está en condiciones de calcular la demanda potencial insatisfecha que viene a ser la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones sobre las que se hizo el cálculo (Baca, 2013).

### **Precio:**

“Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (Baca, 2013). Esta definición podría no estar de acuerdo en muchos casos donde existe por ejemplo control gubernamental de los precios de ciertos productos y servicios. También hay quienes consideran que el precio lo determina el costo de producción más un porcentaje de ganancia.

También se puede hablar de distintos tipos de precios tales como:

- Precio internacional: que se usa en artículos de importación y exportación, generalmente expresado en dólares FOB en el país de origen.
- Precio regional externo: vigente solo en una parte del continente generalmente por acuerdos comerciales.
- Precio regional interno: vigente en una parte del país, generalmente debido a que se producen y consumen en esa región.
- Precio local: vigente en poblaciones cercanas.
- Precio nacional: vigente en todo el país para la determinación del precio se debe tener en consideración que existen diferentes calidades y distintos

precios. También se pueden fijar precios diferentes según la cantidad que se compre. Por último también puede haber precios diferentes para los diversos canales de distribución del producto: A detallistas, a mayoristas, a distribuidores.

En todo caso la fijación del precio debe tener en cuenta las siguientes consideraciones:

- La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas más un porcentaje de ganancia que es el que se fija de acuerdo a posiciones estratégicas.
- Se debe considerar la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país ya sea de bonanza o de crisis.
- La reacción de la competencia a la aparición del nuevo producto o servicio.
- El comportamiento del revendedor o intermediarios.
- La estrategia de mercadeo.
- Control de precios que el gobierno puede imponer.

### **Perfil de Consumidor**

El perfil del consumidor es el término que se le da a la descripción de las características de los consumidores de un producto o usuarios de un servicio determinado. Este perfil se obtiene tras realizar un estudio minucioso de los consumidores o usuarios, variable muy importante para la definición de cualquier estrategia de marketing.

Arellano (2002) manifiesta que: “es aquella actividad interna o externa del individuo o grupos de individuos dirigida a la satisfacción de sus necesidades mediante la adquisición de bienes o servicios”.

Al referirse al comportamiento del consumidor, habla de un comportamiento dirigido de manera concreta a la satisfacción de necesidades mediante el uso de bienes o servicios.

## **1.4. Formulación del problema**

### **1.4.1 Pregunta General**

¿Es viable en el mercado la ejecución de un auxilio móvil para autos livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018?

### **1.4.2. Preguntas específicas**

¿Cuál es tamaño de la oferta de la asistencia móvil para vehículos leves en el mercado de Piura – 2018?

¿De qué tamaño es la demanda del servicio móvil para vehículos livianos en el mercado de Piura – 2018?

## **1.5. Justificación del estudio**

La indagación se acredita de manera práctica, sin Piura con las asistencias técnicas de conservación de vehículos móviles, sugerir la asistencia con equipos modernos y especialistas, lo que facilita a los dueños de móviles cumplir con los programas de conservación fijados por el fabricante.

## **1.6. Objetivos**

### **1.6.1. Objetivo General**

Determinar la viabilidad en el mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura - 2018.

### **1.6.2. Objetivos específicos**

- Determinar el volumen de la demanda en el mercado de Piura – 2018.
- Calcular el tamaño de la oferta en el mercado de Piura – 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1. Diseño de Investigación**

La investigación fue de tipo aplicada. Asimismo, fue descriptiva ya que se caracterizó la realidad de la empresa y se presentaron los resultados tal y cual se observaron. La investigación fue orientada pues se realizó para la solución de problemas de la empresa.

### **2.2. Variable, Operacionalización**

#### **2.2.1. Viabilidad de mercado**

Baca (2013) dice que se denomina “artículo de oportunidades de venta a la inicial parte de la indagación sensato del artículo de posibilidad de un propósito. Forma la determinación y cuantificación de la solicitud y la ofrecimiento, el estudio de los costos y el disertación de la mercantilización”.

### 2.2.2. Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
<b>VIABILIDAD DE MERCADO</b>	“Primera parte de la investigación formal del estudio de viabilidad de un proyecto que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013)	Demanda	Operacionalmente la dimensión demanda se mide por los indicadores: demanda actual, proyección de la demanda, costos y precio del servicio.	Requerimiento actual	Nominal
				Proyección de la demanda	
				Costos del servicio	Nominal
				Precio del servicio	
		Oferta	Operacionalmente la dimensión oferta se mide por los indicadores oferta actual y proyección de la oferta, se definirá por el uso de una encuesta a los probables usuarios.	Propuesta actual	Nominal
				Proyección de la oferta	

## **2.3. Población y muestra**

### **2.3.1 Población**

Los clientes actuales que son 132.

### **2.3.2 Muestra**

Es el 100% del poblamiento debido que el número de elementos es escasa. Por lo cual, la muestra está conformada por el total.

## **2.4. Técnicas, instrumentos y recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnicas**

Se aplicaron un cuestionario a clientes de flotas con el fin de conocer detalles acerca de los factores de trabajo e indagar respecto a la viabilidad del mercado, respectivamente.

### **2.4.2 Instrumentos de recolección de datos**

El instrumento utilizado fue el cuestionario, formado por 14 interrogantes relacionadas con cada objetivo, dimensión e indicadores y que se aplicó a los asiduos de la compañía

### **2.4.3. Validez**

La validez del instrumento fue sometido por tres expertos en la especialidad, para determinar la idoneidad de estos y su pertinencia con el estudio y sus objetivos quienes certificaron con su rúbrica que el instrumento permitió medir los fines propuestos en la indagación..

### **2.4.4. Confiabilidad**

Las interrogantes del temario tienen una configuración heterogénea, de manera que no requiere confidencialidad.

## **2.5. Métodos de análisis de datos**

Se empleó el software SPSS 24.0, que permitieron decretar el requerimiento, ofrecimiento y precios calculados del servicio.

