



FACULTAD DE NEGOCIOS

TESIS

**ESTUDIO DE MERCADO DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE
IQUITOS, AÑO 2023**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORAS:

**SINDY PAOLA FLORES MANIHUARI
GRETA ELIZABETH VALERA CATASHUNGA**

ASESORA:

LIC. NIT . CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, MGR.

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS
Y TERRITORIOS.**

IQUITOS – PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a Dios, por brindarme la fuerza necesaria y sabiduría para culminar esta meta.

A mi madre, por todo su amor infinito y su motivación a seguir adelante.

También a mi compañero de vida Henry Flores, por brindarme su apoyo moral en esos días que quise rendirme ante las dificultades.

Y, finalmente, a los que no creyeron en mí, con ello lograron que tomara más impulso.

Sindy Paola Flores Manihuari

Dedico mi tesis a Dios, por darme la sabiduría y el ímpetu para culminar este gran objetivo.

A mi hermana INGRID MILAGROS por todo su amor y su motivación que me dio en su corta vida donde quieras que estés sé que estamos conectadas y nuestro amor va más allá del cuerpo humano.

Sin duda alguna a mi pequeña hija por entender que su mamita tenía que estudiar y trabajar, fuiste eres y serás mi motivo de lucha.

A mi Madre porque nunca dejo de creer en mí, aunque muchas veces no siempre nos entendamos, sabes que te amo y sin tu paciencia, ni esa tan fregada manera de amarme no estuviera escribiendo estas líneas culminando esta meta.

Y por último a mi papito por su apoyo incondicional y a mi cuñado que a pesar de las pruebas siempre estas para nosotras.

Greta Elizabeth Valera Catashunga

AGRADECIMIENTO

A nuestra tutora

Claudia Patricia Lozano Rocha. Sin usted no habiéríamos logrado terminar la tesis, sus virtudes, su paciencia y constancia fueron de gran ayuda. Sus consejos y experiencia fueron útiles cuando nuestras mentes quedaban en blanco al no saber de un determinado tema. Usted fue parte importante de esta historia. Muchas gracias por sus múltiples palabras de aliento, cuando más las necesitamos. Gracias por sus orientaciones.

A nuestros docentes

Sus palabras fueron sabias, sus conocimientos rigurosos y precisos, a ustedes mis profesores queridos, les debo mis conocimientos. Donde quiera que vaya, los llevaré conmigo en mí transitar profesional. Su semilla de conocimientos, germinó en el alma y el espíritu. Gracias por su paciencia, por compartir sus conocimientos de manera profesional e invaluable, por su dedicación perseverancia y tolerancia.

A nuestras madres

Ustedes son el motor que impulsan nuestros sueños y esperanzas, estuvieron a nuestro lado sin importar si eran días o noches más difíciles durante nuestras horas de estudio. Siempre serán nuestra guía de vida. Hoy que concluimos nuestros estudios, les dedicamos este logro, como una meta más conquistada. Gracias por creer en nosotras.

Sindy Paola Flores Manihuari
Greta Elizabeth Valera Catashunga

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 502-2023-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 21 de agosto de 2023, se autorizó la sustentación para el día miércoles 06 de setiembre de 2023.

Siendo las 19.00 horas del día 06 de setiembre se constituyó de modo presencial el Jurado para escuchar la presentación y defensa de la Tesis ESTUDIO DE MERCADO DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023.

Presentado por:

FLORES MANIHUARI SINDY PAOLA

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

VALERA CATASHUNGA GRETA ELIZABETH

Para optar el título profesional de Licenciada en Administración de Empresas

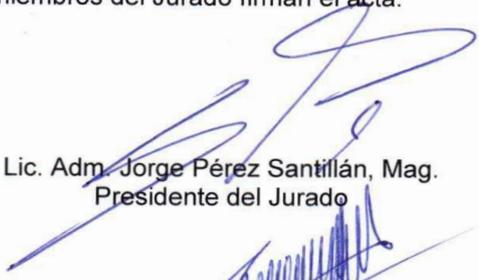
Asesor: Lic. NIT. Claudia Patricia Lozano Rocha Mag.

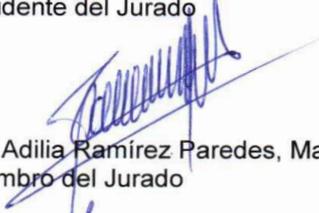
Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 21.00 horas culminó el acto público.

En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.


Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, Mag.
Presidente del Jurado


Lic. Adm. Rosario Adilia Ramírez Paredes, Mag.
Miembro del Jurado


Econ. Juan Pablo Lazo Jiménez, Mag.
Miembro del Jurado

Contáctanos:

Sede Iquitos – Perú
065 - 261088 / 065 - 262240
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Filial Tarapoto – Perú
042-564903
Av. Aviación N° 226-228

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe



"Año de la Unidad, la paz y el desarrollo"

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El Vicerrector de Investigación e Innovación
de la Universidad Científica del Perú - UCP

Hace constar que:

La Tesis titulada:

**"ESTUDIO DE MERCADO DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE
IQUITOS, AÑO 2023"**

De las alumnas: **SINDY PAOLA FLORES MANIHUARI Y GRETA ELIZABETH VALERA CATASHUNGA**, de la Facultad de Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio, con un porcentaje de **3% de similitud**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que estime conveniente.

San Juan, 03 de Julio del 2023.

Dr. Álvaro Tresierra Ayala
VICERRECTOR DE INV. E INNOVACIÓN-UCP

CIRA/ri-a
240-2023

Document Information

| | |
|--------------------------|--|
| Analyzed document | UCP_AministracionDeEmpresas_2023_Tesis_SindyFlores_GretaValera_V1.pdf (D171683742) |
| Submitted | 2023-07-03 04:47:00 |
| Submitted by | Comisión Antiplagio |
| Submitter email | revision.antiplagio@ucp.edu.pe |
| Similarity | 3% |
| Analysis address | revision.antiplagio.ucp@analysis.arkund.com |

Sources included in the report

| | | | |
|-----------|--|---|----------|
| SA | Tesis Nicolás Bermeo Andrade.docx Document Tesis Nicolás Bermeo Andrade.docx (D138026001) |  | 4 |
| W | URL: https://www.zongshenmotos.cl/historia/ Fetched: 2023-07-03 04:47:00 |  | 1 |
| W | URL: https://zongshenperu.com/nosotros-zongshen-peru/ Fetched: 2023-07-03 04:47:00 |  | 2 |
| W | URL: https://somosmoto.pe/motos/lifan/2k Fetched: 2023-07-03 04:47:00 |  | 1 |
| W | URL: https://socopur.com/noticia/lifan-consolida-su-portafolio-de-motocicletas-en-el-peru-con-su-nu... Fetched: 2023-07-03 04:47:00 |  | 2 |

Entire Document

FACULTAD DE NEGOCIOS INFORME FINAL DE TESIS ESTUDIO DE MERCADO DE MOTOCICLETAS EN LA CIUDAD DE IQUITOS, AÑO 2023 PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
AUTORAS: SINDY PAOLA FLORES MANIHUARI GRETA ELIZABETH VALERA CATASHUNGA ASESORA: LIC. NIT .CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, MGR. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: PROSPECTIVA DE MERCADOS Y TERRITORIOS. IQUITOS – PERÚ 2023

ii Dedicatoria Dedicó mi tesis a Dios, por brindarme la fuerza necesaria y sabiduría para culminar esta meta. A mi madre, por todo su amor infinito y su motivación a seguir adelante. También a mi compañero de vida Henry Flores, por brindarme su apoyo moral en esos días que quise rendirme ante las dificultades. Y, finalmente, a los que no creyeron en mí, con ello lograron que tomara más impulso. Sindy Paola Flores Manihuari Dedicó mi tesis a Dios, por darme la sabiduría y el ímpetu para culminar este gran objetivo. A mi hermana INGRID MILAGROS por todo su amor y su motivación que me dio en su corta vida donde quieras que estés sé que estamos conectadas y nuestro amor va más allá del cuerpo humano. Sin duda alguna a mi pequeña hija por entender que su mamita tenía que estudiar y trabajar, fuiste eres y serás mi motivo de lucha. A mi Madre porque nunca dejo de creer en mí, aunque muchas veces no siempre nos entendamos, sabes que te amo y sin tu paciencia, ni esa tan fregada manera de amarme no estuviera escribiendo estas líneas culminando esta meta. Y por último a mi papito por su apoyo incondicional y a mi cuñado que a pesar de las pruebas siempre estas para nosotras. Greta Elizabeth Valera Catashunga

