



Universidad  
**Inca Garcilaso de la Vega**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CIENCIAS  
ECONÓMICAS

Desarrollo de un Sistema de Promociones y Descuentos, V&T

Servicentro San Juan E.I.R.L. – 2023

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración

**AUTOR**

Tuero Maquera, Victor Hugo  
(<https://orcid.org/0009-0004-0873-6079>)

**ASESOR**

Mg Burmester Andreu, Hans Federico Isaac  
(<https://orcid.org/0000-0002-4890-1154>)

Puno - Perú  
2023

# TUERO MAQUERA VICTOR HUGO TURNITIN

## INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

15%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL  
ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	6%
2	<a href="http://cdn.www.gob.pe">cdn.www.gob.pe</a> Fuente de Internet	2%
3	<a href="http://repositorio.ulima.edu.pe">repositorio.ulima.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
4	<a href="http://tesis.pucp.edu.pe">tesis.pucp.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://www.recolorado.com">www.recolorado.com</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://www.clubensayos.com">www.clubensayos.com</a> Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad San Marcos Trabajo del estudiante	<1%
8	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	<1%
9	<a href="http://virtual.urbe.edu">virtual.urbe.edu</a> Fuente de Internet	<1%

## Resumen

Las estaciones de servicio son establecimientos encargados de adquirir, almacenar y distribuir combustibles líquidos (diesel y gasolina). Ante esta situación el planeamiento estratégico reorienta la oferta de productos y servicios de la empresa V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. haciendo uso de sus instalaciones y capacidades existentes y su experiencia en los siguientes conceptos: (a) venta de diesel, (b) venta de gasolinas, A lo largo del documento se han reflejado los antecedentes y la situación general en el ámbito nacional del servicio para luego detallar el estado de la empresa V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. Asimismo, se ha mostrado cómo V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. posee fortalezas que le permitirán aprovechar las oportunidades del mercado y llevarla a generar una ventaja competitiva para sus clientes. Cabe destacar que en este estudio se ha determinado que V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. presenta una posición competitiva agresiva, debido a la fortaleza financiera que presenta y una notoria fortaleza de la industria de servicentros, por ello este tipo de organización tiene que sacar ventajas a las oportunidades, crear alianzas estratégicas, aumentar su participación en el mercado y establecer una diversificación concéntrica, orientando recursos en aquellos productos y servicios complementarios que le permitan crear una ventaja competitiva.

Palabras Claves: Alianzas estratégica, análisis de costos, combustible, descuentos promociones.

## Abstract

Service stations are establishments in charge of acquiring, storing and distributing liquid fuels (diesel and gasoline). Given this situation, strategic planning reorients the product and service offering of the company V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. making use of its existing facilities and capabilities and its experience in the following concepts: (a) sale of diesel, (b) sale of gasoline. Throughout the document, the background and general situation at the national level of the service have been reflected. . and then detail the status of the company V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. Likewise, it has been shown how V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. It has strengths that will allow it to take advantage of market opportunities and generate a competitive advantage for its clients. It should be noted that in this study it has been determined that V&T Servicentro San Juan E.I.R.L. presents an aggressive competitive position, due to the financial strength it presents and the notorious strength of the US SS industry, therefore this type of organization has to take advantage of opportunities, create strategic alliances, increase its participation in the market and establish concentric diversification, directing resources on those complementary products and services that allow it to create a competitive advantage.

Keywords: Strategic alliances, cost analysis, fuel. Discounts promotions,