## **2.6. Aspectos éticos**

Se formalizó con la diafanidad al recoger los antecedentes para la averiguación; asimismo se acentuó en la seriedad de los resultados conseguidos, así como en la confidencialidad de las fuentes y la honestidad al momento de hacer el análisis. Para terminar, se demostró el respeto por los derechos del autor.

### III. RESULTADOS

Resultado de las encuestas aplicadas a clientes flota.

#### 3.1 DEDUCCIONES DE LA DEMANDA

En base al objetivo de determinar el tamaño de la demanda, se tiene:

##### 1. ¿De qué marca son sus vehículos?

**Tabla N° 01. Distintivo de automóviles que requieren prestación**

Precintos	Asiduidad	Participación
Mitsubishi	68	51,6
Volkswagen	26	19,7
Nissan	27	20,5
Total	132	100,0

**Fuente: Indagación aprovechada a clientes**

El de más aceptación es Mitsubishi perseguido de Nissan y Volkswagen proporcionalmente; que se vinculan con la colaboración de asistencia en nuestro agente,

##### 2. ¿Qué antigüedad tienen sus vehículos?

**Tabla N° 02. Pasado de móvil en fase de respaldo**

Experiencia	Periodicidad	Prima
De 1 a 5 años	108	81,8
De 6 a más años	24	18,2
Total	132	100,0

**Origen: Cuestionario administrado a asiduos**

Se logró reconocer un alto porcentaje de vehículos que tienen de 1 a 5 años de antigüedad, además están en el periodo de garantía para el mantenimiento preventivo en una tienda legal de la firma.



### 3.2 RESULTADOS DE LA OFERTA

En relación al objetivo de calcular el tamaño de la oferta, tenemos:

3. ¿A dónde va cuando tiene inconvenientes con su móvil?

**Tabla N° 03. Primacía en abastecedor la prestación**

Distribuidor	Repetición	Proporción
Representante acreditado	102	77,30
Fábrica no autorizado	22	16,70
Experto de seguridad	7	5,30
Asistencia de apoyo	1	0,80
General	132	100,00

**Principio: Aplicado a usuario**

Considerando que un vehículo debe considerar un representante licito de la marca, un 77.3% asiste a un taller oficial.

4. ¿Tendría en cuenta los transacciones de factoría móvil entregados por nuestra agrupación?

**Tabla N° 04. Prioridad en abastecedor de asistencia**

	Constancia	Porcentaje
Sí	124	93,9
No	8	6,1
Total	132	100,0

**Fuente: Interrogantes asignados a usuarios**

En el cuadro N°4 indica el 93.9% de usuario están determinados a capturar la prestación propuesto por nuestra compañía.

5. ¿Cuántos automóviles de su escuadra reflexiona que solicitan éste prototipo de favor?

**Tabla N° 05. Número de móviles por usuario flota**

Cant. Veh.	Frecuencia	Porcentaje %
3	45	34.10
4	30	22.73
5	16	12.11
6	18	13.64
7	13	9.85
8	4	3.03
9	3	2.27
10	3	2.27
Global	132	100,0

**Fuente: Sondeo hecho a beneficiarios**

Según los resultados obtenidos todos se atenderían por un servicio móvil.

6. ¿Sabe de una nueva sociedad que ofrezca una ayuda análoga?

**Tabla N° 06. Conoce otra elección**

	Asiduidad	Relación
Sí	10	7,6
No	122	92,4
Total	132	100,0

**Fuente: Medición hecho a usuarios**

El 92.4 % desconocen una tienda que ofrezca una prestación móvil, por lo que no hay una propuesta razonable que se revela en un 7.6%, deduciendo no tener rivalidad inmediata.

7. ¿Prefiere que el prestación se efectúe en cierto día de la periodo en específico?

Los beneficiarios eligen atenderse en gran proporción los días fines de semana y feriados.

8. ¿Qué itinerario recomienda para el servicio?

**Tabla N° 07. Predilección en itinerario de servicio**

	Continuidad	Porcentaje
De 08:00 hrs. - 13:00 hrs	102	77,3
De 14:30 hrs. - 18:00 hrs.	22	16,7
Terceros	8	6,0
General	132	100,0

**Fuente: Fondeo hecho a compradores**

Los usuarios indican una mayor preferencia en horario de mañana en 77.3%.

9. ¿Cuánto le valió aproximadamente su auxilio final provisorio?

**Tabla N° 08. Precio de servicio final**

	Periodicidad	Proporción
S/ 300 - S/ 400	16	12,1
S/ 401 - S/ 500	18	13,6
S/ 501 - S/ 600	44	33,3
S/ 601 - S/ 700	49	37,1
Más de S/ 701	5	3,8
Total	132	100,0

**Fuente: Búsqueda trabajado a clientes.**

Según se aprecia en el cuadro se representa al vale cociente de servicio, en un porcentaje total de 70.4% y se concentra entre S/501.00 y S/700.00.

10. Para este servicio. ¿Qué intermedio de desembolso elige manejar?

**Tabla N° 09. Predilección en medio de pago**

	Frecuencia	Porcentaje
Giro en tarjeta	39	29,5
Traspaso financiera	7	5,3
Efectivo	63	47,7
Tarjeta de crédito/débito	23	17,4
Total	132	100,0

**Sondeo ejecutado a compradores de flota**

El 47,7 % prefiere realizar el pago al cash, contexto a valorar por cuestiones de seguridad. El 29,5 % prefiere el depósito en cuenta y a modo tercera elección; el 52.3% opta manipular capitales de cancelación que constan a la equivalente con la técnica.

11. ¿En qué lugar prefieres su localización? De implantar una agrupación de auxilio móvil, Piura fue la sede con más aceptación 78.1%, estando Sullana y Talara en pequeña equilibrio con un integral de 21.9%.

12. En su visita a Interamericana Norte ¿Qué es lo que menos que le ha gustado?

**Tabla N° 10. Lo que menos gozó.**

	Reiteración	Relación
Esmero del monitor	12	9,1
Performance del auxilio	2	1,5
Lapso de cesión	57	43,2
Costo	31	23,5
Punto	30	22,7
Total	132	100,0

**Comienzo: Laboriosa a compradoras**

A la más parte de nuestros usuarios no les deleitarse el espacio de cesión 47,2 %, continuo del monto y establecimiento que rastrean 65.9%, pares se incumben a la necesidad de tomar este paradigma de prestación.