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | Página |
|---|---------------|
| PORTADA | |
| DEDICATORIA | ii |
| AGRADECIMIENTO | iii |
| ACTA DE SUSTENTACIÓN | iv |
| CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD | v |
| ÍNDICE DE CONTENIDO | vii |
| ÍNDICE DE TABLAS | ix |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | xi |
| RESUMEN | xii |
| ABSTRACT..... | xiii |
| CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO | 1 |
| 1.1. Antecedentes del estudio | 1 |
| 1.2. Bases teóricas | 3 |
| 1.2.1. Sector automotriz..... | 3 |
| 1.2.2. Estudio de mercado..... | 13 |
| 1.2.3. Definiciones de términos básicos..... | 15 |
| CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 17 |
| 2.1. Descripción del problema | 17 |
| 2.2. Formulación del problema. | 19 |
| 2.2.1. Problema general..... | 19 |
| 2.2.2. Problemas específicos..... | 19 |
| 2.3. Objetivos. | 19 |
| 2.3.1. Objetivo general..... | 19 |
| 2.3.2. Objetivos específicos. | 19 |
| 2.4. Hipótesis..... | 20 |
| 2.4.1 Hipótesis general | 20 |
| 2.4.2 Hipótesis específicas. | 20 |
| 2.5. Variable | 20 |
| 2.5.1. Identificación de la variable | 20 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGÍA | 22 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | Página |
|-------------|---|
| Tabla N° 01 | Estadística industrial mensual de motocicletas 5 |
| Tabla N° 02 | Categoría y modelos de las motocicletas marca Zongshen..... 7 |
| Tabla N° 03 | Categoría y modelos de las motocicletas marca Lifan..... 8 |
| Tabla N° 04 | Categoría y modelos de las motocicletas marca Honda 10 |
| Tabla N° 05 | Categoría y modelos de las motocicletas marca Yamaha 12 |
| Tabla N° 06 | Empresas que venden motocicletas en la ciudad de Iquitos 18 |
| Tabla N° 07 | Variables, indicadores e índices del tema de estudio 21 |
| Tabla N° 08 | Empresas comerciales de motocicletas 22 |
| Tabla N° 09 | Exportación mundial de motocicletas 26 |
| Tabla N° 10 | Mercados proveedores de donde importa Perú..... 27 |
| Tabla N° 11 | Matriz de producto de motos 28 |
| Tabla N° 12 | Tipos de venta 29 |
| Tabla N° 13 | Tipos de garantía 29 |
| Tabla N° 14 | Servicio técnico que ofrece 29 |
| Tabla N° 15 | Matriz de producto de motos 30 |
| Tabla N° 16 | Tipos de venta 31 |
| Tabla N° 17 | Tipos de garantía 31 |
| Tabla N° 18 | Servicio técnico que ofrece 31 |
| Tabla N° 19 | Matriz de producto de motos 32 |
| Tabla N° 20 | Tipos de venta 33 |
| Tabla N° 21 | Tipos de garantía 33 |
| Tabla N° 22 | Servicio técnico que ofrece 33 |
| Tabla N° 23 | Matriz de producto de motos 34 |
| Tabla N° 24 | Tipos de venta 35 |
| Tabla N° 25 | Tipos de garantía 35 |
| Tabla N° 26 | Servicio técnico que ofrece 35 |
| Tabla N° 27 | Interés de participar en la encuesta 36 |
| Tabla N° 28 | Género de los encuestados 36 |
| Tabla N° 29 | Edad de los encuestados 37 |
| Tabla N° 30 | Universidad que pertenece 37 |
| Tabla N° 31 | Posee motocicleta..... 38 |

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabla N° 32 | Marcas de motocicleta | 38 |
| Tabla N° 33 | Razón de preferencia de la marca de motocicleta..... | 39 |
| Tabla N° 34 | Calificación de la marca de motocicleta | 39 |
| Tabla N° 35 | Tiempo como cliente de vehículo | 40 |
| Tabla N° 36 | Interés en adquirir una nueva motocicleta..... | 40 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | Página |
|--|---------------|
| Figura N° 01 Motocicletas Zongshen | 6 |
| Figura N° 02 Motocicletas Lifan | 8 |
| Figura N° 03 Motocicleta Honda | 9 |
| Figura N° 04 Motocicleta Yamaha..... | 11 |
| Figura N° 05 Clasificación de la investigación de mercados | 14 |

RESUMEN

Estudio de mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

Sindy Paola Flores Manihuari
Greta Elizabeth Valera Catashunga

La investigación tuvo como objetivo determinar el comportamiento del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, la oferta y demanda en el mercado. Su metodología fue descriptiva, transversal y no experimental; la primera población fueron las empresas comerciales de venta de motocicletas y a quien se aplicó hoja de observación; la segunda conformada, por jóvenes universitarios, y muestra 384 de ellos, a quienes se aplicaron cuestionario. Las empresas presentan importante oferta de vehículos y están concentradas en marcas, como Zongshen, Lifan, Yamaha y Honda; y sus principales fuentes de aprovisionamiento son China y Japón. Los precios se presentan en soles; cuentan con estrategias de venta, garantía y servicio técnico. El 76.0% de los participantes indicó que poseen motocicletas, 62.0% de marca Honda y marca Lifan 17%, la razón de preferencia fue la calidad 54.0%, y calificaron como bueno la marca de su motocicleta 63%; el 42% indicaron que hace poco compraron su motocicleta y el 43% manifestaron no tener interés en adquirir una nueva.

Palabras claves: estudio de mercado, motocicletas, Iquitos.

ABSTRACT

Motorcycle market study in the city of Iquitos, year 2023.

Sindy Paola Flores Manihuari
Greta Elizabeth Valera Catashunga

The objective of the research was to determine the behavior of the motorcycle market in the city of Iquitos, the supply and demand in the market. Its methodology was descriptive, transversal and non-experimental; The first population was the commercial companies selling motorcycles and to whom the observation sheet was applied; the second was made up of young university students, and sampled 384 of them, to whom the questionnaire was applied. The companies present a significant range of vehicles and are concentrated in brands, such as Zongshen, Lifan, Yamaha and Honda; and its main sources of supply are China and Japan. Prices are presented in soles; They have sales, warranty and technical service strategies. 76.0% of the participants indicated that they own motorcycles, 62.0% Honda brand and 17% Lifan brand, the reason for preference was quality 54.0%, and they rated the brand of their motorcycle as good 63%; 42% indicated that they recently purchased their motorcycle and 43% stated that they have no interest in purchasing a new one.

Keywords: market study, motorcycles, Iquitos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del estudio

(Naranjo Vera, Jhisac Josue, 2019) en su investigación *Análisis de los aspectos de mercado, económicos y financieros necesarios para la importación de motocicletas chinas en la ciudad de Esmeraldas*, tuvo como objetivo analizar los aspectos de mercado, económico y financiero necesarios para la importación de motocicletas chinas.

Su metodología fue diseño no experimental transeccional, tipo descriptivo; con población y muestra conformada por hombres mayores de 18 años hasta 50 años, a quienes aplicaron encuesta.

Concluye que, el alcance del crecimiento del mercado de motocicletas es alentador debido a que refleja que la población está dispuesta a adquirir medios de transporte alternativos y ello va creciendo. Existe gran cantidad de oferentes de motocicletas; la mayoría son cadenas comerciales, debido a que se crean barreras de ingreso para nuevos competidores, como los microempresarios. La mayoría de encuestados estarían dispuestos a adquirir una motocicleta como medio de transporte; además existe gran número de personas que no tienen preferencia por almacén de compra.

(Durazno Silva, Carlos Alberto; Bermeo Andrade, Nicolás Andrés, 2022) en su investigación *El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas naked de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de Cuenca entre 2015 -2020*, tuvieron como objetivo determinar los factores que influyeron en la decisión de compra de los consumidores.

Su metodología fue método mixto; con población y muestra de 385 personas mayores a 18 años, a quienes aplicaron cuestionario.

Concluyen que, las personas de 18 a 25 años de género masculino con ingreso mensual entre \$1 a \$410 dólares, adquirirían una motocicleta de procedencia china. El 60% de encuestados no

tenían motocicletas, mientras el 40% si tenían de diferentes marcas, las más predominantes Yamaha y Daytona; cilindraje entre 200cc a 400cc. Los tipos de motocicletas predominantes fueron doble propósito y naked, con participación 35,1% y 23,9% respectivamente. Las características que predominaron para que las personas adquirieran una motocicleta china fueron: precio, tecnología, calidad, diseño, repuestos, accesorios y servicio técnico. Además, los consumidores buscan un servicio post venta de calidad.

(Huertas Olivera, Ela Eloísa, 2020) en su investigación *País de origen y percepción de marca de motocicletas en los integrantes de Moto Club "Iron Horse" Trujillo 2020*, tuvo como objetivo determinar la relación entre el país de origen y la percepción de marca de motocicletas.

Su metodología fue descriptiva, correlacional y transversal, diseño no experimental; con población y muestra de 20 motociclistas integrantes de un club de motos, a quienes aplicó cuestionario.

Concluye que, el país de origen con mayor preferencia es Japón, seguido de China y Estados Unidos. Estos resultados reafirman la gran aceptación que mantienen las motocicletas de origen japonés por motivos de calidad, prestigio o familiaridad. Existe relación directa entre el país de origen y la percepción de marca de motocicletas en un nivel moderado positivo: cuánto más se sepa sobre el país de origen de las motocicletas mayor será la percepción sobre las marcas.

(Valenzuela Espinoza, Sergio Escocio, 2020) en su investigación *Evolución de las ventas de los vehículos menores en la región Loreto, periodo 2013 – 2017*, tuvo como objetivo analizar datos históricos del mercado nacional de vehículos menores, compuesto por motocicletas y trimotos, para determinar la evolución de las ventas y la participación en el mercado.

Su metodología fue descriptiva, no experimental; población formada por la data de ventas de vehículos menores en un periodo de tiempo, y muestra por tipo de vehículo.

Concluye que, en Loreto, la evolución de ventas de los vehículos menores fue negativa y que los niveles de ventas de las motocicletas y las trimotos evolucionaron de manera negativa y positiva respectivamente, siendo las motocicletas los vehículos que dominaron el mercado con una participación anual promedio del 64.9%. A pesar de la visible saturación del mercado de vehículos menores, este continuará consolidándose, y que la comercialización de estos vehículos se ha convertido en un negocio millonario que anualmente factura alrededor de 65.5 millones de soles.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Sector automotriz

Asociación de Automotriz del Perú – APP (2022) señala que “ el 2020 y 2021 han sido años llenos de desafíos para el sector automotor en el Perú. [...] La actividad automotriz no ha sido la excepción y también sufrió los embates del brote vírico, ya que al inicio de ella provocó la paralización casi total del sector en nuestro país, funcionando únicamente el rubro de emergencias mecánicas para atender a los vehículos que tenían permitido la circulación durante el periodo de cuarentena, como ambulancias, patrullas”

De acuerdo con datos proporcionados por la AAP (2023) los resultados del sector automotor, indica que “ el deterioro de las condiciones económicas por el aumento de la conflictividad social y política, y el incremento de la inflación que reduce la capacidad adquisitiva de la población en los últimos meses, ha afectado las decisiones de consumo de los peruanos, principalmente de bienes duraderos como vehículos. Así, la venta de vehículos nuevos mostró resultados discretos en el segundo mes del 2023”.