13. Lo que busca de un taller, refiera por categoría de calidad sabiendo que 1 es el más importante y el 9 es menos importante.

El 90.9%, lo supone muy significativo y trascendental. Se relaciona directamente con la interrogación 12, en la que se estipuló que al consumidor no le siente hacer cola y anhela disponer sus actividades comerciales en un itinerario aparente que no impidan sus movimientos con sus carros.

### 3.3 Datos Generales

**Tabla N° 11 Esfera de extensión**

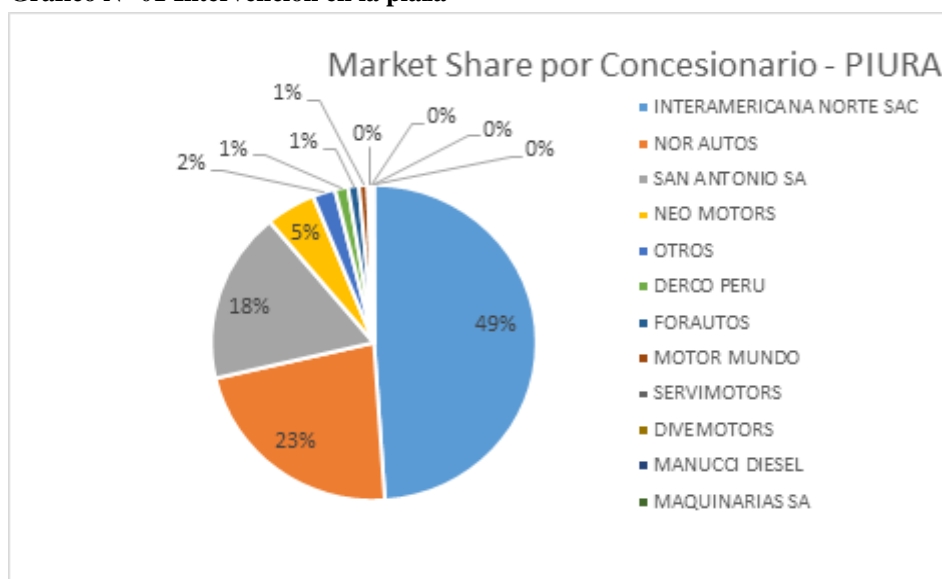
TIEMPO	Insistencia	Prima
26 a 35	72	54.55
36 a 45	18	13.64
46 a 55	28	21.21
56 a 64	14	10.61

**Inicio: Reportaje laborosa a consumidores flota de Interamericana**

La franja de tiempo entre 26 a 35 años que sobresale en las oportunidades de compra, visiblemente se muestra en este cuadro.

### 3.4 OBSERVACIÓN DE LA DEMANDA

**Gráfico N° 01 Intervención en la plaza**



**Fuente: SUNARP – Setiembre 2018**

Según al gráfico N° 01 49% es la cooperación de oportunidades de venta que simboliza Interamericana y es mayor en colación a cualquier comisionista 3S de la urbe de Piura.

#### IV. DISCUSIÓN

Para la vigente averiguación se ha utilizado un lista de preguntas, el mismo que consta de 14 preguntas. Los resultados han sido presentados siguiendo el orden de los objetivos.

Con relación al primer objetivo que está orientado a determinar el tamaño de la demanda, Baca (2013) explica la instancia “en estipular y tantear cuales son las ímpetos que conmueven los exigencias del actividades comerciales relación a un bien o servicio, así como establecer la oportunidad de contribución del producto del plan en la agrado de gozo demanda”.

El resultado de investigación de Maridueña, Pilacuan y Villafuerte (2015), concluyen en lo siguiente: Que hay un comercio y una requerimiento trascendente del prestación de sostenimiento, los clientes permitidos dejar ver una demanda aumentada por el ayuda de compañías que tienen un sitio real en el que consigan consumir el compromiso,

El resultado de investigación se encontró 93.9% que tienen carros están prestos a asir la prestación movible brindado por de nosotros, por tanto prexiste una marcada petición para esta prestación innovadora.

De acuerdo con la teoría la demanda implica satisfacción de necesidades de los clientes, para el cliente el factor tiempo es importante, cumplir en los plazos ofrecidos con lo cual el servicio móvil de mantenimiento cubre esa necesidad, “ir hacia el cliente y no esperar que el cliente vaya hacia los talleres”.

Con relación al segundo objetivo que está orientado a calcular el tamaño de la oferta, Baca (2013) afirma que es “la cantidad de bienes o servicios que un determinado número de oferentes está dispuesto a poner a disposición del mercado a un determinado precio”. La oferta al igual que la demanda, está sujeta a una serie de factores como son: los precios en el mercado del producto o servicio, los apoyos o incentivos del gobierno, etc.

La investigación Guaylla y Sinche (2016) encontró lo siguiente: El estudio consuma que coexistirá una instancia apta para efectuar el asistencia.

El resultado de encuesta en relación a la oferta determinó claramente que los clientes afirman que no existe otro lugar que ofrezca un servicio móvil, concluyendo que no tenemos competencia directa, lo que nos permite convertirnos en una compañía líder en esta área, debe asistir a un distribuidor autorizado de la marca, y las respuestas a nuestra muestra encuestada confirman para asistir a un oficial superior.

La investigación de Revoredo y Bonilla (2017) nombrada “Estudio de mercado para la implementación de un taller de personalización de autos”, finaliza que el servicio tendría la demanda necesaria para su implementación, siempre que sea ubicado en un lugar céntrico y se recomienda realizar el estudio técnico y económico.

Existe una demanda para el servicio de mantenimiento móvil en la medida que la empresa es concesionario autorizado multimarca para la prestación de este servicio. La oferta no existe porque es un servicio exclusivo de Interamericana Norte S.A.C., afirmando que existe una viabilidad de mercado para brindar el servicio.