Añade que “la comercialización de livianos se desaceleró y en pesados y menores mostró caídas. En dicho mes se vendieron

13,325 vehículos livianos, cifra superior en 7.5% respecto a similar mes del 2022, y por debajo del 9.9% registrado en enero, mientras que durante el periodo enero y febrero del 2023 se vendieron un total de 28,985 unidades, cifra 8.8% mayor al resultado obtenido en similar periodo del año pasado. En ese sentido, si bien la venta de los referidos vehículos muestra un avance, la tasa de crecimiento registra desaceleración”.

Agrega que “la venta de vehículos menores se situó en 25,673 unidades en febrero último (-16.8% a tasa anual), mientras que entre enero y febrero se registraron 53,632 unidades vendidas (-13.6%). Por tipo de vehículo, se observa que la venta de motos retrocedió a 36,774 unidades durante los dos primeros meses del 2023 (-15.5%) y la de trimotos lo hizo a 16,858 unidades (-9.1%). En ambos casos, los resultados evidencian la normalización de la demanda, la cual aún se encuentra por encima del nivel promedio de los años previos a la pandemia”.

Indica que “vemos que el desempeño de la venta de vehículos durante los dos primeros meses del año guarda relación con el contexto económico y social del país. El aumento de las protestas sociales, las cuales vienen desarrollándose hace más de dos meses, han mermado la capacidad productiva de diversas actividades económicas, y la respuesta de las autoridades no ha sido suficiente para aplacar el malestar social de algunas regiones del país, lo que viene afectando las decisiones de inversión debido al alto nivel de incertidumbre respecto al futuro de la economía peruana, la cual ya sentía presión por la desaceleración que registra la economía desde varios meses atrás, golpeando principalmente la venta de vehículos que son usados en actividades empresariales”.

En el caso de vehículos livianos se observa un importante grado de resiliencia, especialmente en la venta de SUV, gracias a la fortaleza del consumo privado en algunos sectores socioeconómicos. En ese sentido, consideramos que, de no

atenuarse la conflictividad social en el corto plazo, las expectativas económicas de todos los sectores económicos estarían seriamente en riesgo a la baja, las mismas que atraviesan un panorama bastante desafiante debido al deterioro de las condiciones económicas internas y externas, por lo que es de vital importancia que las autoridades encuentren la manera de resolver la situación (AAP, 2023).

En el Perú al 2017, las principales marcas ensambladoras de motocicletas fueron:

Tabla N° 01
Estadística industrial mensual de motocicletas, Perú, 2017

| Región | Empresa |
|------------|---|
| Lambayeque | Cobos Avila Cesar Augusto Lucky Car Import Planta Industrial Chemoto |
| Lima | C.N.C Industrial Motos Stilos Inmosur LAM |
| Loreto | Corporación Cayman Honda Selva del Perú Crosland Selva |
| Piura | Industrias Duran Y C |
| Puno | Inversiones Pulido |
| Ucayali | Técnica de Ensamblaje Rosita Industria Metálica Industrias Tricar Industria Metálicas El Rafa Industrias Globales Industrias Metálicas del Oriente RTM Motors |

Fuente: (Sociedad Nacional de Industrias - SNI, 2017).

Leyenda. Las empresas industriales asumen la función de ensambladoras.

Motocicletas Zongshen

Zongshen, empresa mundial productora de motocicletas, ATV, generadores y motores, ha logrado una producción anual que supera el millón de unidades, posicionándola como uno de los 5 mayores fabricantes de motocicletas en China (Zongshen, 2018).

Tiene más de 20 años de trayectoria en el mercado nacional; el Grupo Cayman es el dueño de la marca en el Perú, quien ha logrado posicionarse entre las 5 marcas más importantes del país.

Cuentan con 5 concesionarios, 20 puntos de ventas y más de 230 talleres a nivel nacional (Zongshen, 2022) .

Figura N° 01
Motocicletas Zongshen, Perú, 2023



Fuente: Diario El Comercio, 2023.

La marca cuenta con 5 categorías de motos, con un total de 12 modelos. (Zongshen, 2022).

Tabla N° 02
Categoría y modelos de las motocicletas marca Zongshen, Perú, 2023

| Categoría | Modelo |
|--------------|-----------------------------|
| Scooter | Strato Milano Evo 125 |
| Pistera | Z-max Z One S |
| Todo terreno | Spex 150 Triax 200 |
| Utilitarias | ZS150-A RX150 Z-win |
| Cub | V5 ZS110 |

Fuente: Portal Zongshen Perú, 2023.

Motocicletas Lifan

Lifan Industry Group, fabricante mundial de motocicletas y automóviles, con sede en Chongqing, China; incluyen vehículos de pasajeros, microvans, motores para bicicletas, motocicletas de nivel básico, mini vehículos y camiones comerciales (Lifan, 2018).

En Perú, está representada por el grupo Socopur, quien dispone de una tienda principal, en Surco y 5 locales comerciales a nivel nacional. Además, cuenta con 6 talleres oficiales de servicio post venta y mantenimiento, en Lima y en provincias (Lifan, 2018).

Combina perfectamente la relación precio y calidad, estrategia para mantener un crecimiento sostenido durante los últimos tres años y consolidarse en su segmento en el mercado peruano (Socopur, 2019).

Figura N° 02
Motocicletas Lifan, Perú, 2023



Fuente: Portal Socopur SAC, 2023.

En el mercado peruano cuenta con 7 categorías de motos, y un total de 14 modelos. (Lifan, 2018).

Tabla N° 03
Categoría y modelos de las motocicletas marca Lifan, Perú, 2023

| Categoría | Modelo |
|--------------------------------|--|
| Scooter | LF125T-2VE – 2022 Liberty LF150T-12C – 2021 Liberty LF150T-12C – 2022 Sienna LF150T-2C - 2021 |
| Deportiva | KPR200 EFI - 2022 |
| Doble propósito - todo terreno | X-Trial 150 LF150GY-4E – 2022 New X-Trial 200 - 2022 |
| Cruiser - Chopper | Chopper 125 LF125 - 7 – 2022 Chopper 150 - 2022 |
| Touring - viajeras | KPT200 EFI - 2021 |
| Cub | Cheetah LF100 - A – 2022 Oriol 110E - 2022 |
| Utilitaria | Sukhoi 12 LF125-2C – 2023 Chacarera LF150-FE - 2022 |

Fuente: Portal Socopur SAC, 2023.

Motocicletas Honda

La empresa Honda, consolidado como una de las compañías más reconocidas en el mercado a nivel mundial. Tiene presencia en el mercado nacional desde el año 1946 (Honda, 2020).

Es líder en el mercado de motocicletas en el Perú, desde 1974; en el año 2022 Honda del Perú alcanzó el récord del millón de unidades vendidas. La fecha coincide, asimismo, con otro récord: la producción de 700,000 unidades dentro del país (Honda, 2022).

Makoto Saito, presidente de Honda del Perú, expresó: “quiero agradecer al millón de peruanos que nos han permitido ser parte de sus historias, a través de nuestros productos. Son 48 años en el Perú, poniendo en práctica la filosofía Honda de generar alegría a nuestro cliente” (Honda, 2022).

Figura N° 03
Motocicleta Honda, Perú, 2023



Fuente: Portal Honda del Perú, 2023.

Teniendo en el mercado peruano 5 categorías de motos, y un total de 33 modelos (Honda, 2022).

Tabla N°04
Categoría y modelos de las motocicletas marca Honda, Perú 2023

| Categoría | Modelo |
|------------------------------|---|
| Ciudad | CB1000R CB500X CB300R CB250 Twister CB190R Nueva x-blade 160 GLH150 CB125F Twister GL125 |
| Scooters | PCX160 Elite fi Wave 110S CD Dio Wave 110S Navi |
| Super sport | CBR1000RR Fireblade CBR500R |
| Motos Honda para la Aventura | Africa twin adv sports Africa twin NC750X-DL CB500X CRF 300 Rally CRF 300L XRE300 CRF230F XR190CT XR190L Todoterreno XR150L |
| Competición | CRF450L CRF450R CRF250R CRF250F CRF230F |

Fuente: Portal Honda del Perú, 2023.

Motocicletas Yamaha

Yamaha Motor del Perú inició sus operaciones en 1998 y cuenta con el respaldo de Yamaha Motor de Japón. Comercializa sus productos a través de una red de distribuidores. (Yamaha, 2020).

(Yamaha, 2012) Implementó su Sistema Integrado de Gestión (SIG), por el cual obtuvo la certificación de las normas internacionales ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 para sus sistemas de Gestión de Calidad y Gestión del Medio Ambiente, respectivamente. Cada año invierte en desarrollar y mejorar sus procesos operativos, bajo los estándares internacionales mencionados.

Figura N° 04
Motocicleta Yamaha, Perú, 2023



Fuente: Portal Yamaha del Perú, 2023.

Yamaha cuenta con 7 categorías de motos, y un total de 31 modelos.