## **V. CONCLUSIONES**

1.- Hay un elevado nivel de consentimiento para desarrollar de una asistencia móvil; esto se valida en el análisis y tabulación de la encuesta donde arrojó que el 93.9% de los sondeados están prestos a obtener el servicio. Al analizar el mercado automotriz de los clientes de Interamericana Norte SAC, se determinó la existencia de varios factores que hacen viable comercialmente el proyecto, permitiendo el ahorro de tiempo de los clientes, cumplir con el servicio de mantenimiento programado y mantener la garantía. Existe una proyección de demanda positiva en la que la nueva línea de negocio puede ofrecer los servicios de manera competitiva y eficiente.

2.- De acuerdo a los datos de la encuesta se determina que hay posibilidad de mercado para la invención del servicio en la medida que nuestra competencia es escasa, con esta investigación se concluye que si es factible la implementación de un taller móvil para vehículos livianos ya que existe un nicho de mercado no atendido según unidades en operación en la ciudad de Piura. El realizar los servicios de mantenimiento en un taller autorizado permite mantener la garantía del importador de la marca y sobre todo mantener en óptimas condiciones el vehículo con el uso de repuestos originales, mano de obra según estándares de la marca y esto a su vez mantiene un alto valor de reventa.



## **VI. RECOMENDACIONES**

1.- Tomar la decisión de invertir en un nuevo negocio de acuerdo a los datos de la demanda, así mismo realizar un estudio técnico, económico y financiero que evidencien los aspectos inherentes al desarrollo del servicio móvil, con la finalidad de garantizar no sólo la viabilidad comercial sino también la viabilidad en general.

2. - Evaluar las diferentes políticas comerciales que establecen los importadores de las marcas hacia la adquisición de medidas y de esta perfil desarrollar el proyecto de implementación de un servicio móvil.

3.- Identificar las necesidades de cada cliente al momento de concertar las citas de atención, analizando la posibilidad de efectuar promociones y servicios colaterales atractivos para los clientes, con la finalidad de mantenerlo siempre satisfecho y al mismo tiempo una entrega de soluciones oportunas y garantizadas.

4.- Es recomendable ofertar servicios que se ajusten a las tarifas ya establecidas a nivel nacional y de acuerdo con los costos y gastos en los cuales se incurren con el proyecto en estudio. De esta forma planificada, mediante la utilización de herramientas administrativas se deberá estimar un precio a cada uno de los servicios en campo con el respectivo margen de utilidad planteado en la investigación.

## **VII. PROPUESTA**

### **ESTRATEGIAS DE MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN PARA LA INTRODUCCIÓN AL MERCADO DEL SERVICIO MÓVIL PARA EL CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE SAC**

#### **INTRODUCCIÓN**

Interamericana Norte SAC es una empresa concesionaria automovilística dedicada a ofrecer vehículos de flota liviana y pesada, repuestos de alta calidad y servicios post-venta. Estamos ubicados en las ciudades de Piura, Sullana, Talara, Chiclayo, Jaén y Tumbes, y contamos con más de 17 años de experiencia en el mercado, trabajando con un claro sentido de responsabilidad, creatividad y dinamismo, junto a un equipo de profesionales comprometidos con la satisfacción absoluta de los clientes.

#### **I. GENERALIDADES**

##### **1.1. GIRO DEL NEGOCIO**

Interamericana Norte SCA es un concesionario automotriz multimarcas que se propone a la comercio y auxilio técnico de vehículos tanto de flota pesada.

##### **1.2. SERVICIOS**

Nuestras instalaciones están dotadas de modernos equipamientos del sector, que nos permiten ofrecer un servicio integral y de la máxima calidad, destacando:

- Mecánica y electricidad.
- Carrocería y pintura.
- Servicios Rápidos de mantenimiento.
- Servicio de lavado
- Venta de repuestos con piezas originales multimarca.
- Servicios de Carrocería concertados con las principales aseguradoras.

### **1.3. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN**

Interamericana Norte SAC en los últimos meses en su servicio de pos venta asiste a sus clientes no con la prontitud que quieren, por la gran demanda que supera, justamente en momentos donde sus clientes no disponen de mucho tiempo y requieren rapidez en el mantenimiento de su vehículo. Las citas deben realizarse con varios días de antelación y muchas veces no las consiguen en su momento lo que genera molestia en los clientes.

### **1.4. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO**

El servicio comprende los servicios de mantenimiento preventivo, reparaciones mecánicas, de carrocería y pintura; así como también servicios colaterales. Siendo Piura la sede principal con mayor número de atenciones y participación del mercado su capacidad de atención es de 30 citas diarias.

### **1.5 SITUACIÓN EN EL SERVICIO**

Los clientes desconocen un espacio que proporcione una atención, a efectos no hay significativa oferta, al no tener competencia directa para este nuevo servicio, es inevitable implantar y abrir maniobras de mercado y marketing que permitan incrementar la mayor cantidad de compradores legales de la empresa.

## **II. ANÁLISIS FODA**

### **2.1. FORTALEZAS**

- Representar marcas con buena aceptación en el mercado.
- Atención personalizada al cliente.
- Contar con locales propios.

## **2.2. OPORTUNIDADES**

- Mercado interno Potencial.
- Alianzas con compañías aseguradoras.
- Nuevos proyectos de inversión.

## **2.3. DEBILIDADES**

- Capacidad instalada finita.
- Bajo stock de repuestos limitados.
- Inversión mínima en Gestión de Marketing.

## **2.4. AMENAZAS**

- Incremento de repuestos alternativos en el mercado.
- Fenómenos Naturales frecuentes en el Norte del País.
- Aumento de Talleres no autorizados.

### **III. PERFIL DEL USUARIO**

Conforme a las derivaciones de la averiguación del mercado, el conducta del asiduo que acude a Interamericana Norte SAC inviste las subsecuentes tipologías:

- Un nivel elevado por el cuidado de su vehículo.
- La particularidad y la cordialidad son los propiedades más trascendentales que debe ostentar un representante automotriz.
- Valorán el profesionalismo del personal de Interamericana Norte SAC.

#### **IV. ESTABLECIMIENTO DE OBJETIVOS**

- Aumentar el número de pasos en un 7%
- Despliegue de promociones ya sean por redes sociales y diarios.
- Nivel de satisfacción de nuestros clientes

#### **V. MARKETING MIX**

##### **5.1 PRODUCTO**

El servicio móvil es una camioneta especialmente equipada para brindar servicio de mantenimiento sin tener que acercarte a un concesionario. Es un servicio pensado para optimizar el tiempo productivo.



Las estrategias en relación al producto para fortalecer la percepción del servicio, es la siguiente:

- La programación de citas a través de un Call Center, quien realizará el seguimiento desde la preparación, hasta la ejecución del servicio en campo.
- Ampliar la línea del producto, pudiendo brindar el servicio.

##### **5.2 PRECIO**

En cuanto al precio se busca fortalecer la fidelidad del cliente a través del costo beneficio. Por lo tanto se detallan las siguientes estrategias.

- Entrega de vale de descuento para los servicios correctivos reportados en los mantenimientos preventivos, generando venta cruzada.

## VI. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

### 6.1. Cobertura y horarios

- Cobertura: Piura, Castilla y 26 de Octubre.
- Horario: 8:30 a.m. – 4:00 p.m.

### 6.2. Requisitos para solicitarlo

- Espacio de 8 x 8 m.
- Sacar la encuentro con 2 tiempos antes.

### 6.3. Equipamiento de la unidad móvil

1. Camioneta 4x4 D/C 	4. Cajonera desmontable 	7. Sistema despacho de aceite 
2. Sistema de aspiración de aceite 	5.- Generador 	8.-Kit de herramientas 
3. Enrollador de Aire 	6. Compresor 	9. Escáner 

## REFERENCIAS

Aumentan ventas en industria automotriz mundial

<http://pueblapolitico.com/internacional/finanzas/aumentan-ventas-en-industria-automotriz-mundial>

Baca Urbina, G. (2013). Evaluación de proyectos. 7ma. Edición. Editorial McGraw Hill. México.

Bernal. (2015) Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales.

[file:///C:/Users/YEncalada/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%203edici%C3%B3n%20Bernal%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/YEncalada/Downloads/Metodologia%20de%20la%20Investigacion%203edici%C3%B3n%20Bernal%20(1).pdf)

Carrasco Ubillús, M. (2015). Proyecto de factibilidad para la instalación de un taller automotriz en la ciudad de Talara, Piura. Tesis para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad César Vallejo de Piura.

Cepeda Alejandro, J. (2015). Investigación de mercado para el taller auto mecánica “Cepeda” en la ciudad de Guayaquil, sector norte Mapasingue oeste (AGA) para elaborar un plan de marketing. Tesis para obtener el título de licenciada en publicidad y mercadotecnia. Universidad de Guayaquil.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/8590/1/Tesis%20Jennifer%20Cepeda.pdf>

Conoce cómo le va al mercado automotor en el Perú

<https://elcomercio.pe/suplementos/comercial/mercado-vehicular/conoce-como-le-va-al-mercado-automotor-peru-1003297>

Crespo R. (2015). Estudio de mercado de las soldaduras especiales y propuesta de estrategias comerciales para la empresa SAGER S.A. de la ciudad de Guayaquil. Tesis para obtener el título de Magister en Administración de empresas. Universidad Politécnica Salesiana.

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/9225/1/UPS-GT000890.pdf>

El clima organizacional y su influencia en el desempeño laboral de los gestores de servicio del banco de la nación Trujillo, 2017.

[http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11825/ubillas\\_rh.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11825/ubillas_rh.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Fiestas Silva J. (2014). Evaluación técnica-económica de la implementación de un taller de mantenimiento vehicular para mejorar la operatividad en la empresa Inversiones y Servicios Felicita S.R.L. - Sechura. Tesis para obtener el Título de Ingeniero Industrial. Universidad César Vallejo de Piura.

García, J. (2012). Estadística. Programa de Estadística del ISEI, CP. Recuperado de: [colposfes.z.galeon.com](http://colposfes.z.galeon.com)

Gonzales, W. (2014) Técnicas de recolección de datos.

Guaylla Puma M. y Sinche Tuquinga B. (2016) Diseño de un taller móvil para el servicio de mecánica automotriz en la ciudad de Riobamba en el periodo 2015-2016. Tesis para obtener el título de Licenciado en Mecánica Industrial Automotriz. Universidad nacional de Chimborazo - Ecuador.

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstreams/51000/2986/1/UNACH-FCEHT-M.IND.AT-2016-000011.pdf>

Hernández, Fernández y Baptista (2003). Capítulo 4. Metodología de la investigación [catarina.udlap.mx/u\\_dl\\_a/tales/documentos/lad/blanco\\_s\\_nl/capitulo3.pdf](http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/blanco_s_nl/capitulo3.pdf)

Maridueña M, Pilacuan Bonete L y Villafuerte Olguín G. (2015)\_Servicio in situ de mantenimiento preventivo, correctivo y de reparaciones mecánicas para empresas con flota de vehículo livianos Fast & Service, en la ciudad de Guayaquil – Ecuador?. Tesis para obtener el título de Magíster en Administración de Empresas. Escuela Superior Politécnica del Litoral de Guayaquil – Ecuador.

<https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/89016/D-P12317.pdf>

Parque automotor de Piura es uno de los más dinámicos del país

<http://www.piuranews.com/economia/3080-etna-parque-automotor-de-piura-es-uno-de-los-m%C3%A1s-din%C3%A1micos-del-pa%C3%ADs.html>



Polo Mendoza J. (2016). “Proyecto de inversión para la implementación de una empresa de servicio automotriz, distrito de Ate Vitarte 2016”. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración. Universidad Privada del Norte.

<https://docplayer.es/56681119-Facultad-de-negocios.html>

Revoredo Zuazo, R, Bonilla Terry, H. (2017). Implementación de un taller de personalización de autos. Tesis de maestría, Universidad del Pacífico, Lima, Perú.