Tabla N° 05

Categoría y modelos de las motocicletas marca Yamaha, Perú, 2023

| Categoría | Modelo |
|---------------|---|
| Paseo | Crypton Cygnus ray ZR Nmax connected |
| Streets | YBR-Z FZS FI FZS 3.0 ABS FZ25 FZ-X Connected FZS 3.0 |
| Todo Terreno | YB125 Chacarera XTZ125 XTZ150 XTZ250 ABS Ténéré 700 |
| Mt Series | MT-15 MT-03 ABS MT-07 ABS MT-09 ABS |
| Super sport | YZF-R15 ABS YZF-R3 ABS YZF-R7 YZF-R1 |
| Sport touring | Tracer 9 GT |
| Cross enduro | PW50 YZ65 YZ85LW YZ125 YZ250F YZ450F WR250F WR450F |

Fuente: Portal Oficial Yamaha Perú, 2023.

1.2.2. Estudio de mercado

American Marketing Association (2010), propone la definición de investigación de mercados: función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso.

Especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones (Malhotra, Naresh, 2008).

Sus actividades son: identificación, recopilación, análisis, difusión, uso sistemático y objetivo de la información, la toma de decisiones relacionadas con la solución de problemas y aprovechar oportunidades de marketing.

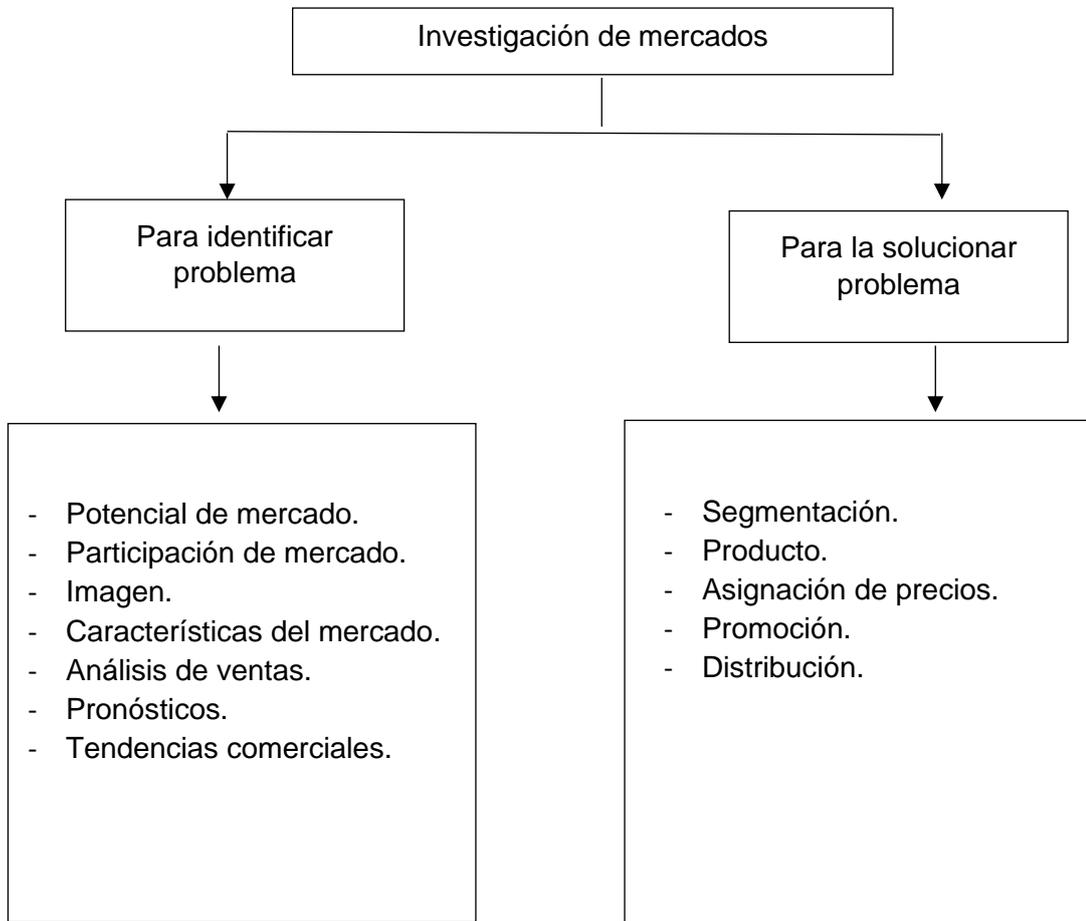
De acuerdo con (Malhotra, Naresh, 2008), la investigación de mercados tiene dos categorías:

- a. Identificación del problema.
- b. Solución del problema.

Se llevará a cabo para identificar problemas; quizá no sea evidente a primera vista; existen o es probable que existan. Una vez identificado el problema u oportunidad se realiza la investigación y luego se toman decisiones para la solución del problema.

Figura N° 05

Clasificación de la investigación de mercados



Tomado de: Malhotra¹, 2008 Investigación de mercados.

Diversas etapas de un estudio de mercado

Indecopi (2016), ha identificado las siguientes etapas al momento de efectuar un estudio de mercado:

- a. Definir el alcance del producto.

Esto implica:

1. Identificar los límites geográficos y de producto del mercado.

¹ (Malhotra, Naresh, 2008). Investigación de mercados. Quinta edición ed. México: Person Educación.

2. Destacar la naturaleza del problema que se sospecha pueda estar impidiendo que el mercado funcione eficientemente.
3. Especificar las características del mercado y el problema en el que se centrará la atención.
 - b. Seleccionar el equipo que trabajará en el estudio: capacidades y habilidades del equipo dependerán de la naturaleza y dimensión del mercado, así como la complejidad de los problemas a enfrentar.
 - c. Producir un plan y un calendario con objetivos claves: se desarrollará un plan que establecerá el tiempo necesario para realizar todas las etapas del estudio de conformidad con los recursos disponibles y la complejidad de los problemas, e identificará los objetivos claves, el calendario de trabajo.
 - d. Identificar a los interesados y plantear estrategia para involucrarlos en el estudio. Estos pueden incluir: productores activos en el mercado, así como sus proveedores, consumidores (ya sean empresas, individuos u organismos públicos), asociaciones comerciales, organizaciones de consumidores, reguladores económicos (Indecopi, 2016).

1.2.3. Definiciones de términos básicos

- a) Oferta
Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo (Kothler, Phillip; Armstrong, Gary; Cámara Ibáñez, Dionisio; Cruz Roche, Ignacio, 2006).

b) Demanda

Existen varios criterios al momento de definir la demanda, según los expertos en mercadotecnia y economía la demanda es un factor preponderante en la vida de las empresas, así para (Phillip, Kothler, 2002) la demanda es "el deseo que se tiene de un determinado producto que está respaldado por una capacidad de pago".

CAPÍTULO II: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

El sector automotriz representa una parte importante para el crecimiento de la economía del país. Al igual que los diversos sectores económicos, se vio afectado por la pandemia el 2020; sin embargo, gracias a la propuesta del Estado, se ha ido recuperando paulatinamente.

En el sector automotriz, se localizan los vehículos menores o motocicletas, quienes han cobrado gran auge en Lima, gracias al bajo costo de su adquisición, como a la saturación del parque automotor de automóviles. Los ciudadanos han visto como una gran alternativa, la compra de una motocicleta para aliviar el tráfico de la ciudad.

En la Amazonia, la realidad es diferente; las motocicletas, o simplemente motos, desde hace más de 30 años se han convertido en el medio de transporte preferido de los lugareños; motivado por el clima tropical de la zona, esto aunado a su bajo costo. Las marcas Honda y Yamaha son las preferidas en este mercado.

En la actualidad, no solo están en el mercado las motos japonesas, sino, en los últimos años, las motos chinas han ganado espacio dentro de las preferencias de los usuarios, siendo la marca Zongshen y Lifan una de las favoritas por sus modelos y precio al alcance de la economía local; lo que la ubica entre las marcas que más capacidad de venta tiene a nivel nacional.

Este estudio busca conocer la oferta de las diferentes marcas de motocicletas que se encuentran comercializando en la ciudad de

Iquitos, con la finalidad de comparar las diversas opciones que poseen los usuarios y clientes locales.

La ciudad de Iquitos cuenta con diferentes empresas en el rubro de venta de motocicletas, como podemos detallar.

Tabla N° 06
Empresas que venden motocicletas en la ciudad de Iquitos, 2023

| N° | Nombre | Dirección |
|----|----------------------------------|---|
| 1 | Honda Selva del Perú S.A Iquitos | Carretera Iquitos-Nauta Km 5-ensambladora |
| 2 | ML Motors & Mechanics Loreto | Calle Unión N° 320 |
| 3 | Corporación Barreto | Augusto Freyre N°1195-1083, Iquitos |
| 4 | Representaciones Corepsa | Jirón Putumayo N° 141-145, Iquitos |
| 5 | Motocorp de la Selva SAC | Jirón Prospero N° 598, Iquitos |
| 6 | Integra Retail Selva SAC | Jr. Prospero N° 252,253 Y236 |
| 7 | Crosland Iquitos | Jr. Arica N° 746, Iquitos |
| 8 | Socopur Selva | Jirón Prospero N° 265, 271, Iquitos |
| 9 | Representaciones Vargas SA | Jirón Prospero N° 227, Iquitos |
| 10 | Yamaha Motor Selva del Perú SA | Jirón Prospero N° 450, Iquitos |
| 11 | Barreto Selva Motos | Av. 28 de Julio N° 990 |
| 12 | Corporación Cayman SAC | Arica N° 442, Iquitos |
| 13 | Representaciones Mary Motor's | Av. Freyre N° 827 |
| 14 | Conecta Retail Selva (Grupo EFE) | Jr. Prospero N° 342-348, Iquitos |
| 15 | Corporación Mitsuboshi | Av.28 de Julio N° 1121-1131 |
| 16 | Inversiones Generales La Marina | Jr. Requena N° 397 |

Fuente: Elaboración propia.