<http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1711?show=full>

Ruiz Farías W. (2015). Estudio de viabilidad y factibilidad para la instalación de un taller de mecánica automotriz en la ciudad de Sullana. Tesis para obtener el Título de Ingeniero Informático. Universidad Tecnológica Superior – TELESUP.

Sapag Chain N. (2015). Proyectos de inversión. Formulación y evaluación. (3ra Ed.). Chile: Pearson, Educación.

Suares Avilez I. y Valle Vera M. (2016). Plan de negocios para la implementación del taller Tiki Cars. Tesis para obtener el grado de Maestro en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Lima-Perú.

<https://docplayer.es/70557691-Plan-de-negocio-para-la-implementacion-del-taller-automotriz-tiki-cars.html>

Torres C. (2015). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. 5ta. Edición. Pearson Educación, Colombia

Vidal Martel I. (2013). Estudio de factibilidad para la creación de un taller automotriz de atención continua para vehículos ligeros en la ciudad de Lima Metropolitana. Tesis para obtener el Título de Licenciado en Ingeniería Industrial. Pontificia Universidad Católica del Perú – PUCP. Recuperado de:

[http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1339/VIDAL\\_MARTEL\\_ISAAC\\_TALLER\\_AUTOMOTRIZ\\_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/1339/VIDAL_MARTEL_ISAAC_TALLER_AUTOMOTRIZ_LIMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

# **ANEXOS**

### Anexo 1: Matriz de Consistencia

Título	Problema General	Objetivo General	VARIABLES	Definición Conceptual	Dimensiones	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos		
Viabilidad de mercado para la implementación de un Servicio Móvil para vehículos livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018.	¿Es viable en el mercado la implementación de un Servicio Móvil para vehículos livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018?	Determinar la viabilidad en el mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018.	V1: Viabilidad del Negocio.	“Primera parte de la investigación formal del estudio de viabilidad de un proyecto que consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización” (Baca, 2013)	Demanda	Permitirá conocer las necesidades, gustos y preferencias de los potenciales clientes del servicio, así como su cantidad y frecuencia, mediante la aplicación de una encuesta a los potenciales clientes del servicio.	Demanda actual  Proyección de la demanda	Encuesta	Cuestionario		
						Permitirá determinar el precio que el consumidor estará dispuesto a pagar por el servicio considerando el margen de utilidad, mediante la aplicación de una encuesta a los potenciales clientes del servicio.	Costos del servicio  Precio del servicio			Encuesta	Cuestionario
						Permitirá establecer las estrategias comerciales más adecuadas para el lanzamiento del servicio mediante la aplicación de una encuesta a los potenciales clientes del servicio.	Publicidad  Promociones				
					Oferta	Permitirá conocer a los competidores actuales, el tipo y tamaño de su oferta de servicios. Se determinará mediante la aplicación de una encuesta a los potenciales clientes del servicio y la observación a los principales competidores.	Oferta actual  Proyección de la oferta	Encuesta	Cuestionario		

Cordiales saludos, se está realizando esta encuesta para llevar a cabo un proyecto de investigación de la universidad Cesar Vallejo: “Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículo livianos en el concesionario de Interamericana Norte SAC de Piura – 2018”, agradecemos nos conceda unos minutos de su tiempo para realizarla, lea cuidadosamente cada ítem y marque con X la respuesta que considere sea la correcta. Se agradece de antemano su valiosa colaboración.

1. ¿De qué marcas son sus vehículos?
  - a. Mitsubishi ( )    b. Kia ( )
  - c. Volkswagen ( )    d. Chery ( )
  - e. Ssang Yong ( )    f. Nissan ( )
  - g. Peugeot ( )    h. MG ( )
  - i. DongFeng ( )    j. Otros, indicar \_\_\_\_\_
2. ¿Qué antigüedad tienen sus vehículos?
  - a. De 1 a 5 años
  - b. De 6 a más años
3. ¿A quien acude cuando tiene dificultad técnica con su vehículo?
  - a. Concesionario autorizado ( )
  - b. Taller no autorizado ( )
  - c. Técnico de confianza ( )
  - d. Servicio de auxilio ( )
4. ¿Tomaría los servicios de taller móvil ofrecidos por nuestra empresa?
  - a. Sí ( )    b. No ( )
5. ¿Cuántos vehículos de su flota considera que requieren éste tipo de servicio?  
 \_\_\_\_\_ vehículos.
6. ¿Conoce usted alguna otra empresa que brinde un servicio similar?
  - a. Sí ( )    b. No ( )
7. ¿Tendría preferencia porque el servicio se realice en algún día de la semana en especial?
  - a. Lunes a Viernes ( )    b. Sábado ( )
  - c. Domingo – Feriado ( )
8. ¿Qué horario sugiere para la atención del servicio?
  - a. De 08:00 am – 13:00 pm ( )
  - b. De 14.30 pm – 18:00 pm ( )
  - c. Otros ( )
9. ¿Recuerda aproximadamente cuánto le costó su último servicio preventivo en un Taller de Mecánica?
  - a. S/300 - S/400 ( )    b. S/401 – S/500 ( )
  - c. S/501 – S/600 ( )    d. S/601 – S/700 ( )
  - e. Más de S/ 701 ( )

10. ¿Qué medio de pago prefiere utilizar para este servicio?
  - a. Depósito en cuenta ( )
  - b. Transferencia bancaria ( )
  - c. Efectivo ( )
  - d. Tarjeta de crédito/débito ( )
11. De crearse una empresa de servicio móvil, ¿en qué lugar prefiere su localización?
  - a. Sede Sullana ( )
  - b. Sede Talara ( )
  - c. Sede Piura ( )
  - d. Ninguno ( )
12. ¿Qué es lo que menos le ha gustado de su visita a Interamericana Norte? Puede marcar más de una alternativa.
  - a. Atención del asesor ( )
  - b. Instalaciones ( )
  - c. Performance del servicio ( )
  - d. Tiempo de entrega ( )
  - e. Precio ( )
  - f. Ubicación ( )
13. Enumere por grado de importancia, lo que busca de un Taller, sabiendo que el 1 es el más importante y el 9 el menos importante.
  - a. Horario ( )
  - b. Precio ( )
  - c. Limpieza ( )
  - d. Amabilidad del personal ( )
  - e. Profesionalidad del personal ( )
  - f. Calidad del servicio ( )
14. ¿Qué medios comunicación prefiere para informarse de los servicios, promociones y descuentos que brinda Interamericana Norte SAC?
  - a. Redes sociales ( )
  - b. Volantes ( )
  - c. Anuncios en tv ( )
  - d. Publicidad radial ( )
  - e. Diarios ( )