2.2. Formulación del problema.

2.2.1. Problema general.

¿Cuál es el comportamiento del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023?

2.2.2. Problemas específicos.

¿Cuál es la oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023?

¿Cuál es la demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023?

2.3. Objetivos.

2.3.1. Objetivo general.

Determinar el comportamiento del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.3.2. Objetivos específicos.

- a. Determinar la oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.
- b. Determinar la demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.4 Hipótesis

2.4.1 Hipótesis general

Se observa comportamiento creciente del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.4.2 Hipótesis específicas.

Se observa alta oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

Se observa alta demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

2.5. Variable

2.5.1. Identificación de la variable

Mercado de producto.

2.5.2. Operacionalización de la variable

Tabla N° 07

Variables, indicadores e índices del tema de estudio

| Variable | Indicador | Índice |
|---------------------|------------|---|
| Mercado de producto | 1. Oferta | 1.1 Exportación Mundial |
| | | 1.2 Importación en el Perú |
| | | 1.3 Empresas en el mercado |
| | | 1.4 Productos que ofrecen |
| | | 1.5 Tipos de ventas |
| | | 1.6 Tipos de garantías |
| | | 1.7 Servicio técnico que ofrecen |
| | 2. Demanda | 2.1 Universidad en la que estudia |
| | | 2.2 Cantidad de estudiantes que tienen motocicletas |
| | | 2.3 Referencia por marca |
| | | 2.4 Calificación de la marca |
| | | 2.5 Tiempo con el vehículo |
| | | 2.6 Interés de adquirir |

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación.

La presente investigación fue de diseño descriptivo y no experimental, toda vez que no se efectuó ninguna manipulación de la variable para obtener los resultados.

Es un estudio transversal, ya que la aplicación del instrumento, así como la recolección de datos observables, se realizaron en un solo momento, no efectuándose en varias etapas.

3.2. Población y muestra.

La presente investigación se basó en el estudio de dos poblaciones: las empresas comerciales de venta de motocicletas de la ciudad de Iquitos y los jóvenes universitarios.

Para el presente estudio se realizaron las siguientes características de inclusión:

La primera población estuvo conformada por las empresas comerciales de venta de motocicletas, se tomó como totalidad 4 empresas que están concentradas en una sola marca, esto debido a que son pocas las empresas de venta de motocicletas en la ciudad de Iquitos.

Tabla N° 08
Empresas comerciales de motocicletas

| N° | Nombre | Dirección |
|----|--------------------------------|-------------------------------------|
| 1 | Motocorp de la Selva SAC | Jirón Prospero N° 598, Iquitos |
| 2 | Socopur Selva | Jirón Prospero N° 265, 271, Iquitos |
| 3 | Yamaha Motor Selva del Perú SA | Jirón Prospero N° 450, Iquitos |
| 4 | Corporación Cayman SAC | Arica N° 442, Iquitos |

Fuente: Elaboración propia.

Primera población

Elemento : empresa comercial.

Alcance : tiendas de la ciudad de Iquitos.

Unidad de muestreo: negocio de ventas.

Unidad de análisis : vendedor.

Tiempo : abril del 2023.

Segunda población

Está conformada por 384 jóvenes universitarios, que se encuestarán al acudir a las universidades.

Elemento : usuario de vehículo.

Alcance : jóvenes universitarios.

Unidad de muestreo: universidad.

Unidad de análisis : persona.

Tiempo : abril del 2023.

Fórmula de la muestra, población infinita:

$$n = \frac{Z^2 P \cdot Q}{E^2}$$

Donde:

Z= Nivel de confianza .95%

P= variabilidad positiva

Q= variabilidad negativa

E= precisión o error 5%

n= muestra

Cálculo de la muestra

| Parámetro | Insertar valor |
|-----------|----------------|
| Z | 1.96 |
| P | 0.5 |
| Q | 0.5 |
| E | 0.05 |

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2}$$

Tamaño de la muestra

| |
|---------|
| n = 384 |
|---------|

3.3 Técnicas, instrumentos y procedimientos de recolección de datos.

La técnica que se utilizó para el recojo de información fue la hoja de observación y la entrevista, las mismas que se aplicaron en las 4 tiendas comerciales de venta de motocicletas y a los jóvenes universitarios.

- a. Se inició observando la problemática que se ha presentado, con el objetivo de estudiarla y analizarla de tal forma que se logró identificar sus posibles causas y consecuencias.
- b. Seguido, se indagó en las diversas fuentes bibliográficas para extraer contenido teórico relevante que permitió seleccionar los aspectos y elementos de mayor relevancia para su evaluación.
- c. Del mismo modo, se recogió información a través de la aplicación de los instrumentos previamente elaborados en función a sus dimensiones e indicadores.
- d. Posteriormente, se ordenaron los datos recopilados con el propósito de que puedan ser presentados de forma ordenada y respondan a los objetivos planteados.

e. Para terminar, se elaboró las conclusiones y recomendaciones.

3.4. Procesamiento y análisis de datos.

El procesamiento y análisis de datos se realizó utilizando el Microsoft Excel debido a que se tuvo que ordenar la información en tablas y figuras que faciliten su análisis e interpretación. Por otra parte, para el análisis de los datos se hizo uso del método descriptivo.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Estudio de la oferta.

4.1.1. Oferta mundial de motocicletas.

Se observa que el mercado de motocicletas en el mundo, presenta una tendencia creciente. El país líder de exportación en el mercado es China y tiene tendencia creciente, 26.48% en el año 2018 y 28.45% en el año 2022.

Dos países importantes son Alemania y Japón, pero muestran tendencias decrecientes, caso de Japón 10.70% año 2018 y 7.55% en el 2022. Hay un país con significativo crecimiento es Taipei Chino, con el 2.33% en el año 2018 y 4.32% año 2022.

Tabla N° 09

Exportación mundial de motocicletas

Producto: 8711 Motocicletas (incluidos los ciclomotores) y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares.

| Países | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| China | 26.48% | 25.52% | 27.49% | 29.77% | 28.45% |
| Alemania | 8.27% | 8.56% | 9.25% | 8.15% | 7.96% |
| Japón | 10.70% | 8.19% | 6.73% | 6.77% | 7.55% |
| Tailandia | 5.15% | 6.11% | 6.32% | 6.96% | 7.09% |
| Italia | 5.42% | 5.19% | 5.12% | 5.26% | 5.77% |
| Austria | 5.34% | 5.18% | 5.28% | 5.14% | 5.73% |
| Países Bajos | 4.21% | 4.52% | 5.48% | 5.01% | 4.76% |
| India | 7.52% | 6.98% | 5.87% | 7.12% | 4.61% |
| Taipei Chino | 2.33% | 3.72% | 3.94% | 3.78% | 4.32% |
| Otros | 24.57% | 26.03% | 24.52% | 22.03% | 23.75% |
| Total | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| Millones de US dólares | 28,547.3 | 29,966.8 | 31,275.1 | 41,374.4 | 42,021.4 |

Fuente: Elaboración basada en información (Trade Map, 2023)

4.1.2. Oferta del Perú de motocicletas.

En la siguiente tabla podemos apreciar algunos de los principales mercados proveedores de motocicletas importadas por Perú, donde se presenta una tendencia creciente. El país líder es China sin embargo tuvo una tendencia decreciente ya que para el año 2018 estuvo con 78.41% y al año 2022 con 72.75%.

Dos países importantes son India y Tailandia que muestran tendencias crecientes, como el caso de India ,14.02% en el año 2018 y 20.96% en el año 2022. Seguido Tailandia ,0.69% en el año 2018 y con el 1.30% en el año 2022.

Tabla N° 10

Mercados proveedores de donde importa Perú

Producto: 8711 Motocicletas (incluidos los ciclomotores) y velocípedos equipados con motor auxiliar, con sidecar o sin él; sidecares.

| Países | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| China | 78.41% | 81.24% | 82.79% | 76.94% | 72.75% |
| India | 14.02% | 11.85% | 13.24% | 19.74% | 20.96% |
| Tailandia | 0.69% | 1.74% | 0.53% | 0.60% | 1.30% |
| Brasil | 2.19% | 0.60% | 0.66% | 0.47% | 1.05% |
| Japón | 0.92% | 0.97% | 0.36% | 0.33% | 0.97% |
| Indonesia | 0.89% | 0.45% | 0.36% | 0.53% | 0.77% |
| Alemania | 0.61% | 0.96% | 0.50% | 0.42% | 0.62% |
| Taipei Chino | 0.06% | 0.07% | 0.05% | 0.00% | 0.51% |
| Austria | 1.04% | 1.31% | 0.48% | 0.44% | 0.40% |
| Otros | 1.18% | 0.80% | 1.04% | 0.53% | 0.67% |
| Total | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% | 100.00% |
| Millones de US dólares | 180,987.2 | 170,763.1 | 190,741.1 | 350,613.2 | 281,713.4 |

Fuente: Elaboración basada en información (Trade Map, 2023)

4.1.3. Oferta de la empresa Corporación Caiman SAC. “Zongshen”

La empresa presenta una importante oferta de 7 categorías de vehículos, cada uno de ellos con diversidad de cilindraje y su principal fuente de aprovisionamiento es China, los precios se presentan en soles, explicado por la estabilidad de la moneda nacional, quien muchas veces se deprecia frente al dólar; la empresa está concentrada en una sola marca, así mismo cuenta con estrategias de venta siendo estas al contado como al crédito, con diferentes plazos de pago, otorga garantía de 6 hasta 12 meses y brinda diferentes servicios técnicos relacionados con el producto.

Tabla N° 11
Matriz de producto de motos

| N° | Categoría | Marca | Cilindraje (cc) | Origen (País) | Precio (soles) |
|----|---------------|----------|-----------------|---------------|----------------|
| 1 | Mototaxi | Zongshen | 125 | China | 6,200.00 |
| | | Zongshen | 150 | China | 7,490.00 |
| 2 | Sport-Spex | Zongshen | 150 | China | 6,200.00 |
| 3 | RX Chacarera | Zongshen | 150 | China | 4,800.00 |
| 4 | Sport- Triax | Zongshen | 200 | China | 6,590.00 |
| 5 | Lineal | Zongshen | 110 | China | 4,850.00 |
| 6 | Scuter strato | Zongshen | 125 | China | 4,900.00 |
| 7 | Moto furgón | Zongshen | 200 | China | 10,200.00 |
| | | Zongshen | 250 | China | 14,200.00 |
| | | Zongshen | 300 | China | 17,400.00 |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Leyenda: dirección Arica 442, referencia entre Brasil y Morona, Iquitos.

Tabla N° 12
Tipo de venta

| N° | Tipos de venta | No | Si |
|----|----------------------------|----|----|
| 1 | Contado | | X |
| 2 | Inicial | | X |
| 3 | Pagar en menos de 10 meses | | X |
| 4 | Pagar de 10 a 12 meses | | X |
| 5 | Pagar de 13 a 18 meses | | X |
| 6 | Pagar más de 18 meses | | X |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 13

Tipo de garantía

| N° | Garantía | No | Si |
|----|-------------------------|----|----|
| 1 | No otorga garantía | | |
| 2 | Menos de 6 meses | | |
| 3 | Más de 6 hasta 12 meses | | X |
| 4 | Más de 12 meses | | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 14

Servicio técnico que ofrece

| N° | Servicio técnico | No | Si |
|----|--------------------|----|----|
| 1 | Mantenimiento | | X |
| 2 | Reparación | | X |
| 3 | Cambio de aceite | | X |
| 4 | Venta de repuestos | | X |
| 5 | Pintado | | X |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

4.1.4. Oferta de la empresa Socopur Selva “Lifan”

La empresa presenta una importante oferta de 6 categorías de vehículos, cada uno de ellos con diversidad de cilindraje y su principal fuente de aprovisionamiento es China, los precios se presentan en soles, explicado por la estabilidad de la moneda nacional, quien muchas veces se deprecia frente al dólar; la empresa está concentrada en una sola marca, así mismo cuenta con estrategias de venta siendo estas al contado como al crédito, con diferentes plazos de pago, otorga garantía de 6 hasta 12 meses y brinda diferentes servicios técnicos relacionados con el producto, a excepción el servicio de pintado de motocicletas.

Tabla N° 15
Matriz de producto de motos

| N° | Categoría | Marca | Cilindraje (cc) | Origen (País) | Precio (soles) |
|----|---------------|-------|-----------------|---------------|----------------|
| 1 | Paseo - Oriol | Lifan | 110 | China | 4,223.00 |
| 2 | Scuter | Lifan | 125 | China | 4,050.00 |
| 3 | Urbana SSL | Lifan | 125 | China | 5,200.00 |
| 4 | Chacarera | Lifan | 150 | China | 5,000.00 |
| 5 | Trial | Lifan | 150 | China | 6,300.00 |
| 6 | Moto furgón | Lifan | 200 | China | 10,300.00 |
| | | Lifan | 250 | China | 14,000.00 |

Fuente: Elaboración propia basada en información de la empresa.

Leyenda: dirección Prospero 265 - 271, referencia entre Sargento Lores y Putumayo, Iquitos.

Tabla N° 16
Tipo de venta

| N° | Tipos de venta | No | Si |
|----|----------------------------|----|----|
| 1 | Contado | | X |
| 2 | Inicial | | X |
| 3 | Pagar en menos de 10 meses | | X |
| 4 | Pagar de 10 a 12 meses | | X |
| 5 | Pagar de 13 a 18 meses | | X |
| 6 | Pagar más de 18 meses | | X |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 17
Tipo de garantía

| N° | Garantía | No | Si |
|----|-------------------------|----|----|
| 1 | No otorga garantía | | |
| 2 | Menos de 6 meses | | |
| 3 | Más de 6 hasta 12 meses | | X |
| 4 | Más de 12 meses | | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 18
Servicio técnico que ofrece

| N° | Servicio técnico | No | Si |
|----|--------------------|----|----|
| 1 | Mantenimiento | | X |
| 2 | Reparación | | X |
| 3 | Cambio de aceite | | X |
| 4 | Venta de repuestos | | X |
| 5 | Pintado | X | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

4.1.5 Oferta de la empresa Yamaha Motor Selva del Perú SA.

La empresa presenta una importante oferta de 9 categorías de vehículos, cada uno de ellos con diversidad de cilindraje y su principal fuente de aprovisionamiento es Japón, los precios se presentan en soles, explicado por la estabilidad de la moneda nacional, quien muchas veces se deprecia frente al dólar; la empresa está concentrada en una sola marca, así mismo cuenta con estrategias de venta siendo estas al contado como al crédito, con diferentes plazos de pago, otorga garantía de 6 hasta 12 meses y brinda diferentes servicios técnicos relacionados con el producto, a excepción el servicio de pintado de motocicletas.

Tabla N° 19
Matriz de producto de motos

| N° | Categoría | Marca | Cilindraje (cc) | Origen (País) | Precio (soles) |
|----|-----------------|--------|-----------------|---------------|----------------|
| 1 | Paseo - Cripton | Yamaha | 110 | Japón | 6,500.00 |
| 2 | Cygnus Rayzr | Yamaha | 125 | Japón | 9,000.00 |
| 3 | Fz 25 | Yamaha | 250 | Japón | 10,500.00 |
| 4 | XTZ 125 | Yamaha | 125 | Japón | 11,000.00 |
| 5 | XTZ 150 | Yamaha | 150 | Japón | 14,000.00 |
| 6 | XTZ 250 | Yamaha | 250 | Japón | 25,000.00 |
| 7 | Chacarera | Yamaha | 125 | Japón | 8,000.00 |
| 8 | Sport R15 | Yamaha | 155 | Japón | 22,000.00 |
| 9 | Sport R3 ABS | Yamaha | 320 | Japón | 32,000.00 |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Leyenda: dirección Prospero 450, referencia entre Morona y Brasil, Iquitos.

Tabla N° 20
Tipo de venta

| N° | Tipos de venta | No | Si |
|----|----------------------------|----|----|
| 1 | Contado | | X |
| 2 | Inicial | | X |
| 3 | Pagar en menos de 10 meses | | X |
| 4 | Pagar de 10 a 12 meses | | X |
| 5 | Pagar de 13 a 18 meses | | X |
| 6 | Pagar más de 18 meses | | X |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 21
Tipo de garantía

| N° | Garantía | No | Si |
|----|-------------------------|----|----|
| 1 | No otorga garantía | | |
| 2 | Menos de 6 meses | | |
| 3 | Más de 6 hasta 12 meses | | X |
| 4 | Más de 12 meses | | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 22
Servicio técnico que ofrece

| N° | Servicio técnico | No | Si |
|----|--------------------|----|----|
| 1 | Mantenimiento | | X |
| 2 | Reparación | | X |
| 3 | Cambio de aceite | | X |
| 4 | Venta de repuestos | | X |
| 5 | Pintado | X | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

4.1.6. Oferta de la empresa Motocorp Honda de la Selva.

La empresa presenta una importante oferta de 6 categorías de vehículos, cada uno de ellos con diversidad de cilindraje y su principal fuente de aprovisionamiento es Japón, los precios se presentan en soles, explicado por la estabilidad de la moneda nacional, quien muchas veces se deprecia frente al dólar; la empresa está concentrada en una sola marca, así mismo cuenta con estrategias de venta siendo estas al contado como al crédito, con diferentes plazos de pago, otorga garantía de 6 hasta 12 meses y brinda diferentes servicios técnicos relacionados con el producto, a excepción el servicio de pintado de motocicletas.

Tabla N° 23

Matriz de producto de motos

| N° | Categoría | Marca | Cilindraje (cc) | Origen (País) | Precio (soles) |
|----|--------------|-------|-----------------|---------------|----------------|
| 1 | Moto Wave | Honda | 110 | Japón | 7000 |
| 2 | Chacarera | Honda | 125 | Japón | 7000 |
| 3 | Scuter Elite | Honda | 125 | Japón | 8500 |
| 4 | Sport RX | Honda | 150 | Japón | 12500 |
| 5 | Navi | Honda | 110 | Japón | 6590 |
| 6 | Motocarro | Honda | 150 | Japón | 9000 |
| | | Honda | 125 | Japón | 7500 |

Fuente: Elaboración propia basada en información de la empresa.

Leyenda: dirección Prospero 598, Iquitos.

Tabla N° 24
Tipo de venta

| N° | Tipos de venta | No | Si |
|----|----------------------------|----|----|
| 1 | Contado | | X |
| 2 | Inicial | | X |
| 3 | Pagar en menos de 10 meses | | X |
| 4 | Pagar de 10 a 12 meses | | X |
| 5 | Pagar de 13 a 18 meses | | X |
| 6 | Pagar más de 18 meses | | X |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 25
Tipo de garantía

| N° | Garantía | No | Si |
|----|-------------------------|----|----|
| 1 | No otorga garantía | | |
| 2 | Menos de 6 meses | | |
| 3 | Más de 6 hasta 12 meses | | X |
| 4 | Más de 12 meses | | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

Tabla N° 26
Servicio técnico que ofrece

| N° | Servicio técnico | No | Si |
|----|--------------------|----|----|
| 1 | Mantenimiento | | X |
| 2 | Reparación | | X |
| 3 | Cambio de aceite | | X |
| 4 | Venta de repuestos | | X |
| 5 | Pintado | X | |

Fuente: Elaboración basada en información de la empresa.