**MUCHAS GRACIAS**

1. Edad : 26 – 35 ( )    36 – 45 ( )    46 – 55 ( )    56 – 64 ( )
2. Tipo cliente : Jurídico ( )    Natural ( )
3. Sexo : F ( )    M ( )
4. Tipo de actividad : Minería ( )    Pesca ( )    Agricultura ( )    Transporte ( )    Comercio ( )    Otros ( )

### Anexo 3: Validación de instrumentos



#### CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

Yo, Freddy Castillo Palacios con DNI N° 02842737 Doctor (a)  
 en Ciencias Administrativas  
 N° ANR: A202528 de profesión lic. en Administración  
 desempeñándome actualmente como Docente  
 en U.C.V. Piura.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Guía de Entrevista y Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES DE FLOTAS DE INTERAMERICANA NORTE SAC – PIURA.	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

  
 Dr. Freddy W. Castillo Palacios  
 REG. UNIC DE COLEG. N° 843

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciocho.



 Dr. Freddy W. Castillo Palacios  
REG. UNIC. DE COLEG. Nº 813

Doctor :  
DNI : 02842237  
Especialidad : Administr. / Investigación  
E-mail : fcastillo30@gmail.com.

**“VIABILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO MÓVIL PARA VEHICULOS LIVIANOS EN EL  
CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE SAC DE PIURA - 2018”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
<b>ASPECTOS DE VALIDACION</b>		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			96		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			96		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			96		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			96		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y																			96		

  
 Dr. Freddy W. Castillo Palacios  
 REG. UNIC DE COLEG. N° 343

	calidad.																			
6.Intencionaldad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																		96	
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																		96	
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																		96	
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																		96	

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 27 de Sept. de 2018.

**Dr. Freddy W. Castillo Palacios**  
 REG. UNIC. DE COLEG. N° 842

Doctor:  
 DNI: 02842237  
 Teléfono: 969584019  
 E-mail: fcastillo30@gmail.com





**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, Luis Sanchez Pacheco con DNI N° 02880901 Doctor en EDUCACION  
 N° ANR: ....., de profesión ECONOMISTA  
 Desempeñándome actualmente como Docente  
 en UCV - PIURA

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

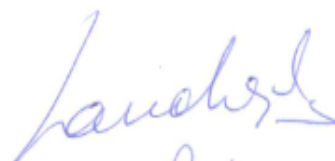
Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES DE FLOTAS DE INTERAMERICANA NORTE SAC- PIURA	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad				✓	
2. Objetividad				✓	
3. Actualidad				✓	
4. Organización				✓	
5. Suficiencia				✓	
6. Intencionalidad				✓	
7. Consistencia				✓	
8. Coherencia				✓	
9. Metodología				✓	

Sanchez

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciocho.



Doctor : Luis Sanchez Pacheco  
DNI : 02880901  
Especialidad : ECONOMIA DE EMPRESAS  
E-mail : Losaup@hotmail.com

**“VIABILIDAD DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO MÓVIL PARA VEHICULOS LIVIANOS EN EL CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE SAC DE PIURA - 2018”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																80					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																80					
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																80					
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																80					
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																80					

*Jansel*

	calidad.																			
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			80
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			80
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			80
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			80

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, 27 de setiembre de 2018.

Doctor: Luis Sanchez Pacheco  
DNI: 02880901  
Teléfono: 969720064  
E-mail: Losaup@hotmail.com



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN**

Yo, MERCEDES PALACIOS DE BAISANTO con DNI N° 02 875788 Doctor (a)  
 en CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
 N° ANR: ....., de profesión LIC. EN AD.  
 desempeñándome actualmente como DOCENTE  
 en U.C.V.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación los instrumentos:

Cuestionario

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

CUESTIONARIO APLICADO A CLIENTES DE FLOTAS DE INTERAMERICANA NORTE SAC - PIURA	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
1. Claridad					✓
2. Objetividad					✓
3. Actualidad					✓
4. Organización					✓
5. Suficiencia					✓
6. Intencionalidad					✓
7. Consistencia					✓
8. Coherencia					✓
9. Metodología					✓

En señal de conformidad firmo la presente en la ciudad de Piura a los 27 días del mes de setiembre del Dos mil Dieciocho.



Dr (a). : MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO  
DNI : 02845588  
Especialidad : LIC. EN AD.  
E-mail : mechedes@yahoos.es

**“VIABILIDAD DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO MÓVIL PARA VEHICULOS LIVIANOS EN EL CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE SAC DE PIURA - 2018”**

**FICHA DE EVALUACIÓN DEL INSTRUMENTO: CUESTIONARIO**

Indicadores	Criterios	Deficiente 0 - 20				Regular 21 - 40				Buena 41 - 60				Muy Buena 61 - 80				Excelente 81 - 100				OBSERVACIONES
		0	6	11	16	21	26	31	36	41	46	51	56	61	66	71	76	81	86	91	96	
ASPECTOS DE VALIDACION		5	10	15	20	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100	
1. Claridad	Esta formulado con un lenguaje apropiado																			86		
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables																			86		
3. Actualidad	Adecuado al enfoque teórico abordado en la investigación																			86		
4. Organización	Existe una organización lógica entre sus ítems																			86		
5. Suficiencia	Comprende los aspectos necesarios en cantidad y calidad.																			86		

	calidad.																			
6.Intencionalidad	Adecuado para valorar las dimensiones del tema de la investigación																			86
7.Consistencia	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación																			86
8.Coherencia	Tiene relación entre las variables e indicadores																			86
9.Metodología	La estrategia responde a la elaboración de la investigación																			86

INSTRUCCIONES: Este instrumento, sirve para que el EXPERTO EVALUADOR evalúe la pertinencia, eficacia del Instrumento que se está validando. Deberá colocar la puntuación que considere pertinente a los diferentes enunciados.