4.2. Estudio de la demanda.

A continuación, se muestran los resultados obtenidos de la encuesta y son los siguientes:

Se logró visitar a dos universidades la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana del distrito de Iquitos y la Universidad Científica del Perú del distrito de San Juan Bautista, en la visita se consultó a los jóvenes sobre su interés de participar en la investigación, a lo que el 98.4% si tuvieron interés de realizar la encuesta y el 1.6% no tuvieron interés de hacerlo.

Tabla N° 27

Interés de participar en la encuesta

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No | 6 | 1.6 |
| Si | 378 | 98.4 |
| Total | 384 | 100.0 |

Se logró encuestar a 378 jóvenes, de los cuales el 56.0% son mujeres y el 44% hombres, lo que pudimos observar es que hay una ligera ventaja numérica de mujeres en las universidades seleccionadas.

Tabla N° 28

Género de los encuestados

| | Frecuencia | Porcentaje |
|--------|------------|------------|
| Hombre | 168 | 44.0 |
| Mujer | 210 | 56.0 |
| Total | 378 | 100.0 |

Se pudo identificar que los jóvenes menores de 25 años fueron el grupo de edad más representado en la muestra con el 51.0%, seguido el 49% que son jóvenes mayores de 25 años.

Tabla N° 29
Edad de los encuestados

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------|------------|------------|
| Menor de 25 | 193 | 51.0 |
| Mayor de 25 | 185 | 49.0 |
| Total | 378 | 100.0 |

a investigación fue dirigida a los jóvenes universitarios a quienes se les encontraron al acudir a las universidades. El 56.0% pertenecen a la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, siendo en esta la mayor cantidad de jóvenes encuestados; la segunda institución fue la Universidad Científica del Perú, con el 41.0%, y con el 3.0% otras universidades, en la que indicaban universidades de la ciudad de Lima, Pucallpa y Tarapoto.

Tabla N° 30
Universidad a la que pertenece

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| UNAP | 211 | 56.0 |
| UCP | 156 | 41.0 |
| Otras | 11 | 3.0 |
| Total | 378 | 100.0 |

Un porcentaje significativo de los participantes indicó que si posee una motocicleta, siendo el 76.0%; sin embargo, el 24.0% indicaron no poseer una motocicleta, estos participantes fueron excluidos de las preguntas adicionales relacionadas con las características y el uso de la motocicleta.

Tabla N° 31
Posee motocicleta

| | Frecuencia | Porcentaje |
|-------|------------|------------|
| No | 89 | 24.0 |
| Si | 289 | 76.0 |
| Total | 378 | 100.0 |

Se presentaron varias opciones de marcas de motocicletas para que los participantes seleccionaran todas las que correspondían a las motocicletas que poseen, donde se observó una mayor representación de la marca Honda con un 62.0%, seguido la marca Lifan con el 17% siendo estas dos marcas las más representativas entre los jóvenes encuestados.

Tabla N° 32
Marcas de motocicletas

| | Frecuencia | Porcentaje |
|----------|------------|------------|
| Honda | 179 | 62.0 |
| Lifan | 48 | 17.0 |
| zongshen | 26 | 9.0 |
| Yamaha | 24 | 8.0 |
| Otros | 12 | 4.0 |
| Total | 289 | 100.0 |

Se identificaron tendencias significativas en cuanto a las razones de preferencia de la marca de motocicletas que manejan los jóvenes, donde se observó una mayor representación en calidad con el 54.0%, y con el 33.0% indican el modelo de la moto, siendo estas dos razones la inclinación mayor de preferencia entre los participantes.

Tabla N° 33

Razones de preferencia de la marca de motocicleta

| | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------|------------|------------|
| Calidad | 155 | 54.0 |
| Precio | 38 | 13.0 |
| Modelo de moto | 96 | 33.0 |
| Total | 289 | 100.0 |

Los participantes fueron solicitados a calificar la marca de su motocicleta en función de su experiencia y satisfacción general, donde indicaron que es bueno con un 63% mientras que otros mencionaron regular con el 27% y con el 10% malo, lo que indica diferentes niveles de satisfacción y experiencias individuales.

Tabla N° 34

Calificación de la marca de la motocicleta

| | Frecuencia | Porcentaje |
|---------|------------|------------|
| Malo | 28 | 10.0 |
| Regular | 78 | 27.0 |
| Bueno | 183 | 63.0 |
| Total | 289 | 100.0 |

Se solicitó a los participantes que indicaran desde qué tiempo son clientes del vehículo que poseen, donde el 42% indicaron que hace poco compraron, teniendo una relación corta con el vehículo, frente a un 41% donde manifestaron que ya tienen algunos años, donde se logró observar las diferentes duraciones de relación con sus motocicletas.

Tabla N° 35
Tiempo como cliente del vehículo

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| Hace poco compre | 123 | 42.0 |
| Algunos años | 118 | 41.0 |
| Mucho tiempo | 48 | 17.0 |
| Total | 289 | 100.0 |

Los participantes ofrecieron respuestas que reflejaron su nivel de interés en la adquisición de una nueva motocicleta, el 43% de los participantes manifestó de no tener interés en adquirir una nueva motocicleta, frente a un 37% donde indican que tienen mucho interés de adquirir una nueva motocicleta, lo que indica diferentes niveles de intención de compra.

Tabla N° 36
Interés en adquirir una nueva motocicleta

| | Frecuencia | Porcentaje |
|------------------|------------|------------|
| No tengo interés | 124 | 43.0 |
| Cierto interés | 59 | 20.0 |
| Mucho interés | 106 | 37.0 |
| Total | 289 | 100.0 |

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. DISCUSIÓN

(Valenzuela Espinoza, Sergio Escocio, 2020) en su investigación *Evolución de las ventas de los vehículos menores en la región Loreto, periodo 2013 – 2017*, tuvo como objetivo analizar datos históricos del mercado nacional de vehículos menores, compuesto por motocicletas y trimotos, para determinar la evolución del nivel de ventas y la participación en el mercado. Tuvo una metodología descriptiva, no experimental; con población formada por la data de ventas de vehículos menores en un periodo de tiempo, y muestra por tipo de vehículo. Concluye que, en Loreto, la evolución de ventas de los vehículos menores fue negativa y que los niveles de ventas de las motocicletas y las trimotos evolucionaron de manera negativa y positiva respectivamente, siendo las motocicletas los vehículos que dominaron el mercado con una participación anual promedio del 64.9%. A pesar de la visible saturación del mercado de vehículos menores, este continuará consolidándose, y que la comercialización de estos vehículos se ha convertido en un negocio millonario que anualmente factura alrededor de 65.5 millones de soles.

Esto guarda relación con la presente investigación, pues se vio reflejado los resultados obtenidos, donde se comprueba el comportamiento creciente del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, donde un porcentaje significativo de los participantes indicó que si posee una motocicleta siendo el 76.0%; donde también se observó una mayor representación de la marca Honda con un 62.0%, seguido la marca Lifan con el 17% siendo estas dos marcas las más representativas entre los jóvenes encuestados.

5.2. CONCLUSIONES

1. Determinar la oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.

Las empresas comerciales de venta de motocicletas en la ciudad de Iquitos, presentan una importante oferta de diferentes categorías de vehículos, cada uno de ellos con diversidad de cilindraje y su principal fuente de aprovisionamiento es China y Japón; los precios se presentan en soles; cada empresa está concentrada en una marca, como son Zongshen, Lifan, Yamaha y Honda; así mismo, cuenta con estrategias de venta, siendo estas al contado y al crédito, con diferentes plazos de pago; otorga garantía de 6 hasta 12 meses y brinda diferentes servicios técnicos relacionados con el producto.

2. Determinar la demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023.
 - a. El 56.0% pertenecen a la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, siendo en esta la mayor cantidad de jóvenes encuestados, la segunda institución fue la Universidad Científica del Perú con el 41,0%.
 - b. Un porcentaje significativo de los participantes indicó que si posee una motocicleta siendo el 76.0%, donde se observó una mayor representación de la marca Honda con un 62.0%, seguido la marca Lifan, con el 17% siendo estas dos marcas las más representativas entre los jóvenes encuestados.
 - c. Se identificaron tendencias significativas en cuanto a las razones de preferencia de la marca de motocicletas que manejan los jóvenes, donde se observó una mayor representación en calidad con el 54.0%, y con el 33.0% indican el modelo de la moto. Los participantes fueron

solicitados a calificar la marca de su motocicleta, donde indicaron que es bueno con un 63% mientras que otros mencionaron regular con el 27%, lo que indica diferentes niveles de satisfacción y experiencias individuales.

- d. Los participantes ofrecieron respuesta sobre el tiempo que son clientes del vehículo que poseen; el 42% indicaron que hace poco compraron, frente a un 41% que manifestaron que ya tienen algunos años, donde se logró observar las diferentes duraciones de relación con sus motocicletas. También reflejaron su nivel de interés en la adquisición de una nueva motocicleta, el 43% de los participantes manifestó de no tener interés en adquirir una nueva motocicleta, frente a un 37% donde indican que tienen mucho interés de adquirir una nueva motocicleta, lo que indica diferentes niveles de intención de compra.

5.3. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las empresas comerciales de venta de motocicletas en la ciudad de Iquitos, considerar la ampliación de la variedad de marcas y modelos disponibles. Esto permitirá satisfacer las necesidades y preferencias de un mayor número de consumidores; es importante también fortalecer los servicios post-venta, como el mantenimiento y la disponibilidad de repuestos, para afianzar la satisfacción a largo plazo de los clientes. Además, se recomienda aprovechar las plataformas digitales para llegar a un público más amplio y fortalecer la presencia en línea. Se sugiere a las empresas comerciales de motocicletas mantenerse actualizadas con las últimas tendencias y ajustar sus estrategias de precios para mantener su competitividad y satisfacer las demandas cambiantes de los consumidores.
2. Se recomienda a las empresas comercializadoras de motocicletas establecer alianzas estratégicas con las universidades, esto puede incluir la participación en ferias educativas, eventos estudiantiles y programas de colaboración académica; Estas acciones ayudarán a fortalecer la visibilidad de marca de motocicletas y aumentar la preferencia entre los estudiantes. Se recomienda enfocar esfuerzos de marketing y comunicación. Esto permitirá a las empresas aumentar su participación en el mercado universitario. Se recomienda mejorar y fortalecer los servicios de mantenimiento, reparación y repuestos para las marcas Honda y Lifan. Esto incluye contar con personal capacitado, ofrecer tiempos de respuesta rápidos y garantizar la disponibilidad de repuestos originales, brindar un servicio de posventa de calidad, contribuirá a la satisfacción y fidelidad de los clientes, lo cual es fundamental para el crecimiento y éxito a largo plazo de una empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- American Marketing Association. (2010). *El estudio de mercado, Portal web institucional, Washington DC.*
- Asociación de Automotriz del Perú - AAP. (2023). *Informe del sector automotor febrero.* Perú: Gerencia de Estudios Económicos y Estadística. Consultado 10.04.2023
- Asociación de Automotriz del Perú. (2022). *Sector Automotor retos y desafíos en el corto y mediano plazo.* Subgerencia de Comunicaciones e Imagen Institucional. Consultado 10.04.2023
- Durazno Silva, Carlos Alberto; Bermeo Andrade, Nicolás Andrés. (2022). *El impacto de las marcas chinas en la venta de motocicletas naked de cilindraje 200cc a 400cc en el sector automotriz de Cuenca entre 2015 - 2020.* (Tesis de pregrado, Universidad del Azuay, Cuenca, Ecuador).
- Honda. (2020). *Historia de Honda en el Perú, Portal Oficial de Honda International, Lima, Perú.* Consultado 10.04.2023
- Honda. (2022). *Records Históricos de Honda en Perú.* Obtenido de: <https://motos.honda.com.pe/record-historico-honda-del-peru> celebra-el-millon-de-motos-ventas-y-el-hito-de-produccion-de-700-mil-unidades-en-el-peru . Consultado 10.04.2023
- Huertas Olivera, Ela Eloísa. (2020). *País de Origen y Percepción de Marca de Motocicletas en los integrantes de Moto Club "Iron Horse" Trujillo - 2020.* (Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto, Perú).
- Indecopi. (2016). *El estudio de mercado, Portal web institucional, Lima.* Consultado 10.04.2023
- Kothler, Phillip; Armstrong, Gary; Cámara Ibáñez, Dionisio; Cruz Roche, Ignacio. (2006). *Marketing* (Ediciones Prentice Hall ed.). México.
- Lifan Ltd. (2018). *Historia de Lifan en el Perú, Portal somos moto Perú.* Obtenido de <https://somosmoto.pe/motos/lifan/2k>
- Malhotra, Naresh. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta edición ed.). México: Person Educación.

Naranjo Vera, Jhisac Josue. (2019). *Análisis de los aspectos de mercado, económicos y financieros necesarios para la importación de motocicletas Chinas en la ciudad de Esmeraldas*. (Tesis pregrado, Pontificia Universidad Católica, Esmeraldas, Ecuador).

Phillip, Kothler. (2002). *Dirección de Marketing* (12ava Edición ed.). México: Pearson Educación.

Sociedad Nacional de Industrias - SNI. (2017). *Fabricación de Motocicletas*. Instituto de Estudios Económicos y Sociales.

Socopur. (2019). *Portal de Socopur SAC, Lima Perú*. Obtenido de <https://socopur.com/noticia/lifan-consolida-su-portafolio-de-motocicletas-en-el-peru-con-su-nueva-linea-street-kp-2018/> Consultado 10.04.2023

Trade Map. (2023). *Estadísticas del comercio para el desarrollo internacional de las empresas Datos comerciales mensuales, trimestrales y anuales. Valores de importación y exportación, volúmenes, tasas de crecimiento, cuotas de mercado*. Obtenido de www.trademap.org: https://www.trademap.org/Country_SelProduct.aspx?nvpm=3%7c%7c%7c%7c%7c8711%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1%7c1 . Consultado 10.04.2023

Valenzuela Espinoza, Sergio Escocio. (2020). *Evolución de las ventas de los vehículos menores en la Región Loreto*. (Tesis de pregrado, Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, Iquitos, Perú)

Yamaha. (2012). *Yamaha Motor del Perú*. Obtenido de <http://www.yamaha-motor.com.pe/> . Consultado 10.04.2023

Yamaha. (2020). *Historia de Yamaha en el Perú, Portal Oficial de Yamaha Corporation, Lima, Perú* . Obtenido de <http://www.yamaha-motor.com.pe/> . Consultado 10.04.2023

Zongshen. (2018). *zongshenmotos*. Obtenido de <https://www.zongshenmotos.cl/historia/> . Consultado 10.04.2023

Zongshen. (2022). *Zongshen Perú*. Obtenido de <https://zongshenperu.com/nosotros-zongshen-peru/#:~:text=Con%20m%C3%A1s%20de%2020%20a%C3%B1os,micro>

%2C%20peque%C3%B1a%20y%20mediana%20empresa. Consultado
10.04.2023

ANEXO Nº 1: HOJA DE OBSERVACIÓN

1. Información general de la empresa

a) Nombre de la empresa comercial:

b) Dirección:

c) Referencias:

d) Distrito:

2. Matriz de producto de motos

| Nº | Categoría | Marca | Cilindraje | Origen | Precio |
|----|-----------|-------|------------|--------|--------|
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

3. Tipos de venta

| N° | Tipos de venta | No | Si |
|----|----------------------------|----|----|
| 01 | Contado | | |
| 02 | Inicial | | |
| 03 | Pagar en menos de 10 meses | | |
| 04 | Pagar de 10 a 12 meses | | |
| 05 | Pagar de 13 a 18 meses | | |
| 06 | Pagar más de 18 meses | | |

4. Tipo de garantía

| N° | Garantía | No | Si |
|----|-------------------------|----|----|
| 01 | No otorga garantía | | |
| 02 | Menos de 6 meses | | |
| 03 | Más de 6 hasta 12 meses | | |
| 04 | Más de 12 meses | | |

5. Servicio técnico que ofrece

| N° | Servicio técnico | No | Si |
|----|--------------------|----|----|
| 01 | Mantenimiento | | |
| 02 | Reparación | | |
| 03 | Cambio de aceite | | |
| 04 | Venta de repuestos | | |
| 05 | Pintado | | |

ANEXO Nº 2: CUESTIONARIO

La presente encuesta tiene por finalidad investigar desde una perspectiva académica a los clientes que compran motocicletas en la ciudad de Iquitos. Le agradecemos su ayuda y colaboración.

I. Datos generales:

1. ¿Tiene interés de responder las preguntas de la encuesta?

No 1 Si 2

Si su respuesta es NO, finaliza la encuesta

2. Género

a. Hombre 1 b. Mujer 2

3. Edad

a. Menor de 25 años 1 b. De 25 años a más 2

4. ¿Cuál es la universidad en la que estudias?

a. UNAP 1 b. UCP 2 c. Otra 3

II. Uso del producto

5. Indique usted, si maneja o posee una motocicleta.

a. No 1 b. Si 2

Si su respuesta es NO, finaliza la encuesta

6. Indique la marca. (*Puede responder varias alternativas*)

- a. Honda 1 b. Lifan 2 c. Zongshen 3
d. Yamaha 4 e. Otros 5

7. ¿Por qué prefiere la marca de la motocicleta que maneja?

(*Puede responder varias alternativas*)

- a. Calidad 1
b. Precio 2
c. Modelo de moto 3

8. Califique la marca de la motocicleta

- a. Malo 1 b. Regular 2 c. Bueno 3

9. ¿Desde qué tiempo es cliente del vehículo?

- a. Hace poco compre 1 b. Algunos años 2
c. Mucho tiempo 3

10. ¿Tienes interés en adquirir una nueva motocicleta?

- a. No tengo interés 1 b. Cierta interés 2
c. Mucho interés 3

ANEXO Nº 3: MATRIZ DE CONSISTENCIA

| Estudio de mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | | | | | |
|---|---|--|---------------------|-----------|---|
| PROBLEMA | OBJETIVO | HIPÓTESIS | VARIABLE | INDICADOR | INDICES |
| ¿Cuál es el comportamiento del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023? | Determinar el comportamiento del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | Se observa comportamiento creciente del mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | Mercado de Producto | Oferta | 1. Empresas en el mercado 2. Productos que ofrecen 3. Tipos de ventas 4. Tipos de garantías 5. Servicio técnico que ofrecen |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | | | Demanda |
| ¿Cuál es la oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023? | Determinar la oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | Se observa alta oferta en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | | | |
| ¿Cuál es la demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023? | Determinar la demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | Se observa alta demanda en el mercado de motocicletas en la ciudad de Iquitos, año 2023. | | | |

ANEXO Nº 4: PANEL FOTOGRÁFICO