Piura, ..... de ..... de 2018. *M. R. Palacios*

Doctor: *MERCEDES R. PALACIOS DE BRICEÑO*  
DNI: *02845588*  
Teléfono: *968660260*  
E-mail: *mechedeb@yahoo.es*



## Anexo 4: Confiabilidad

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	<b>FORMATO DE REGISTRO DE CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTO</b>	ÁREA DE INVESTIGACIÓN
---	--	-----------------------

### I. DATOS INFORMATIVOS

1.1. ESTUDIANTE	:	Jorge Luis Aguilera Carrasco Yanira Libertad Encalada Cruz
1.2. TÍTULO DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN	:	Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario Interamericana Norte SAC de Piura - 2018
1.3. ESCUELA PROFESIONAL	:	Escuela profesional de Administración
1.4. TIPO DE INSTRUMENTO (adjuntar)	:	Cuestionario aplicado a clientes de flotas de Interamericana Norte S.A.C. - Piura
1.5. COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD EMPLEADO	:	<i>KR-20 kuder Richardson</i> ( )
		<i>Alfa de Cronbach.</i> ( )
1.6. FECHA DE APLICACIÓN	:	
1.7. MUESTRA APLICADA	:	

### II. CONFIABILIDAD

ÍNDICE DE CONFIABILIDAD ALCANZADO:	<b>No corresponde</b>
------------------------------------	-----------------------

### III. DESCRIPCIÓN BREVE DEL PROCESO (*ítems iniciales, ítems mejorados, eliminados, etc.*)

Las preguntas del cuestionario no tienen una estructura homogénea y no cumplen con la propiedad de la aditividad, es decir no se pueden agregar para formar dimensiones o variables denominadas constructos, por lo que dicho instrumento no requiere confiabilidad.

Estudiante: Jorge L. Aguilera Carrasco

DNI: 02870136

Docente

  
 LEMIN ABANTO CERNA  
 LIC. EN ESTADÍSTICA  
 COESPE 506

Estudiante: Yanira L. Encalada Cruz

DNI: 40204732

## Anexo 5: Acta de aprobación de originalidad de la tesis

	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo Freddy William Castillo Palacios docente de la Facultad Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor de la tesis titulada:

**“VIABILIDAD DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO MÓVIL PARA VEHÍCULOS LIVIANOS EN EL CONCESIONARIO INTERAMERICANA NORTE S.A.C. DE PIURA -2018”**

De los estudiantes **Aguilera Carrasco Jorge Luis y Encalada Cruz Yanira Libertad** constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura 06 de febrero del 2020



Dr. Freddy William Castillo Palacios  
DNI: 02842237

## Anexo 6: Pantallazo del porcentaje del turnitin

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document content includes the following text:

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
"Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario Interamericana Norte S.A.C. de Piura - 2018"  
**TESIS PARA EL OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**  
**AUTORES:**  
AGUILERA CARRASCO, JORGE LUIS.  
ENCALADA CRUZ, YANIRA LIBERTAD.

A circular stamp from the "ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO PIURA" is visible over the authors' names.

On the right side, a red box displays the similarity score: **28%**. Below it, a list of sources is shown:

Rank	Source	Percentage
1	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4%
2	issuu.com Fuente de Internet	2%
3	bibliotecadigital.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	ecomercio.pe Fuente de Internet	2%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2%
6	docplayer.es Fuente de Internet	2%
7	interamericananorte.co... Fuente de Internet	1%

At the bottom of the interface, it shows "Página: 1 de 29" and "Número de palabras: 5795". The Windows taskbar at the very bottom indicates the date and time as 6/22/2021, 11:46.

## Anexo 7. Autorización de publicación de tesis



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

### FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

#### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres:

AGUILERA CARRASCO JORGE LUIS

D.N.I. : 02870136

Domicilio : Urb. Villa el Sol Mz. B Lt. 07 26 de Octubre - Piura

Teléfono : Fijo: 360429 Móvil 979601315.

E-mail : jaguilera@interamericananorte.com

ENCALADA CRUZ YANIRA LIBERTAD

D.N.I. : 40204732

Domicilio : Calle Juan Noel Mz. T Lt. 32 AA.HH. San Martin 26 de Octubre - Piura

Teléfono : Móvil 968955004.

E-mail : yencalada@interamericananorte.com

#### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales

Escuela : Administración

Carrera : Administración

Título : Licenciad<sup>o</sup> en Administración

Tesis de Post Grado

Maestría

Grado : .....

Mención : .....

Doctorado

#### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres:

AGUILERA CARRASCO JORGE LUIS

ENCALADA CRUZ YANIRA LIBERTAD

Título de la tesis:

"Viabilidad de mercado para la implementación de un servicio móvil para vehículos livianos en el concesionario Interamericana Norte S.A.C. de Piura - 2018"

Año de publicación : 2020



#### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Firma :

Fecha : 06/02/2020

## Anexo 8. Versión Final de Trabajo de Investigación



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

AGUILERA CARRASCO JORGE LUIS y ENCALADA CRUZ YANIRA LIBERTAD

INFORME TITULADO:

“VIABILIDAD DE MERCADO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN  
SERVICIO MÓVIL PARA VEHÍCULOS LIVIANOS EN EL CONCESIONARIO  
INTERAMERICANA NORTE S.A.C. DE PIURA - 2018”

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

---

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

SUSTENTADO EN FECHA: 26/04/2019

NOTA O MENCIÓN: Aprobado



ESUELA DE ADMINISTRACIÓN  
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO  
Dra. NELIDA RODRIGUEZ DE PEÑA  
Directora de la Escuela de Administración

---

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN