



**FACULTAD DE INGENIERIA, ARQUITECTURA
Y URBANISMO**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA
ECONÓMICA**

TESIS

**INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA
EMPRESA BICIX CENTER POST CUARENTENA, EN
LA CIUDAD DE PIURA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO
ECONOMISTA**

Autor:

**Bach. Talledo Hurtado Nelson Manuel
(<https://orcid.org/0000-0002-5230-4167>)**

Asesor:

**Mg. Carmona Brenis Carlos José
(<https://orcid.org/0000-0003-1837-9138>)**

Línea De Investigación:

Infraestructura, Tecnología y Medio Ambiente

Pimentel – Perú

2022

APROBACIÓN DEL JURADO

**INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EMPRESA BICIX
CENTER POST CUARENTENA, EN LA CIUDAD DE PIURA**

Bach. Talledo Hurtado Nelson Manuel
Autor

Mag. Carmona Brenis Carlos José
Asesor

Mg. Raunelli Sander Juan Manuel
Presidente de Jurado

Mag. Puyen Farias Nelson Alejandro
Secretario de Jurado

Mag. Puicon Llontop Víctor Enrique
Vocal de Jurado

Dedicatoria

Dedico este Tesis a mi esposa y mi menor hija, quienes han sido y serán un pilar fundamental en mí vida y un apoyo incondicional en el desarrollo de mis actividades diarias y de mi crecimiento personal.

Nelson Manuel Talledo Hurtado

Agradecimiento

Quiero expresar mi sincero agradecimiento a todas las personas que colaboraron para la realización del presente trabajo de investigación a los profesores de la Universidad Señor de Sipan. Y de manera especial a mis padres, mi esposa y mi menor hija, por el apoyo brindado durante este largo proceso de formación tanto académico como personal.

Nelson Manuel Talledo Hurtado

Resumen

La presente investigación denominada “Influencia de las Políticas Públicas en la empresa BICIX CENTER post cuarentena, en la ciudad de Piura”, busca determinar cuál fue el nivel de influencia que género, la promulgación de las medidas económicas de reactivación producto de la crisis que vivía el país, por la Pandemia del SARVS COVID-19, mediante la entrega de Bonos sociales a población vulnerable, el retiro del 25% de la AFP y el retiro de la Compensación por tiempo de servicios. Así mismo, la metodología que se ha utilizado es, Descriptiva, Correlacional y no experimental, con un diseño Mixto, cuantitativo. Por lo tanto, la muestra estaba formada por 384 habitantes, con una encuesta conformada por 17 preguntas. Con el resultado obtenido, de la variación de ventas ha incrementado en un 150% en promedio de enero a julio de 2020 comparado con el mismo periodo del año 2019 favor de la empresa en estudio como es BICIX CENTER Piura, donde un 48.10% compro su Bicicleta con la AFP, un 31.01% con su CTS y un reducido 3.16% con el Bono Social, de los cuales el 46.45% de los encuestados lo realizo su compra en la empresa del estudio, lo cual ha generado un cambio de gustos y preferencias por la práctica del ciclismo en un 62.46% equivalente a 183 personas encuestadas Como conclusión general, se aceptó la hipótesis alternativa de la investigación: “Las políticas públicas de reactivación económica, influyeron favorablemente en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER”.

Palabras clave: *Reactivación económica, Políticas Publicas, Pandemia Covid-19, Bicicletas*

Abstract

The present investigation called "Influence of Public Policies in the post-quarantine company BICIX CENTER, in the city of Piura", seeks to determine what was the level of influence that gender, the enactment of economic measures of reactivation product of the crisis that was experiencing the country, due to the SARVS COVID-19 Pandemic, through the delivery of social bonds to vulnerable population, the withdrawal of 25% of the AFP and the withdrawal of the Compensation for time of service. Likewise, the methodology that has been used is descriptive, correlational and non-experimental, with a mixed, quantitative design. Therefore, the sample consisted of 384 inhabitants, with a survey made up of 17 questions. With the result obtained, the sales variation has increased by 150% on average from January to July 2020 compared to the same period of 2019 in favor of the company under study such as BICIX CENTER Piura, where 48.10% bought their Bicycle with the AFP, 31.01% with their CTS and a reduced 3.16% with the Social Bonus, of which 46.45% of those surveyed made their purchase in the study company, which has generated a change in tastes and 62.46% preferences for cycling, equivalent to 183 people surveyed. As a general conclusion, the alternative hypothesis of the research was accepted: "The public policies of economic reactivation favorably influenced the commercial growth of the BICIX CENTER company."

Key words: *Economic reactivation, Public Policies, Covid-19 Pandemic, Bicycles*

ÍNDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN	10
1.1.	Realidad Problemática.....	10
1.2.	Trabajos previos.	13
1.3.	Teorías Relacionadas al Tema.	16
1.4.	Formulación del problema.	24
1.5.	Justificación e Importancia del estudio.	24
1.6.	Hipótesis.....	25
1.7.	Objetivos de la Investigación.....	26
1.7.1.	Objetivo general.	26
1.7.2.	Objetivos específicos.....	26
II.	MATERIAL Y METODO.....	26
2.1.	Tipo y Diseño de Investigación.....	26
2.2.	Población y muestra.	28
2.3.	Variables y Operacionalización.	30
2.4.	Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	31
2.5.	Procedimiento de análisis de datos.	32
2.6.	Criterios éticos.....	32
2.7.	Criterios de Rigor Científico.....	33
III.	RESULTADOS.....	34
3.1.	Resultados en Tablas y Figuras.	34
3.2.	Discusión.....	58
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	60
4.1.	Conclusiones.	60
4.2.	Recomendaciones.	61
	REFERENCIAS	62
	ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 111 Detalle normativo de las políticas públicas relacionadas.....	11
Tabla 2. Operacionalización de las variables	31
Tabla 3. Estadísticos	34
Tabla 4. Sexo del encuestado	34
Tabla 5. Edad del encuestado.....	35
Tabla 6. Estado civil	36
Tabla 7. Lugar de nacimiento	37
Tabla 8. Grado de instrucción	38
Tabla 9. Su trabajo es	39
Tabla 10. Cómo se traslada a su centro de labores	40
Tabla 11. Estadísticos	42
Tabla 12. Cuál es su sueldo promedio mensual en la actividad que realiza:	42
Tabla 13. Práctica alguna actividad deportiva	44
Tabla 14. Si su respuesta es afirmativa qué deportes practica actualmente.....	45
Tabla 15. Si no realizas actividades deportivas consideras los paseos en bicicleta como alternativa para realizar ejercicios Marque el modelo que desea, tiene o quiere comprar	46
Tabla 16. Cuánto asignaría mensualmente para el mantenimiento de su bicicleta.....	47
Tabla 17. Cuál o cuáles fueron las razones por las que se decidió a practicar el ciclismo.....	48
Tabla 18. Con que recursos económicos compró subicicleta en el primer semestre 2020	49
Tabla 19. Dónde compró su bicicleta en el primer semestre 2020.....	50
Tabla 20. Modelo 1.....	51
Tabla 21. Resumen de procesamiento de casos	52
Tabla 22. Estadísticas de fiabilidad	52
Tabla 23. Modelo 2.....	53
Tabla 24. Data de la función de oferta.....	79
Tabla 25. Ventas enero –julio 2019 bicix center piura	55
Tabla 26. Ventas enero –julio 2020 bicix center piura	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Sexo del encuestado.....	35
Figura 2: Edad de los encuestados.....	¡Error! Marcador no definido.
Figura 3: Estado Civil.....	37
Figura 4: Lugar de nacimiento.....	38
Figura 5: Grado de instrucción.....	39
Figura 6: Su trabajo es.....	40
Figura 7: Cómo se traslada a su centro de labores.....	41
Figura 8: Cuál es su sueldo promedio mensual en la actividad que realiza	43
Figura 9: Practica alguna actividad deportiva.....	44
Figura 10: Si su respuesta es afirmativa. Qué deporte practica actualmente	45
Figura 11: Si no realizas actividades deportivas Consideras los paseos en bicicleta como alternativa para realizar ejercicios Marque el modelo que desea, tiene o quiere comprar.	46
Figura 12: Cuánto asignaría mensualmente para el mantenimiento de su bicicleta	47
Figura 13: Cuál o cuáles fueron las razones por las que se decidió a practicar el ciclismo.....	48
Figura 14: <i>Con que recursos económicos compró su bicicleta en el primer semestre 2020</i>	48
Figura 15: Dónde compró su bicicleta en el primer semestre 2020	50
Figura 16: Variación de ventas enero – julio 2019/2020	56

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

Ante la difícil situación que enfrenta el mundo por la temerosa y mortal pandemia **SARS-CoV-2**, o más conocida como COVID-19 (Coronavirus) y con ella paraliza a casi todos los países desde inicios del 2020, enviando a su población a cuarentena para evitar el contagio masivo y poder controlar el mortal virus, convirtiéndose en la actual amenaza para la salud y la economía peruana, en donde el gobierno peruano como estrategia sanitaria para mitigar en la medida delo posible la propagación del contagio de COVID-19, se ha implementado un aislamiento que pide que mantengamos un distanciamiento físico con otras personas y la regulación del transporte público. La bicicleta se presenta como una solución sanitaria considerando que muchas personas tienen que realizar viajes esenciales como son el salir a trabajar; al supermercado; pagar servicios o por alguna emergencia. Siendo uno de los principales riesgos de contagio el transporte público. La bicicleta vuelve a tomar protagonismo como una de las opciones más saludables y económicas de movilidad y el deporte en tiempos de crisis sanitaria.

La bicicleta mundialmente se ha resaltado como un medio de transporte efectivo para contrarrestar los contagios e dificultar la generalización del Covid-19, un virus mortal que llegó a nuestro país en avión, se transportó en combi, mototaxi, colectivos hasta el tren eléctrico, esparciéndose por cada distrito de nuestro país. El COVID-19 no se transporta en bicicleta. Siendo este un medio de transporte autónomo e individual que permite acatar el distanciamiento social y que solo tiene dos lugares de contacto directo como es el timón, a comparación de lo que sucede dentro de un bus, adonde hay más superficies de contacto tales como la puerta/ventana, asientos, dinero en efectivo, barandas y otros.

Con la finalidad de reactivar el rubro de bicicletas, el gobierno peruano creó un conjunto de políticas económicas con el fin de reactivar la economía peruana, consistente en dos Bonos Universales de S/760, el Bono Agrario, Pedalea contra la pandemia, el “Reactiva Perú”, Liberación de las AFP hasta por 3 UIT y la liberación de la Compensación por tiempo de servicios (CTS), este conjunto de medidas

incrementa el consumo doméstico, especialmente en el rubro de bicicletas, con

fines recreativos.

Nuestro caso de estudio se refiere a la empresa piurana BICIX CENTER, rubro que ha sido muy golpeado económicamente en donde analizaremos se va analizar la evolución de las ventas del primer semestre del año 2019 en comparación con las ventas del mismo periodo del año 2020.

Tabla 1

Detalle Normativo de las políticas públicas relacionadas.

Norma	Detalle
<p>D.S 012-2020 MTC, Reglamento “Ley 30936, Ley que promueve y regula el uso de la bicicleta como medio de transporte sostenible”</p> <p>Fecha de Publicación, 03 de junio de 2020.</p>	<p>Se establece el uso de la bicicleta como un medio de transporte sostenible, en caso se restrinja el uso del transporte urbano por casos (emergencias sanitarias, desastres naturales, crisis sociales, crisis nacionales o pandemias), las que conlleven a generar estado de emergencia según lo que se refiere en el inciso 1 del artículo 137 de la constitución política del Perú.</p>
<p>Programa de Garantías “Reactiva Perú”</p> <p>Decreto Supremo N° 124-2020-EF</p> <p>Fecha de Publicación, 28 de mayo de 2020.</p>	<p>Es un programa nacional de garantías, que busca otorgar liquidez financiera, a la empresas que enfrentan una crisis económica como resultado de las afectaciones generadas por la pandemia del COVID-19, mediante créditos con tasas de interés muy mínimas.</p> <p>Garantizando las cadenas depagos, y el cumplimiento de sus obligaciones a corto plazo como de proveedores de bienes y servicios, como también de sus trabajadores.</p>

<p>D.U 033-2020 Decreto de Urgencia que establece medidas para reducir el impacto en la economía peruana, de las disposiciones de prevención establecidas en la declaratoria de Estado de Emergencia Nacional ante los riesgos de propagación del COVID - 19”</p> <p>Fecha de Publicación, 27 de marzo de 2020.</p>	<p>En el Titulo II, se establece Medidas Compensatorias a favor de los trabajadores, que tuvo como finalidad la liberación de parte de la Compensación por tiempo de servicios (CTS) a favor de los trabajadores, con el objetivo detener más activo circulante y reactiva paulatinamente la economía, y las familias comprendidas en este grupo no se vean muy afectadas por las medidas de aislamiento dictadas para prevenir la propagación y contagio del COVID -19</p>
--	---

Ley 31017, Ley que establece medidas para aliviar la economía familiar y dinamizar la economía nacional en el año 2020”

Fecha de Publicación, 01 de mayo de 2020.

En el Artículo 2, se establece el Retiro extraordinario facultativo de fondos en el Sistema Privado de Pensiones, de hasta un 25% de su fondo acumulado de sus pensiones, a todos los ciudadanos que se encontraban, Afiliados al fondo Privado de pensiones, con la finalidad de aliviar las economías familiares, así como también dinamizar la economía nacional, contrarrestando las afectaciones generadas por razones de pandemia que conllevo al gobierno peruano, adoptar medidas de aislamiento social obligatorio.

Fuente: Elaboración Propia

1.2. Trabajos previos.

Veliz Salazar, (2015), “Plan de Marketing para comercialización de bicicletas de montaña”, Ecuador; tiene por objetivo mostrar los resultados y factores que inciden en la determinación de compra de bicicletas de montaña en el distrito de Quito, mediante de un “Análisis del entorno” y su evolución como un medio de transporte sostenible y de práctica deportiva en diferentes modalidades, que conllevara a la empresa a tener mejores resultados económicos, Todo ello diseñado mediante una matriz FODA, bajo el enfoque de “Análisis de mercado” planteado por Porter. Mediante un exhaustivo proceso de investigación que comprende desde la segmentación, muestreo, análisis de datos e interpretación de resultados, para finalizar con el enfoque de las estrategias comerciales que busca fundamentalmente el estudio.

Maldonado Romo, (2014), “Plan Estratégico de Marketing para la comercialización

de bicicletas y análisis del comportamiento del consumidor en el distrito metropolitano de Quito”, Ecuador; tiene por objetivo la evaluación de introducción al mercado y comercialización de las mismas bajo un prototipo de una nueva marca de bicicletas de montaña de tecnología y fabricación alemana. Bajo un enfoque analítico de consumidores previa segmentación sobre sus requerimientos básicos, preferencias determinadas, necesidades de uso y expectativas del producto; determinando distintos perfiles de clientes, así como también un análisis y evaluación de los competidores cercanos a la marca a promocionar y el comportamiento de los clientes bajo los modelos existentes y su aplicación.

Gómez Rueda, (2019), “Estrategia de Comercialización de bicicletas de alto desempeño en el Mercado Internacional: Análisis de caso Canyon- Alemania”, Colombia; el objetivo de la presente investigación fue el análisis de las diversas estrategias empleadas en la comercialización de bicicletas por marcas líderes en Colombia. Analizando su comportamiento a nivel mundial en los criterios de evaluación como son los de producción, exportación e importación y de igual forma su actividad comercial del sector en el país cafetalero de Colombia. La información que se obtuvo para su análisis presenta varias diferencias de estructuración de los canales de distribución, así como también en las estrategias para su distribución, basándose en los problemas y las necesidades de sus consumidores.

Rubattino Salomón, (2016), “Análisis para la Importación de bicicletas de China para personalizarlas y comercializarlas a través de una página web en la ciudad de Arequipa 2012-2016”, Perú; su objetivo de investigación busca determinar la Evaluación de factibilidad financiera y económica, para la implementación de un negocio de comercialización de bicicletas importadas desde China, la cual busca aprovechar la tendencia mundial hacia el transporte ecológico, la búsqueda de los nuevos hábitos saludables y de ciudades amigables, ecológicas e inclusivas con el medio ambiente.

(Guarniz Llerena, 2019), “ **Percepción de los pobladores acerca del uso de la bicicleta como medio de transporte económico, seguro y ecológico en la ciudad de Trujillo, 2019**”, Perú; el propósito que logro esta investigación fue el de determinar cuál es el nivel de percepción de la población trujillana sobre el utilizar

la bicicleta como un medio para el transporte, que es económico, también es seguro y sobre todo ecológico para la ciudad, donde utilizo una metodología con diseño no exploratorio, transversal y descriptivo. Teniendo como muestra a 384 habitantes. Cuyo resultado obtenido, es el 80% de los encuestados indicaron que el nivel de Seguridad para utilizar la bicicleta, tiene una percepción se dé nivel regular; porque no existen carriles propios como ciclo vías y esto permita un buen funcionamiento de la mismas. Asimismo, dentro de la dimensión económica el 79% de la población percibe con un buen nivel, ya que el invertir como medio de transporte en una bicicleta es rentable. Además, se llegó a la conclusión final, que el 55% de los habitantes, determina que el uso de la bicicleta como medio de transporte es beneficioso para los pilares de la investigación.

Kitsuta Yagui, (2017), "Guía de Planificación y Diseño de un sistema de bicicletas públicas ejemplo para el distrito de San Miguel", Perú; su finalidad del trabajo de investigación, fue recopilar información relacionada a diferentes guías y de las experiencias realizadas a nivel internacional, con respecto a los sistemas de bicicletas públicas, su promoción de uso de las bicicletas como un medio de transporte, de intermodalidad, así como también de movilidad sostenible, su funcionamiento, cuáles son los beneficios que trae esta herramienta como movilidad sostenible en una determinada ciudad y la de sus usuarios.

Márquez Calle, (2018), "Estrategias de marketing social para promover el ciclismo urbano como medio de transporte en los jóvenes de 15 a 29 años de la ciudad de Piura - 2014", Perú; el objetivo general fue proponer diversas estrategias de marketing con fines sociales para impulsar y promover el ciclismo urbano, este como un medio de transporte dentro de la ciudad de Piura en el año 2014. La investigación en mención se basó su análisis muestral en jóvenes cuya edad esta entre los 15 a 29 años. Como parte de los resultados conseguidos, determinan que los jóvenes muestran un alto interés por participar de actividades ciclísticas nocturnas, competencias en diferentes tipos y categorías, los bici-tours; así como también estiman conveniente una mayor inversión en infraestructura para bicicletas como son las ciclo-vías, que motive la utilización de la bicicleta como un

medio de transporte eco-sostenible y urbano.

Ezcurra Delgado, (2018), "Economía: una visión multidimensional", Perú; el objetivo general de la investigación fue desarrollar planes de acción con variables económicas para los problemas reales en cuanto corresponde al transporte y la educación. Para lo cual, se realizó un profundo análisis de los dos problemas, para luego propulsar propuestas viables en ambos. Como primer punto, lo concerniente al transporte, donde se plantea la solución del transporte tradicional con una implementación para el transporte público de bicicletas, tal cual como se viene implementando en varios países de América Latina con mucho éxito (Sevillano Zavala, 2020), "Plan Rector y diseño conceptual de red de ciclovías para el distrito de Piura", Perú; el propósito fue de determinar la aceptación o la falta de implementación del sistema de BICICLETA PÚBLICA, este como un medio de transporte eco sostenible alternativo para las zonas urbanas del distrito de Piura. El planteamiento que se utilizó en la metodología fue el de investigar el estado situacional del transporte público, privado y de manera especial como hacer factible la implementación de las ciclovías para lograr así impulsar la utilización de la BICICLETA con todos sus beneficios.

1.3. Teorías Relacionadas al Tema.

Para el caso peruano la evidencia empírica más reciente en relación al tema de estudio yace los trabajos de investigación realizados (Alegre Escorza, 2013) Por ejemplo, en el enfoque actual del transporte (que se viene practicando desde hace décadas) prima los carros como el mejor medio de transporte. Ahora bien, cuando el enfoque es de movilidad, la principal preocupación son las necesidades de las personas, las motivaciones por las cuales nos movemos por la ciudad y la prioridad está; en el peatón, el ciclista y el transporte masivo: el Metropolitano, el tren eléctrico, entre otros (Alegre Escorza, 2013).

Es decir, las personas tienen pleno derecho a disfrutar del espacio público, desplazándose por la ciudad según sea su necesidad o incluso su voluntad (Alegre Escorza, 2013). De esta forma, la movilidad urbana debe integrar medios tradicionales como vehículos particulares y de transporte público, con propuestas

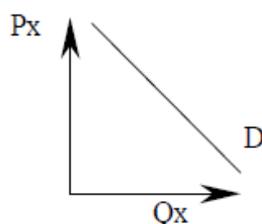
inclusivas y sostenibles, como espacios para la circulación de los peatones y de las bicicletas.

El presente estudio enfocado como movilidad en medio de la crisis por la pandemia que se sustenta en las personas, su cultura, su convivencia social y las necesidades que se encuentran inmersos en buscar un medio de transporte eco sostenible.

LA TEORÍA DE LA DEMANDA O TEORÍA DEL CONSUMIDOR:

La Demanda

Concepto: Es el deseo y capacidad de adquirir un bien o servicio, la curva de demanda nos muestra las combinaciones de Precios y cantidades que un consumidor desea y puede adquirir de un bien o servicio.



LEY DE LA DEMANDA

SEGÚN (Pindyck & Rubinfeld, 2009) Existe una relación inversa entre el precio del bien y la cantidad comprada del mismo Ceteris Paribus, que significa que “el resto de variables que afectan a la demanda permanecen constantes”.

Si el precio del bien sube entonces la cantidad demandada baja. Si el precio del bien baja entonces la cantidad demandada sube.

No es lo mismo variación en la cantidad demandada que variación en la demanda.

DETERMINANTES DE LA DEMANDA

La demanda de un bien depende o está en función del precio del bien, los gustos y preferencias. El ingreso del consumidor, precio de otros bienes, estacionalidad, expectativas.

$$D_x = f(P_x, \overbrace{G_y, P, Y, P_{bs}, P_{bc}, P_{oblac}, Est, Exp.}^{\text{permanecen constantes}})$$

ELASTICIDAD PRECIO DE DEMANDA

Es un instrumento que nos indica si un bien tiene muchos o pocos sustitutos. La fórmula:

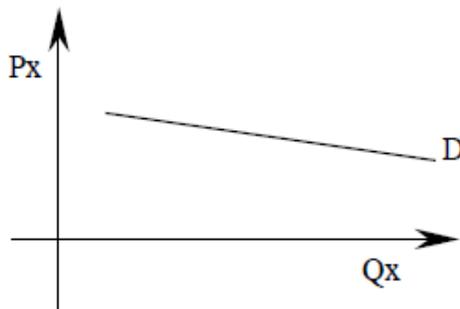
$$EP_x = \frac{\Delta\%Q_x}{\Delta\%P_x} = \frac{\text{Cambio \% en la cantidad de "x"}}{\text{Cambio \% en el Precio de "x"}}$$

TIPOS DE ELASTICIDAD - PRECIO

a) **Demanda Relativamente Elástica:**

$$EP_x = \frac{\Delta\%Q_x}{\Delta\%P_x} > 1 \quad \Delta\%Q_x > \Delta\%P_x$$

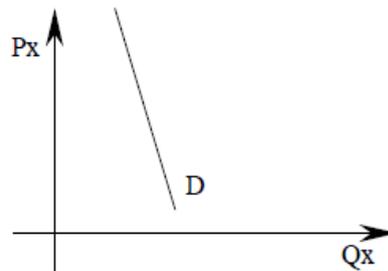
Significa que el bien tiene muchos sustitutos. Ejemplo: Las carnes (pollo, res, chancho, pescado).



Demanda Relativamente Inelástica:

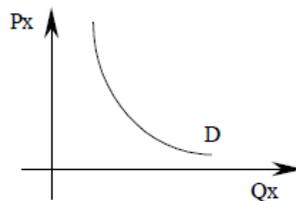
$$EP_X = \frac{\Delta\%Q_X}{\Delta\%P_X} < 1 \quad \Delta\%Q_X < \Delta\%P_X$$

Significa que el bien tiene pocos sustitutos. Ejemplo: La gasolina, sal, pan, etc.



b) **Demanda de Elasticidad Unitaria:**

$$EP_X = \frac{\Delta\%Q_X}{\Delta\%P_X} = 1 \quad \Delta\%Q_X = \Delta\%P_X$$



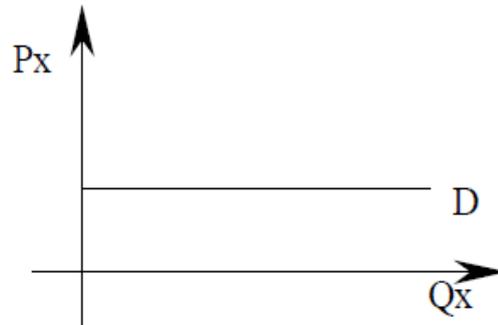
c) **Demanda Perfectamente Elástica:**

$$EP_X = \frac{\Delta\%Q_X}{\Delta\%P_X} = \alpha$$

$\Delta\%Q_X$ = Cualquier cantidad

$\Delta\%P_X$ = Cero

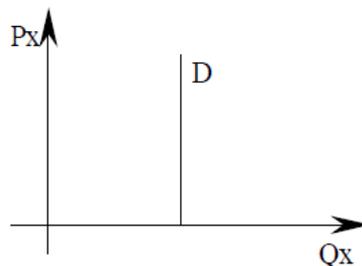
Es paralela al eje de las cantidades, significa que el consumidor, puede comprar cualquier cantidad al mismo precio.



d) **Demanda Perfectamente Inelástica:**

$$EP_x = \frac{\Delta\%Q_x}{\Delta\%P_x} = 0 \text{ Cero}$$

Un bien que no tiene sustitutos próximos, el consumidor está dispuesto a pagar cualquier precio por este bien. Es paralela al eje "Y".



CLASES DE DEMANDA

- **Demanda Constante:** Cuando la cantidad vendida, se mantiene en un mismo nivel, apesar de las variaciones en el precio.
- **Demanda Estacional:** Es la demanda que ocurre en determinada época. Ejemplo:

- Pescado en Semana Santa.
- Panetones en Navidad.

TEORÍA DEL PRODUCTOR O TEORÍA DE LA OFERTA

Los Costos de Producción: Son aquellas cantidades de dinero que el Productor debe desembolsar para poder adquirir lo necesario para producir y/o servicios.

Costo Fijo: Son aquellos en que incurre el empresario produzca o no produzca.
Ejemplo: Inmuebles, maquinarias, equipos, impuesto predial, intereses, etc.

Costos Variables: Son aquellos costos que incurre el empresario una vez iniciado el proceso productivo. Ejemplo: Materia prima, insumos, mano de obra, etc.

Costo Medio Variable: Es el cociente resultante de dividir el Costo Variable entre la cantidad producida $CMV = CV/Q$.

$$CMV = \frac{CV}{Q}$$

Costo Medio Total: Llamado Costo Promedio o Unitario o precio de costo:

Al compararlo a con el precio de venta del bien podemos saber en qué situación se encuentra la empresa. Mide la eficiencia de la empresa.

$$CMT = \frac{CT}{Q}$$

$$\left\{ \begin{array}{l} P > CME = \text{Ganancia: Intramarginal.} \\ P = CME = \text{Ni gana, ni pierde: Marginal.} \\ P < CME = \text{Pérdidas: Extramarginal.} \end{array} \right.$$

Costo Marginal: Es el costo adicional que incurre una empresa para la última unidad producida.

$$CMg = \Delta CT_{n+1}$$

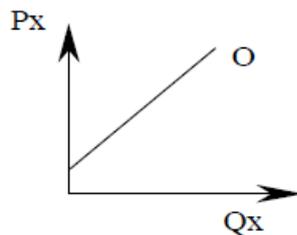
$$CMG = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}$$

LA OFERTA: Es la combinación de precios y cantidades que un productor se encuentra en condiciones de ofrecer en el mercado.

Ley de la Oferta: Existe una relación directa entre el precio y la cantidad ofertada.

Si el precio de "x" sube, entonces la cantidad ofertada sube.

Si el precio de "x" baja, entonces la cantidad ofertada baja.



Determinantes de la Oferta: Permanecen constantes.

$$O_x = F(P_x, \overbrace{P_{fp}, Tec, N^{\circ} \text{ de productores, Imp. Sub.}}^{\text{permanecer constantes}})$$

P_x = Precio del bien.

P.F.P. = Precio de los factores productivos

Tec. = Tecnología

Imp. = Impuestos

Sb. = Subsidios

N° de P = Número de productores

Clases de Oferta: Conjunta, Sindicada, de Ventas, Concertada, Fingida.

- a) **Conjunta:** Cuando se ofrecen dos o más productos en forma de paquete o amarrados. Ejemplo: Colgate y Palmolive.
- b) **Sindicada:** Se realiza al final de cada estación.
- c) **De Ventas:** Promocionando un producto para incrementar las ventas. Ejemplo: Degustadoras.
- d) **Concertada:** Está prohibida por INDECOPI, porque promueven ya sea el precio hacia arriba o determinadas cantidades de un producto.
- e) **Fingida:** Cuando se ofrece un precio y luego se quiere cobrar un precio mayor.

Políticas Públicas: Las Políticas Públicas se entienden como el ámbito muy privilegiado de la realización del “pacto” donde converge el Estado y la sociedad. Donde el desarrolla un papel importante el Estado, con el fin de ser muy ágil y principalmente organizador. Es aquí donde podemos resaltar la finalidad de participación que cumplen estos actores Estado y sociedad, pero su objetivo y finalidad es el beneficio para la sociedad (Hernandez Quiroz, 2014).

Siendo estas las acciones de aplica el gobierno, buscando alternativas técnicas y legales cómo se puede dar las respuestas ante las diversas demandas que exige la sociedad. También la podemos entender como el uso estratégico de los recursos para aliviar la necesidad de los problemas que se tiene a nivel nacional.

Análisis comercial: Es el proceso donde se recopilan, procesan y analiza información seleccionada, referente a temas que están relacionados con la mercadotecnia. La investigación de mercados es de gran ayuda para crear un plan estratégico de la empresa determinada, o preparar el lanzamiento de algún servicio o producto, así como ser el soporte técnico de los productos ya lanzados dependiendo de su ciclo de vida. Con las investigaciones de mercados, las organizaciones pueden tener mayor información sobre las variables clientes y de los potenciales mercados que pueden incursionar (Prieto Herrera, 2013).

Mercado: es el entorno donde podemos encontrar productos o servicios y al consumidor. Siendo el conjunto de individuo y de las organizaciones de todo

calase, las mismas que pueden tener o tienen una influencia determinada en el consumo o la utilización del servicio o producto en un determinado espacio geográfico (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018)

La Bicicleta: a la cual comúnmente se le llama bici, es unidad vehicular de transporte individual que se propulsa por la fuerza humana, cuyos componentes son básicos, cuenta con ruedas, por lo general es igual diámetro y puestas en línea, cuenta con un sistema de su transmisión por pedales, un cuadro que puede ser metálico, o fibra que le brinda una estructura más integra a sus componentes, el timón que sirve para manejar la dirección, y el asiento. Los primeros diseños y configuración de elementos básicos de bicicletas han variado poco desde que se realizó el primer modelo por transmisión de cadena creada alrededor de 1885. En la actualidad ya existen de diferentes tipos calidades, con propulsión eléctrica o motor.

1.4. Formulación del problema.

1.4.1. Problema General

¿Cuál ha sido el crecimiento comercial de la empresa Bicix Center, después de las políticas de reactivación económica, aplicadas en cuarentena?

1.4.2. Problema Específico.

1.4.2.1. ¿Cuál ha sido la influencia de las medidas de la política económica sobre el consumo en la ciudad de Piura durante el primer semestre del año 2020?

1.4.2.2. ¿Cuál de los incentivos económicos ha tenido impacto directo sobre las ventas de la empresa BICIX CENTER?

1.4.2.3. ¿Cómo han cambiado los gustos y preferencias con respecto a las actividades recreativas en la ciudad de Piura durante el primer semestre de 2020?

1.5. Justificación e Importancia del estudio.

En esta parte del capítulo tuvo como finalidad primordial identificar y explicar cuál ha sido los resultados obtenidos comercialmente por la empresa **BICIX CENTER**, mediante el análisis de sus ventas en sus diferentes clasificaciones de productos

como son, bicicletas de Alta Gama, bicicletas intermedias y las bicicletas básicas. Así como también el análisis comercial (positivo o negativo) de servicios de mantenimiento preventivo o correctivo de bicicletas, como consecuencia de las medidas económicas adoptadas por el gobierno peruano para reactivar la economía nacional, después de la cuarentena en la Ciudad de Piura.

Por lo cual también se analizó como influyo la liberación del 25% de la AFP y el retiro de la Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), para la adquisición de bicicletas, bajo los criterios y fines de movilidad sostenible, actividad deportiva recreativa o de nivel competitivo, lo cual se podrá determinar mediante la aplicación de instrumentos metodológicos como son las encuestas.

Y de igual forma como soporte de la investigación, cuanto representa el ahorro promedio individual de los usuarios, en remplazar el transporte público o privado por la bicicleta como medio de movilidad eco-sostenible.

Por oportunidad, la investigación será de vital importancia para la empresa BICIX CENTER, al momento de aplicar sus estrategias de ventas, según el incremento comercial de los tipos de bicicletas y rango de precios.

Beneficio económico, como resultado del análisis de datos, se determinará si la reactivación económica, influyo en el incremento de ventas, y cuáles el grupo etario que tiene mayor cantidad de usuarios.

Movilidad sostenible, el determinar si la bicicleta es utilizada, bajo el criterio de movilidad, actividad recreativa y/o competitiva, lo cual será de útil ayuda a la empresa BICIX CENTER, para fortalecer sus estrategias.

1.6. Hipótesis.

a) Hipótesis general.

H.O: Las políticas públicas de reactivación económica, no influyeron en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER.

H.A: Las políticas públicas de reactivación económica, influyeron favorablemente en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER

1.7. Objetivos de la Investigación.

1.7.1. Objetivo general.

Determinar la influencia de las políticas públicas de reactivación económica, en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER.

1.7.2. Objetivos específicos.

- Determinar la influencia de las políticas de reactivación económica sobre el consumo en la ciudad de Piura durante el primer semestre del año 2020.
- Determinar cuál ha sido la influencia de las políticas fiscal y monetaria expansiva gubernamental sobre las ventas de la empresa BICIX CENTER.
- Determinar cómo han cambiado los gustos y preferencias con respecto a las actividades recreativas.

II. MATERIAL Y METODO.

2.1. Tipo y Diseño de Investigación.

2.1.1. Tipo de investigación:

Correspondiente al tipo de la presente investigación, fue **DESCRIPTIVA**, porque se describieron las circunstancias que influyeron en las políticas públicas de **REACTIVACIÓN ECONÓMICA** que aplicó el gobierno peruano en medio de una pandemia llamada CORONAVIRUS (SARS COVID-19), y la misma en la decisión de compra de una bicicleta y con ello cuanto beneficio el rendimiento comercial de la empresa BICIX CENTER, con la captación de nuevos clientes en adquisición de este tipo de movilidad ecológica y sus complementos como son los accesorios y mantenimientos considerados como servicios post venta.

Según el autor (Fidias G. Arias (2012)), define: la investigación descriptiva se contempla en caracterizar un fenómeno, hecho, individuo o grupo, con la finalidad de establecer cuál es su estructura o el comportamiento. Los resultados obtenidos de esta clase de investigación, está ubicada en un nivel intermedio en cuanto corresponde a la profundidad de los conocimientos. (pag.24)

Así como también es válido resaltar que este tipo de investigación, se consideran 3 (tres) métodos:

- ❖ **Método de Observación**, se refiere a la observación naturalista que se realiza de los sucesos, hechos y/o fenómenos que busca describir mediante conocimientos científicos.
- ❖ **Método del estudio del caso**, significa el trabajar en grupos determinados, con hipótesis ya comprobables que nos permitan obtener predicciones más precisas.
- ❖ **Método de la encuesta**, es aquella que, mediante entrevista, cuestionarios u otros instrumentos de aplicación metodológica, conllevan al investigador analizar y describir las respuestas

De igual forma se aplicó la investigación **CORRELACIONAL**, es el tipo de método de la investigación no experimental en donde el investigador utiliza para medir dos variables. En donde se entiende y se realiza la evaluación de la relación estadística entre las mismas, sin necesidad que se vean influenciadas por alguna variable extraña.

Así como también fue, **NO EXPERIMENTAL**, porque las variables no fueron manipuladas durante la investigación demostrándose tal cual su fuente de información, considerando los cuadros de reportes de ventas según el primer semestre 2019 y 2020.

2.1.2. Diseño de investigación:

El planteamiento del diseño de la investigación es de tipo mixto, porque se utilizó el **Método Cuantitativo** para determinar cantidades económicas, estadísticas,

apoyado con datos que se obtuvo como resultado de la aplicación de encuestas realizadas en distintos sectores sociales, de tal manera que se logró sustentar la hipótesis. Y el **Método Cualitativo** que permitió determinar las características generales y específicas de la investigación, producto del análisis de las políticas dictadas y aplicadas por el gobierno antes y durante la cuarentena bajo la propuesta “Pedalea contra la Pandemia”, mediante el análisis y explicación de los distintos instrumentos de información como, libros, tesis, documentación relacionada y/o entrevistas, con la finalidad que se logró obtener datos actuales y reales referente al tema de investigación.

Según lo que plantea (Férrnandez Collado & Baptista Lucio, 2014) la investigación cuantitativa considera que el conocimiento debe ser objetivo, y que este se genera a partir de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis previamente formuladas.

El análisis cualitativo, en contraste, está basado en el pensamiento de autores como Max Weber. Es inductivo, lo que implica que “utiliza la recolección de datos para finar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación” (Férrnandez Collado & Baptista Lucio, 2014)

Durante las últimas décadas, varios investigadores han aplicado el método “mixto”, que busca integrar ambas prácticas, sustentando que el utilizar una teoría mediante dos métodos se pueden conseguir resultados más precisos y confiables. Este planteamiento de investigación aún es muy polémico en el medio, pero su aplicación ha sido de vital importancia durante los últimos años (Hernández Sampieri et al., 2014).

2.2. Población y muestra.

2.2.1. Población

Para el presente trabajo se tomó como **POBLACIÓN** aquellas personas cuya edad es mayor de 18 años, residentes en la ciudad de Piura, no teniendo el número exacto de personas que utilicen la bicicleta como movilidad sostenible, actividad recreativa o de nivel competitivo, por lo cual, se utilizó una fórmula de la estadística

para una población desconocida, que es mayor a 100,000.

"Una población es un conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones" (Levin & Rubin, 2004).

"Una población es un conjunto de elementos que presentan una característica común" Cadenas (1974).

2.2.2. Muestra

Unidad de Análisis

Está conformada por cada uno de los pobladores de la Ciudad de Piura.

Criterio de Inclusión: La encuesta se aplicó a las personas mayores de 18 años de edad, que utilizan como movilidad la bicicleta y que lo realizan de forma constante en la ciudad de Piura.

Criterio de Exclusión: La encuesta no se aplicó a las personas menores de 18 años de edad, y a las personas que no utilizan la bicicleta bajo ninguna circunstancia en la en la ciudad de Piura.

Como el tamaño de la población es desconocida, se consideró la fórmula de población infinita.

Aplicación de Formula:

$$n = \frac{Z^2P(1 - P)}{E^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

Z= Nivel de confiabilidad = 95% (Z = 1.96)

p = Probabilidad favorable =0.5

E = Error = 5% = 0.05

Se realizó la fórmula estadística, la muestra es de **384** personas que utilizan bicicleta, con un margen de error de 5%.

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

$$n = 384$$

La muestra realizada a través de la fórmula estadística Población desconocida nos dio a encuestar a 384 usuarios que utilizan bicicleta.

2.3. Variables y Operacionalización.

2.3.1. Variables.

En el presente estudio se está considerando dos tipos de variables:

2.3.1.1. Variable endógena o dependiente:

- ❖ Ventas de la empresa BICIX CENTER PIURA

2.3.1.2. Variables exógenas o independientes:

- ❖ Políticas públicas durante la cuarentena
- ❖ Precio de Venta (nominal).
- ❖ Precio de los bienes sustituto (nominal) costo de pasajes de servicio público.
- ❖ Precio de los factores productivos
- ❖ Impuestos

2.3.2. Operacionalización.

Tabla 2

Operacionalización de las variables

VARIABLES		DIMENSIONES	INDICADORES	TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	
VD= variable dependiente	Ventas de la empresa BICIX CENTER PIURA	CUANTITATIVA	VENTAS POR MES	CUESTIONARIO REPORTE DE VENTAS	
			VENTAS POR MODELO DE BICICLETA		
Vi= variable Independiente	POLITICAS PUBLICAS	CUANTITATIVA	CANTIDAD DE PERSONAS QUE COMPRARON BICICLETAS	ENCUESTA	
					LIBERACIÓN DE CTS
					LIBERACIÓN DE AFP
	BONO SOCIALES		NÚMERICA	PRECIO DE VENTA AL PUBLICO	CUESTIONARIO
	Precio de venta				
Precio de los bienes Complementarios					
Impuestos		NÚMERICA	SUNAT % DE IGV	CONSULTA SUNAT	

Elaboración: Propia.

2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1. Técnicas de recolección de datos

La técnica de datos que se utilizó en la encuesta para la muestra determinada de 384 personas, la misma que se realizó con la finalidad de obtener la información, precisa y necesaria de los ciudadanos que emplean la bicicleta como movilidad ecológica, actividad recreativa o con fines competitivos en la ciudad de Piura, y cumpliendo con la veracidad de cada uno de los indicadores se plantearon **17 preguntas** las mismas que corresponderán a las dimensiones de Seguridad, económico y ecológico.

Así como también se aplicó una encuesta al representante de la empresa BICIX CENTER PIURA, cuya finalidad fue obtener datos de inversión inicial, precio de costo, precio de venta, margen de ganancia, cantidad de bicicletas vendidas en el periodo correspondiente al primer semestre del año 2019 y 2020.

2.4.2. Instrumentos

❖ Encuesta

Se aplicó este instrumento para poder recopilar información de los ciudadanos que emplean la bicicleta como movilidad ecológica, actividad recreativa o con fines competitivos en la ciudad de Piura, los mismos que permitirán conocer a detalle y así poder orientar la investigación planteada hacia el objetivo general deseado.

❖ Análisis de ventas

Se le realizó al representante acreditado por la empresa BICIX CENTER PIURA, un cuestionario metodológico, donde se logró obtener información exacta de la cantidad de bicicletas vendidas, total de ventas mensuales en expresión monetaria (Soles S/). Correspondientes al primer semestre del año 2019 y 2020

2.4.3. Validación y confiabilidad del instrumento

La validación del tema de investigación, fue analizada y revisada por expertos en la materia, se dejó a criterio de un especialista y un metodólogo los cuales darán constancia de la ficha de validación.

Se determinó la confiabilidad en la presente investigación con la aplicación de una muestra piloto a 20 ciudadanos, utilizando el Alfa de Cronbach para recabar resultados; por lo que la encuesta se desarrolló con la escala de Likert y datos numéricos, para determinar la medida, la desviación estándar; la misma que determino que el instrumento muestra un nivel de confianza muy buena.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

Se realizó un análisis estadístico completo, en el cual se describieron las principales medidas de aquellas variables que mencionan en esta investigación, utilizando el programa SPSS-25 por ello se desarrollara la media, desviación estándar, asimetría, entre otros. Finalmente se obtuvo relaciones simples entre las variables con su grado de significancia dándonos una idea inicial sobre la interacción entre las mismas.

2.6. Criterios éticos.

El presente estudio de investigación cumple con lo estipulado en las normas APA establecida por la Universidad Señor de Sipan, así como también con los valores de ética respetando las fuentes bibliográficas de los autores citados en el desarrollo de esta investigación. También la estricta confidencialidad correspondiente a los datos recopilados en las encuestas aplicadas.

2.7. Criterios de Rigor Científico.

- **Confiabilidad.**

Los datos utilizados para esta investigación fueron obtenidos del procesamiento de las encuestas aplicadas y procesadas mediante PROGRAMA ESTADISTICO PARA LAS CIENCIAS SOCIALES VERSION 25 (**SPSS-25**, el mismo que es utilizado en muchas investigaciones.

- **Neutralidad.**

Considerando que la investigación es de tipo No Experimental, los datos utilizados no han sido utilizados, a conveniencia del investigador, para alterar los resultados.

- **Validez.**

Para la validez de los resultados de esta investigación se utilizó el método logístico, debido a que la relación entre variables utilizadas para este modelo se encuentra relacionada económicamente, por lo tanto, existe una relación de causa- efecto entre las mismas, dicha relación se tratara de medir.

- **Consistencia.**

En este criterio considerado, se aplica la fiabilidad de los datos, los mismos que podrán ser utilizados en otro contexto, obteniendo siempre el mismo resultado.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en Tablas y Figuras.

Tabla 3

ESTADÍSTICOS

Edad del encuestado		
N°	VALIDOS	384
	PERDIDOS	0
Media		40.50
Mediana		40.00
Moda		21 ^a
Desv. Desviación		13.260
Varianza		175.833
Mínimo		21
Máximo		65

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020 Elaboración propia

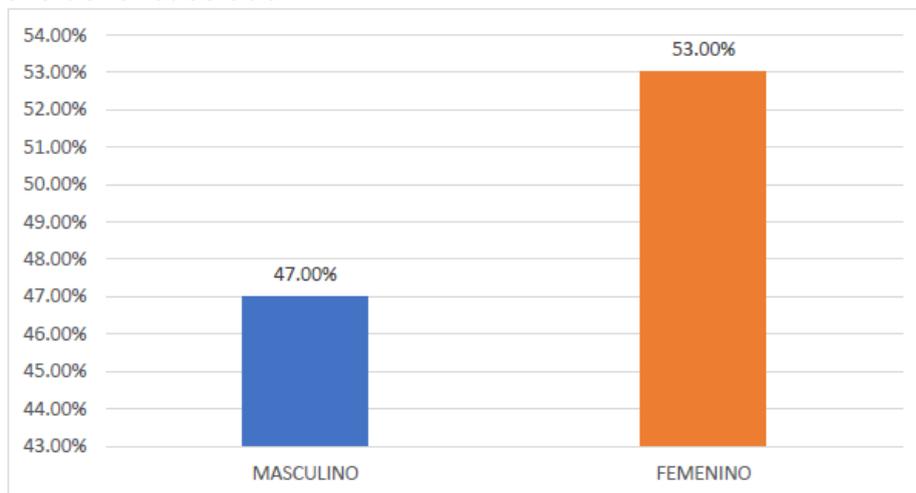
Tabla 4

SEXO DEL ENCUESTADO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
MASCULINO	180	47.00%	47.00%	47.00%
FEMENINO	204	53.00%	53.00%	53.00%
Total	384	100.00%	100.00%	100.00%

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 1
Sexo del encuestado



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Con respecto al sexo del encuestado los resultados corresponden a 180 personas que representan el 47% son de sexo masculino y 204 personas que representan el 53% son de sexo femenino

Tabla 5

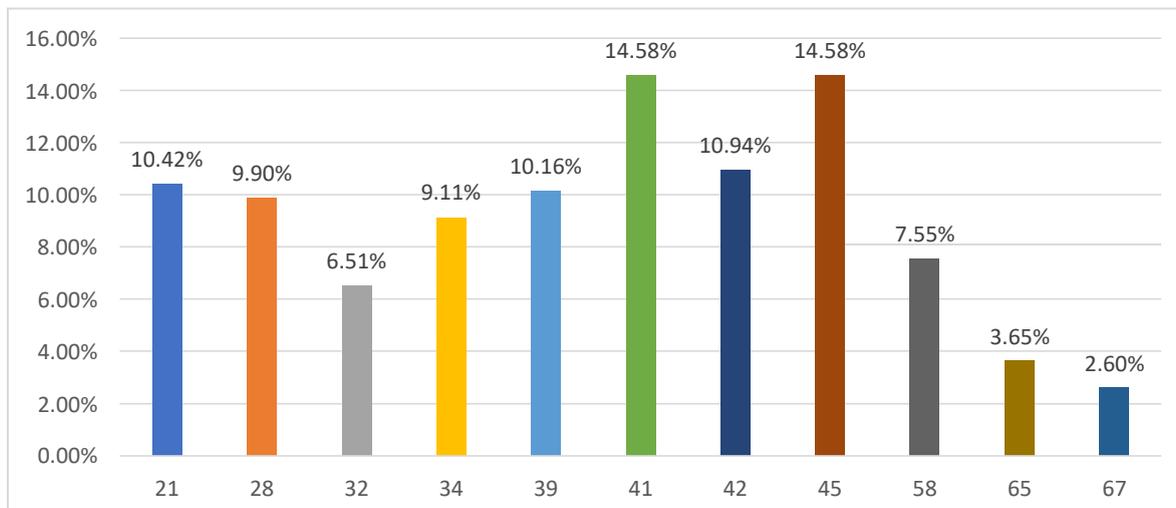
EDAD DEL ENCUESTADO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	21	40	10.4%	10.42%	10.42%
	28	38	9.9%	9.90%	20.31%
	32	25	6.5%	6.51%	26.82%
	34	35	9.1%	9.11%	35.94%
	39	39	10.2%	10.16%	46.09%
	41	56	14.6%	14.58%	60.68%
	42	42	10.9%	10.94%	71.61%
	45	56	14.6%	14.58%	86.20%
	58	29	7.6%	7.55%	93.75%
	65	14	3.6%	3.65%	97.40%
Total		10	2.6%	2.60%	100.00%

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 2

Edad de los encuestados



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia.

La media de los encuestados es de 40.55 años, su valor modal es igual 32 años, la mediana es de 45 años, su valor máximo es de 65 años y su valor mínimo es de 21 años. 56 encuestados tienen 41 años al igual que 45 años que representan 14.6% respectivamente seguidos de los encuestados que tienen 42 años que representan el 10.9 %, 40 encuestados de 21 años que representan el 10.42% y de 28 años ,38 de los encuestados que representan el 9.90% .

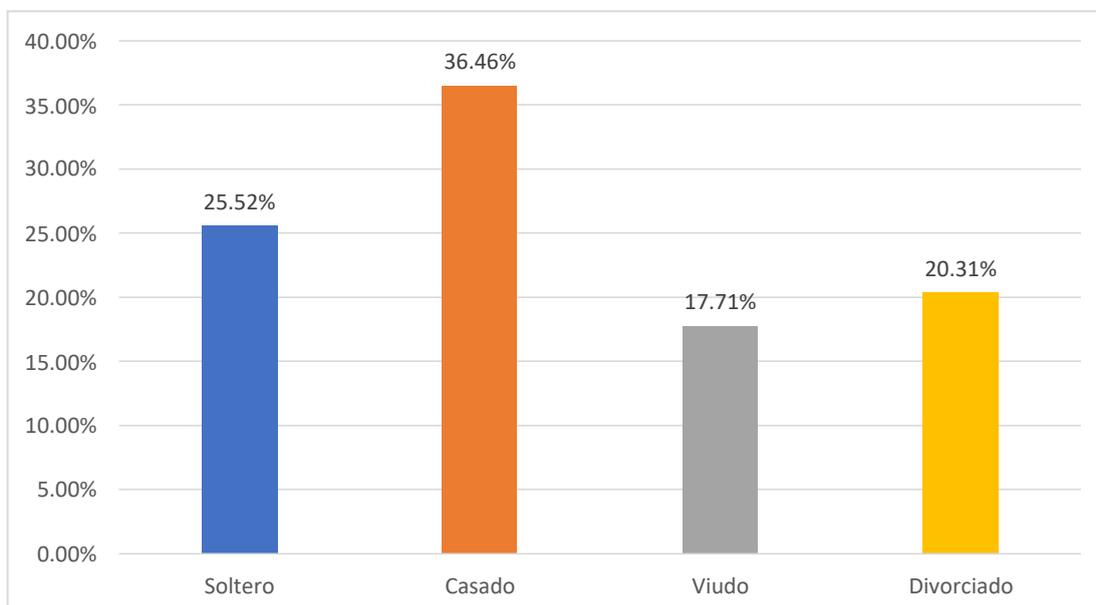
Tabla 6

ESTADO CIVIL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Soltero</i>	98	25.52%	25.52%	26.00%
<i>Casado</i>	140	36.46%	36.46%	62.46%
<i>Viudo</i>	68	17.71%	17.71%	80.17%
<i>Divorciado</i>	78	20.31%	20.31%	100.48%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 3
Estado Civil.



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

De 140 encuestados que representan el 25.2 % son casados, 98 encuestados que representan el 25.2 % son solteros, 78 encuestados que representan el 20.31% son divorciados y 68 encuestados que representan el 20.31% son viudos.

Tabla 7

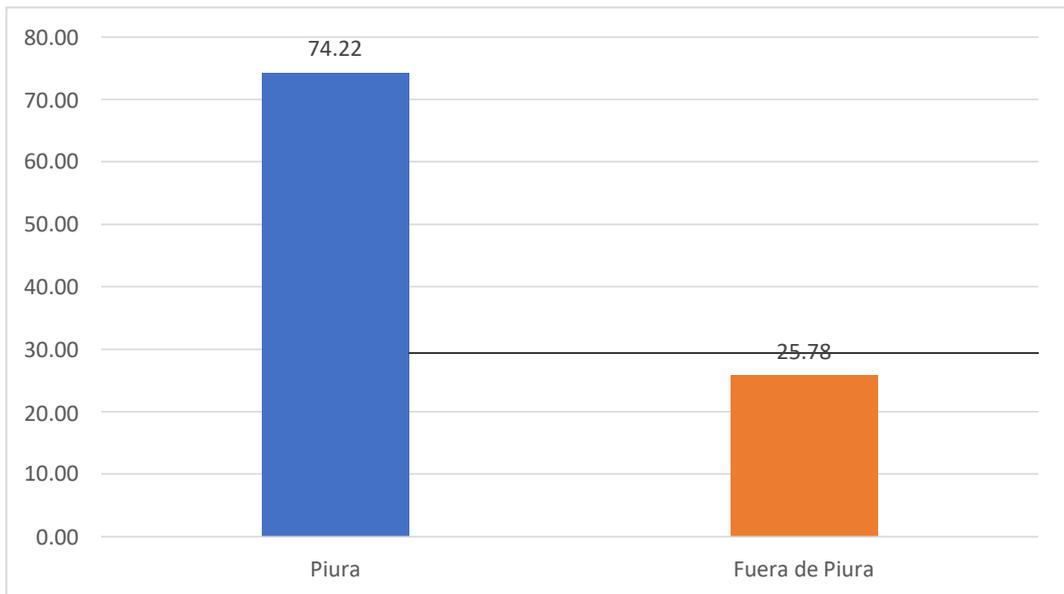
LUGAR DE NACIMIENTO

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Piura</i>	285	74.2	74.2	74.2
<i>Fuera de Piura</i>	99	25.8	25.8	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 4

Lugar de nacimiento.



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

285 encuestados que representan el 74.22 % son de Piura y 99 encuestados que representan el 25.78 % son de fuera de Piura.

Tabla 8

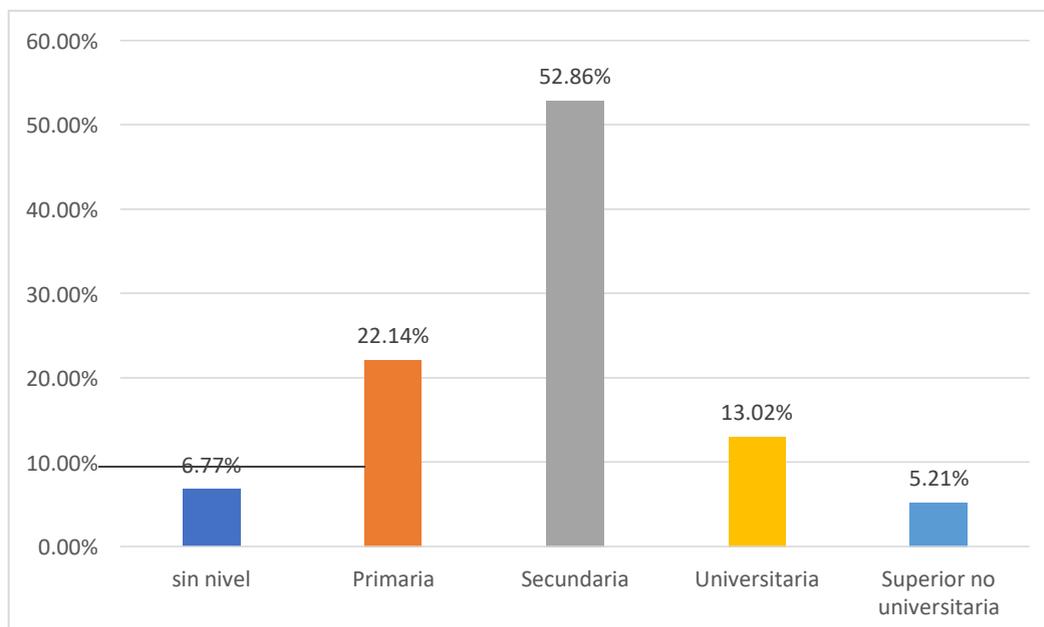
GRADO DE INSTRUCCIÓN

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Sin nivel</i>	26	6.77%	10.00%	10.00%
<i>Primaria</i>	85	22.14%	20.00%	30.00%
<i>Secundaria</i>	203	52.86%	50.00%	80.00%
<i>Universitaria</i>	50	13.02%	10.00%	90.00%
<i>Superior no universitaria</i>	20	5.21%	10.00%	100.00%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 5

Grado de instrucción.



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

203 encuestados que representan el 52.86 % poseen nivel secundario de Piura y 99 encuestados que representan el 22.14 % tienen nivel primario, 50 encuestados que representan el 13.02 % poseen nivel universitario, 20 encuestados que representan el 5.21 % poseen nivel no universitario

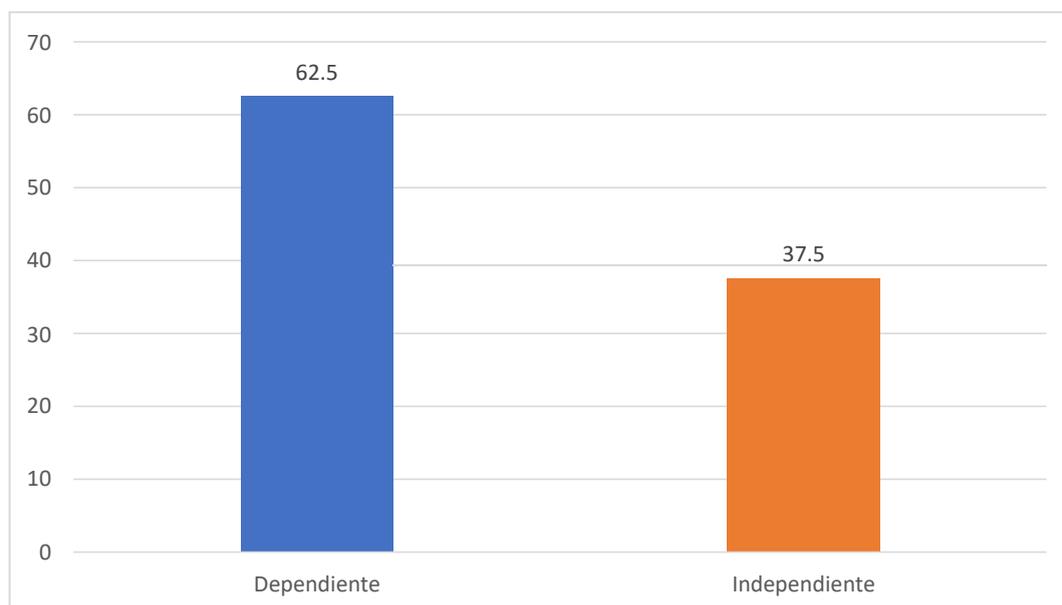
Tabla 9

SU TRABAJO ES

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Dependiente</i>	240	62.5	62.5	62.5
<i>Independiente</i>	144	37.5	37.5	100.0
Total	384	100.0	100.0	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 6
Su trabajo es



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

240 encuestados que representan el 6.5 % trabajan en forma dependiente de Piura y 144 encuestados que representan el 37.5 % su trabajo es independiente.

Tabla 10

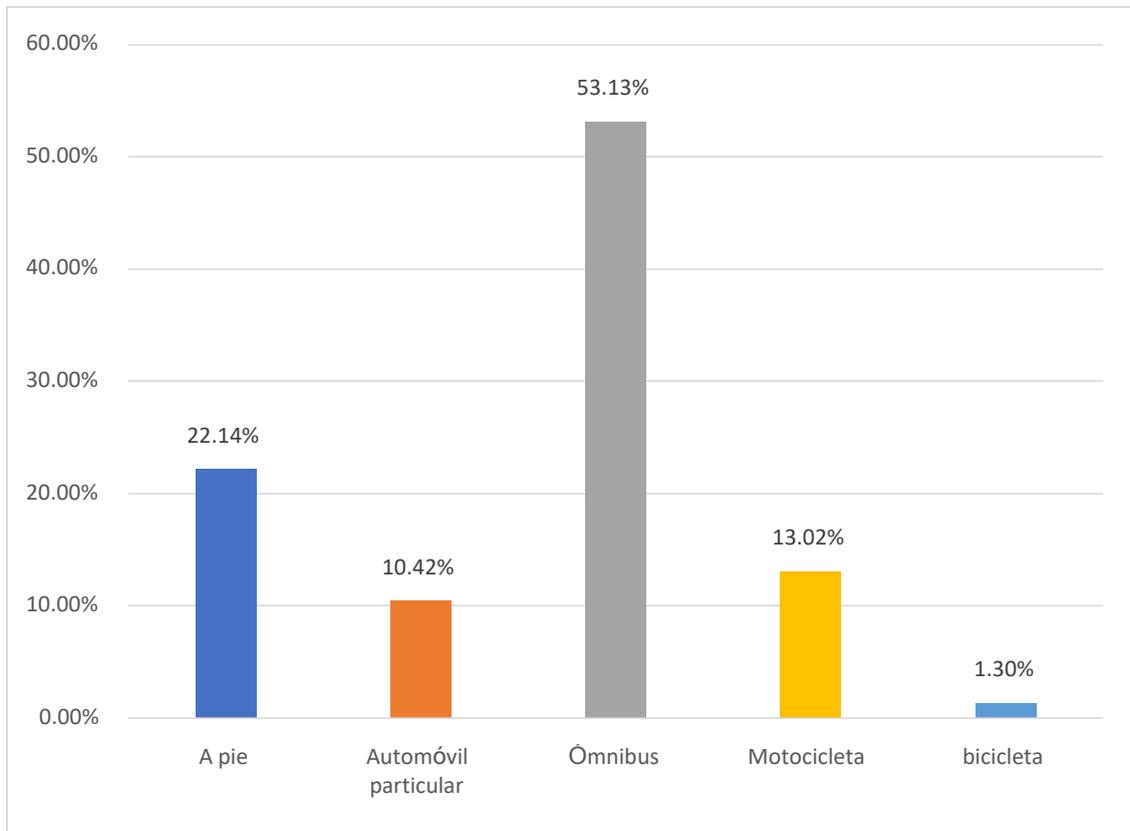
¿CÓMO SE TRASLADA A SU CENTRO DE LABORES?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>A pie</i>	85	22.14%	22.14%	22.00%
<i>Automóvil particular</i>	40	10.42%	10.42%	32.00%
<i>Ómnibus</i>	204	53.13%	53.13%	85.13%
<i>Motocicleta</i>	50	13.02%	13.02%	98.15%
<i>bicicleta</i>	5	1.30%	1.30%	100.00%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 7

Cómo se traslada a su centro de labores



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

204 encuestados que representan el 53.13% se trasladan en ómnibus
85 encuestados que representan el 22.14 % se trasladan a pie, 50 encuestados que representan el 13.2 % se trasladan en motocicleta y 5 encuestados que representan el 1.30 % se trasladan a su trabajo en bicicleta.

Tabla 11

ESTADÍSTICOS

¿Cuál es su sueldo promedio mensual en la actividad que realiza?:

<i>N</i>	Válido	384
	Perdidos	0
<i>Media</i>		1876.76
<i>Mediana</i>		1500.00
<i>Moda</i>		930
<i>Desv. Desviación</i>		784.146
<i>Varianza</i>		614885.302
<i>Mínimo</i>		930
<i>Máximo</i>		3000

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Tabla 12:

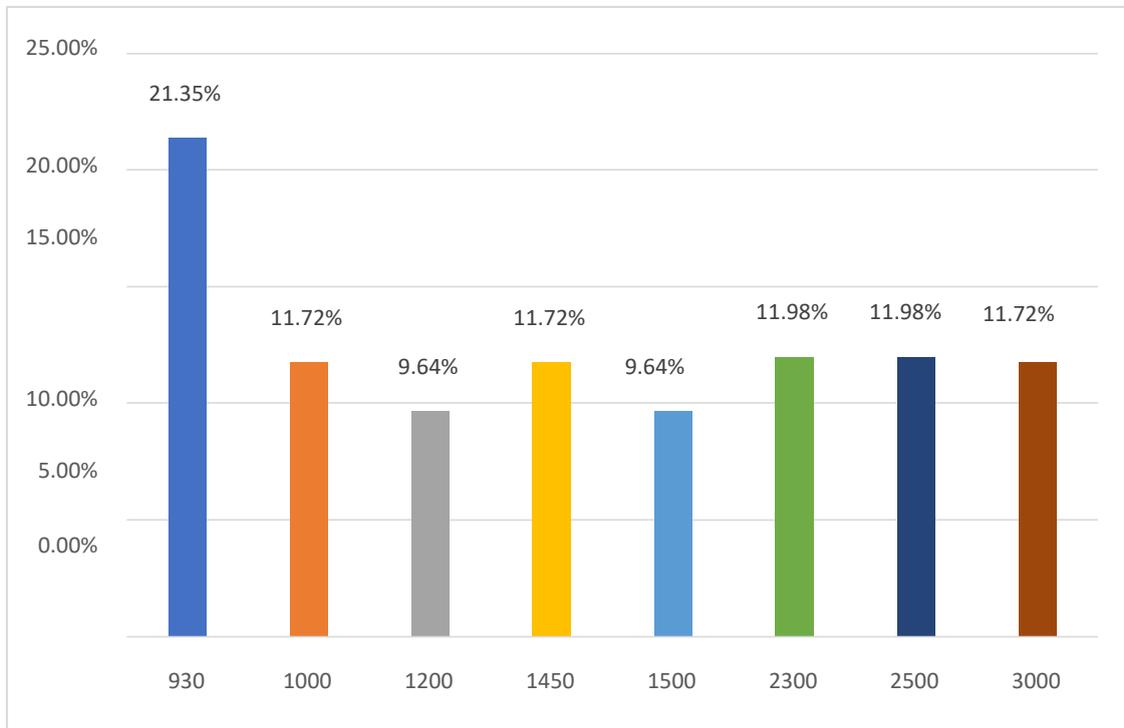
¿CUÁL ES SU SUELDO PROMEDIO MENSUAL EN LA ACTIVIDAD QUE REALIZA?:

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
930	82	21.35%	21.35%	21.00%
1000	45	11.72%	11.72%	32.72%
1200	37	9.64%	9.64%	42.35%
1450	45	11.72%	11.72%	54.07%
1500	37	9.64%	9.64%	63.71%
2300	46	11.98%	11.98%	75.69%
2500	46	11.98%	11.98%	87.67%
3000	45	11.72%	11.72%	100.00%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 8

Cuál es su sueldo promedio mensual en la actividad que realiza



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

El promedio mensual, es de 1876.76 Soles, con una mediana de 1500.00 soles y el valor modal corresponde al sueldo mínimo de 930.00 soles.

- 82 encuestados que representan 21.35% ganan 930.00 soles mensuales,
- 45 encuestados que representan 11.72% ganan 1500.00 soles mensuales,
- 45 encuestados que representan 11.72% ganan 1450.00 soles mensuales
- 46 encuestados que representan 11.98% ganan 2300.00 soles mensuales
- 45 encuestados que representan 11.72% ganan 3000.00 soles mensuales

Tabla 13

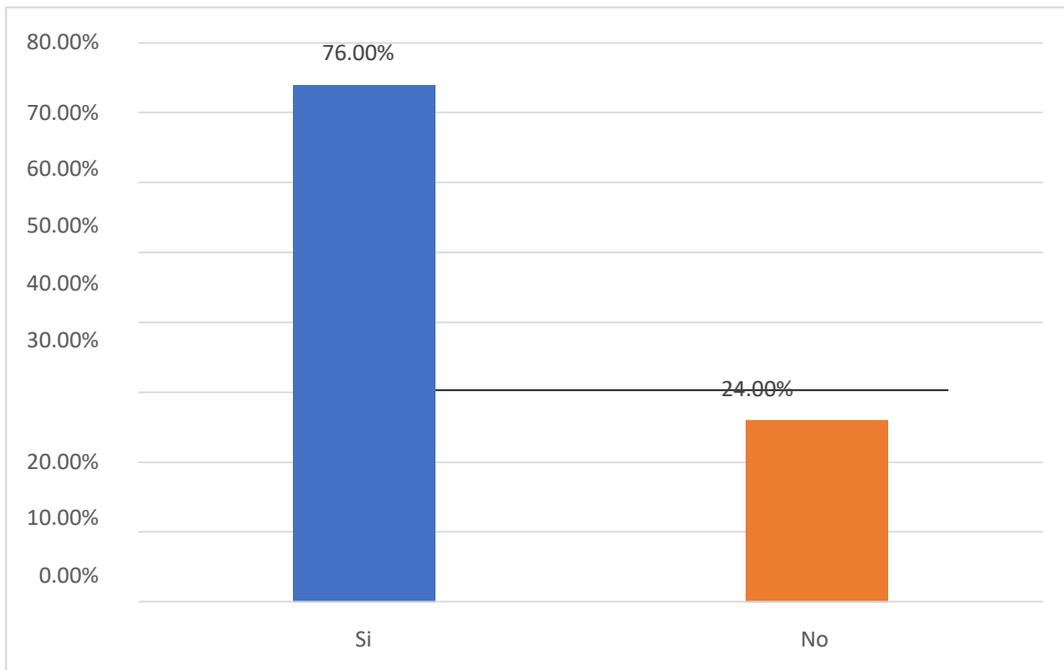
¿PRÁCTICA ALGUNA ACTIVIDAD DEPORTIVA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	293	76.30%	76%	76.00%
No	91	23.70%	24%	100.00%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 9

Practica alguna actividad deportiva



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

293 encuestados que representan 76.30 % respondieron que si practican alguna actividad deportiva y 91 encuestados que representan 23.70% afirmaron que no practican actividades deportivas

Tabla 14

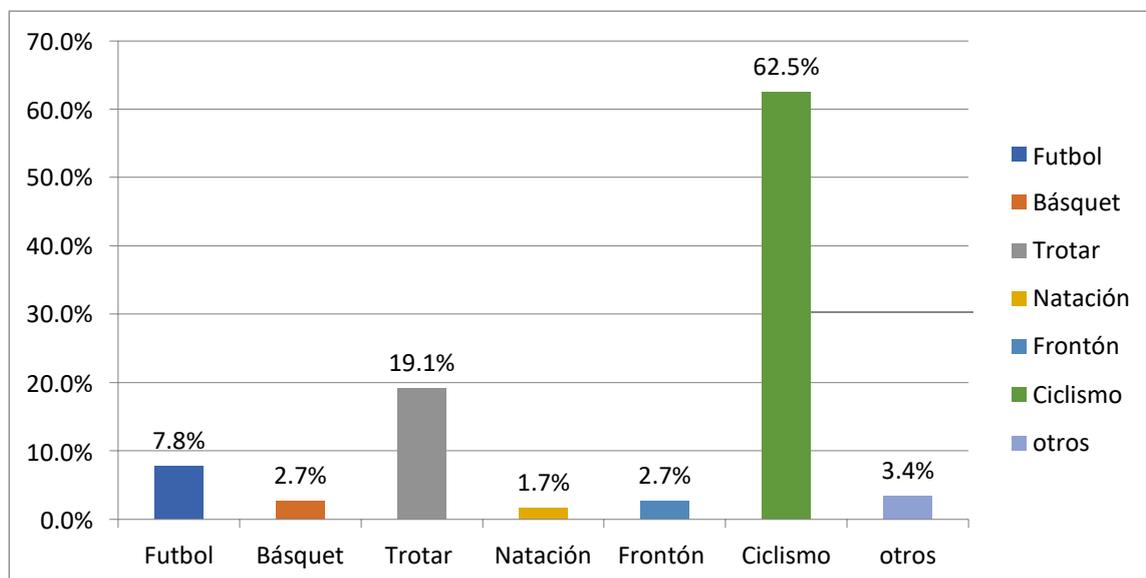
SI SU RESPUESTA ES AFIRMATIVA ¿QUÉ DEPORTES PRACTICA ACTUALMENTE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Futbol	23	7.85%	7.8%	7.85%
Básquet	8	2.73%	2.7%	10.58%
Trotar	56	19.11%	19.1%	29.69%
Natación	5	1.71%	1.7%	31.40%
Frontón	8	2.73%	2.7%	34.13%
Ciclismo	183	62.46%	62.5%	96.59%
otros	10	3.41%	3.4%	100.00%
Total	293	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 10

Si su respuesta es afirmativa ¿Qué deporte practica actualmente?



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Contradictoriamente respondieron 183 encuestados respondieron que practicaban ciclismo equivalente al 62.5 % del total, seguidos del futbol y la natación.

Tabla 15

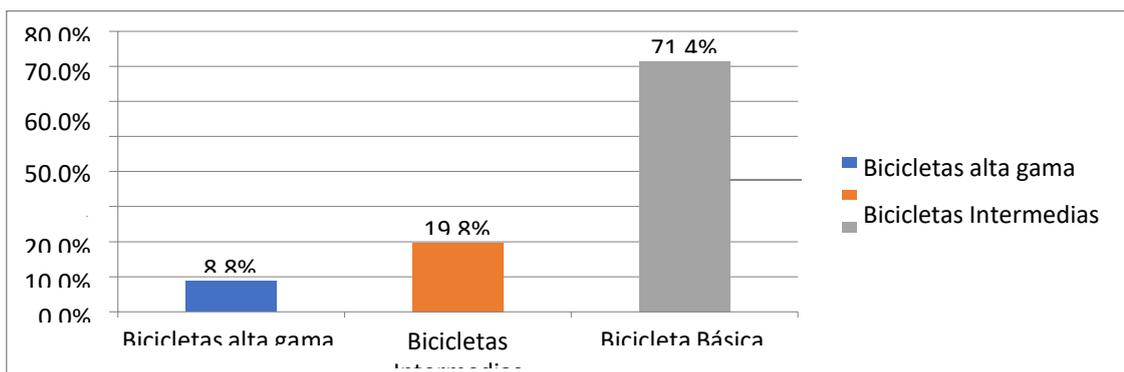
¿Si no realizas actividades deportivas ¿Consideras los paseos en bicicleta como alternativa para realizar ejercicios? Marque el modelo que desea, tieneo quiere comprar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bicicletas alta gama	8	8.79%	8.8%	8.79%
Bicicletas Intermedias	18	19.78%	19.8%	28.57%
Bicicleta Básica	65	71.43%	71.4%	100.00%
Total	91	100%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 11

¿Si no realizas actividades deportivas ¿Consideras los paseos en bicicleta como alternativa para realizar ejercicios? Marque el modelo que desea, tieneo quiere comprar.



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

El 71.4 % prefería las bicicletas de básicas, EL19.8 % Bicicletas intermedias, y el 8.8% bicicletas de alta gama.

Tabla 16

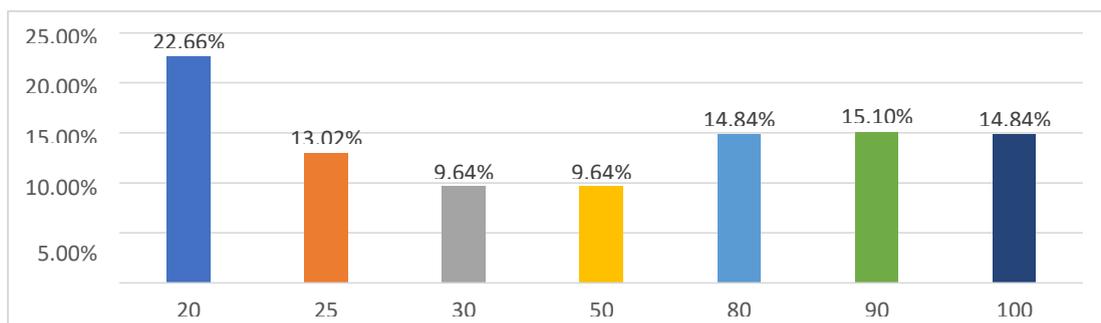
¿Cuánto asignaría mensualmente para el mantenimiento de su bicicleta?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
20	87	22.66%	22.66%	23.00%
25	50	13.02%	13.02%	36.02%
30	37	9.64%	9.64%	45.66%
50	37	9.64%	9.64%	55.29%
80	57	14.84%	14.84%	70.14%
90	58	15.10%	15.10%	85.24%
100	57	14.84%	14.84%	100.08%
Total	384	100.00%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 12

¿Cuánto asignaría mensualmente para el mantenimiento de su bicicleta?



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Frente a la pregunta hipotética de cuanto asignarían para el mantenimiento de su bicicleta los resultados fueron:

- 20 soles, 87 de los encuestados representando el 22.66% del total
- 25 soles, 50 de los encuestados representando 13.02% del total
- 30 soles, de los encuestados representando 9.64% del total
- 50 soles, de los encuestados representando 9.64% del total
- 80 soles, de los encuestados representando 14.84% del total
- 90 soles, de los encuestados representando 15.10% del total
- 100 soles, de los encuestados representando 14.84% del total

Tabla 17

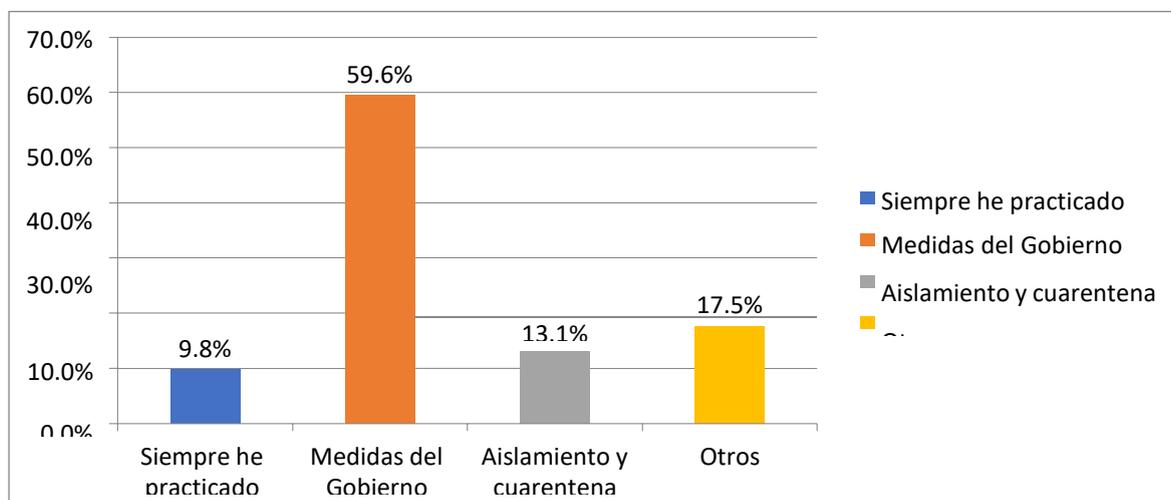
¿Cuál o cuáles fueron las razones por las que se decidió a practicar el ciclismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Siempre he practicado	18	9.84%	9.8%	9.84%
Medidas del Gobierno	109	59.56%	59.6%	69.40%
Aislamiento y cuarentena	24	13.11%	13.1%	82.51%
Otros	32	17.49%	17.5%	100.00%
Total	183	100%	100.00%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 13

¿Cuál o cuáles fueron las razones por las que se decidió a practicar el ciclismo?



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

En cuanto al cambio de preferencias por el ciclismo tenemos 72.7% fue por las razones de las medidas gubernamentales o el aburrimiento al no poder realizar otras actividades deportivas

Tabla 18

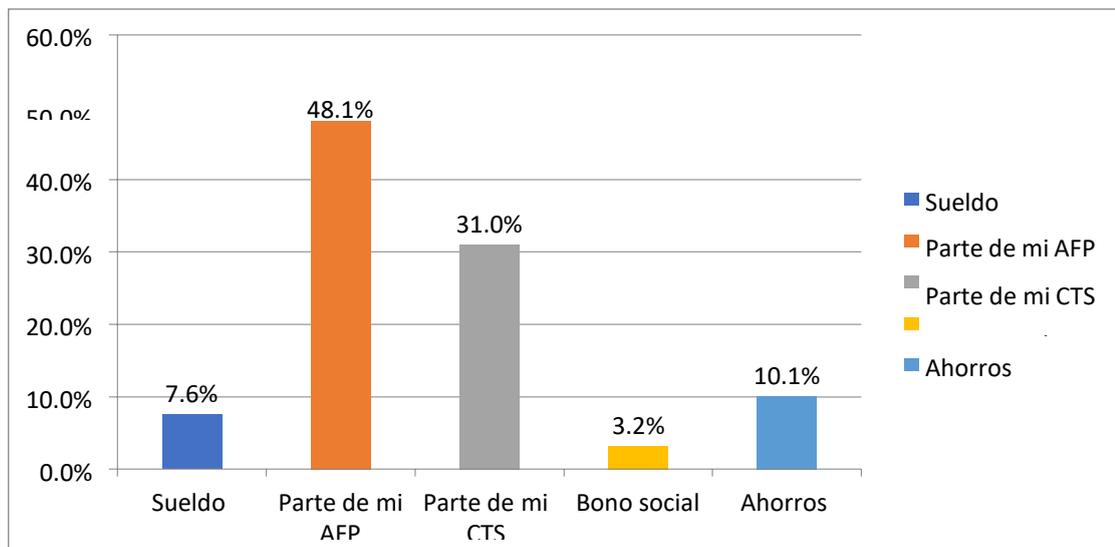
¿CON QUE RECURSOS ECONÓMICOS COMPRÓ SU BICICLETA EN EL PRIMER SEMESTRE 2020?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Válido	Porcentaje acumulado
Sueldo	12	7.59%	7.6%	7.59%
Parte de mi AFP	76	48.10%	48.1%	55.70%
Parte de mi CTS	49	31.01%	31.0%	86.71%
Bono social	5	3.16%	3.2%	89.87%
Ahorros	16	10%	10.1%	100.00%
Total	158	100%	100%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 14

¿Con que recursos económicos compró su bicicleta en el primer semestre 2020?



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

De mi AFP fue la respuesta de 76 personas que representan el 48.10% del total, 49 personas que representan el 31.01% fue de la compensación por tiempo de servicios, 16 personas de lo ahorrado de su sueldo representando el 10% y 12 personas que representan el 7.59% de su sueldo.

Tabla 19

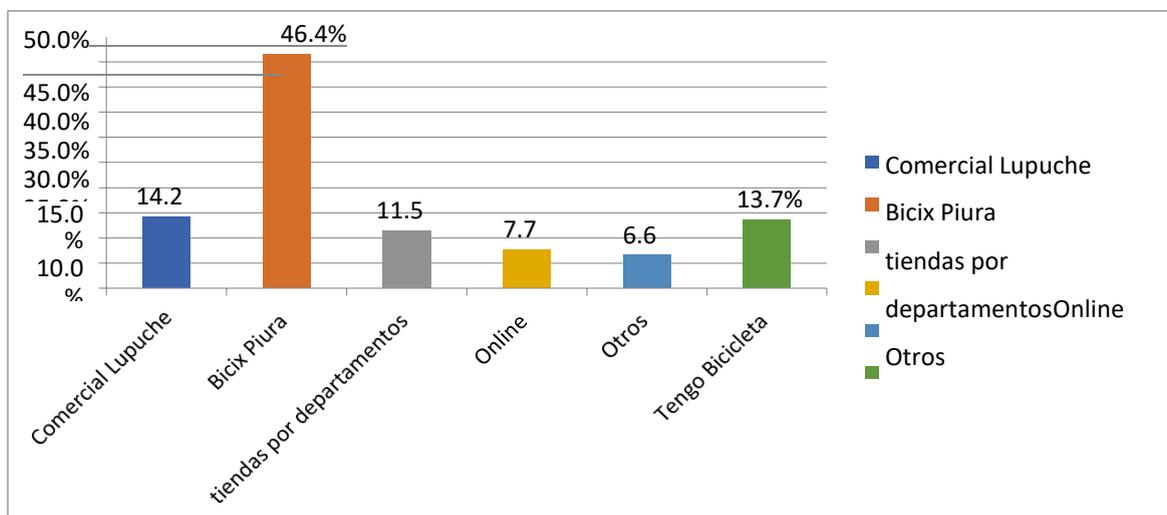
¿DÓNDE COMPRÓ SU BICICLETA EN EL PRIMER SEMESTRE 2020?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Comercial Lupuche	26	14.21%	14.21%	14.21%
BICIX PIURA	85	46.45%	46.45%	60.66%
tiendas por Dpto.	21	11.48%	11.48%	72.13%
Online	14	7.65%	7.65%	79.78%
Otros	12	6.56%	6.56%	86.34%
Tengo Bicicleta	25	13.66%	13.66%	100.00%
Total	183	100%	100%	

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Figura 15

¿Dónde compró su bicicleta en el primer semestre 2020?



Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

A la hora de comprar su bicicleta 85 persona compraron en **comercial BICIX** que representan el 46.4%, seguido de **Comercial Lupuche** con el 14.2% , el 11.5 % en tiendas por departamentos o centros comerciales como El Open Plaza ,Real Plaza, y el 7.7 % por ven en línea y otras pequeñas tiendas.

MODELO ECONÓMICO DE DEMANDA Y OFERTA

3.1.1. Modelo de demanda

Supuesto: Bicicletas es un bien normal, lo que significa que si aumenta el ingreso entonces aumenta el consumo y viceversa. Para el presente modelo se ha utilizado el modelo clásico de demanda donde

Variable dependiente = Y = cantidad demandada

Variáveis independientes:

X1 = Precio del bien (-)

X2 = Ingreso (+)

X3 = Precio de los bienes sustitutos (+)

X4 = precio de los bienes complementarios (-)

U = Variable estocástica

(son los eventos que no pueden ser controlados por el modelo)

Al correr el modelo de mínimo cuadrados ordinarios usando el programa EViews 11, los resultados son los siguientes:

Tabla 20

Modelo 1

Dependent Variable: CANDEMAND
Method: Least Squares
Date: 10/30/20 Time: 21:00
Sample: 1 384
Included observations: 384

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	66.70423	0.441261	151.1672	0.0000
ING	-0.001044	0.000178	-5.851522	0.0000
PX	-0.015914	0.000211	-75.31438	0.0000
PBS	0.020505	0.004243	4.832445	0.0000
PBC	-0.053978	0.006235	-8.657037	0.0000
R-squared	0.986198	Mean dependent var	33.71875	
Adjusted R-squared	0.986053	S.D. dependent var	13.75139	
S.E. of regression	1.624023	Akaike info criterion	3.820625	
Sum squared resid	999.5933	Schwarz criterion	3.872065	
Log likelihood	-728.5599	Hannan-Quinn criter.	3.841028	
F-statistic	6770.370	Durbin-Watson stat	0.846943	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación

Con respecto al modelo N1, el signo esperado de las variables explicativas es correcto a excepción de la variable ingreso cuyo resultado es negativo, lo que contradice la Teoría Económica, dado que estamos suponiendo que las bicicletas son un bien normal por lo tanto su elasticidad de ingreso es positiva

Tabla 21

Resumen de procesamiento de casos

		N°	%
Casos	Válido	384	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	384	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 22

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,863	5

Tabla 23

Modelo 2

Dependent Variable: CANDEMAND
 Method: Least Squares
 Date: 10/30/20 Time: 21:07
 Sample: 1 384
 Included observations: 384

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	65.88131	0.436161	151.0483	0.0000
PX	-0.016986	0.000110	-154.6569	0.0000
PBS	0.015987	0.004351	3.674451	0.0003
PBC	-0.057146	0.006478	-8.822040	0.0000
R-squared	0.984951	Mean dependent var		33.71875
Adjusted R-squared	0.984833	S.D. dependent var		13.75139
S.E. of regression	1.693564	Akaike info criterion		3.901909
Sum squared resid	1089.900	Schwarz criterion		3.943062
Log likelihood	-745.1666	Hannan-Quinn criter.		3.918232
F-statistic	8290.536	Durbin-Watson stat		0.641571
Prob(F-statistic)	0.000000			

3.1.2. Modelo de oferta

Para el presente modelo se ha utilizado el modelo clásico de oferta donde:

Variable dependiente = Y= cantidad Ofertada

Variables independientes: X1 =Precio (+)

X2 = Precio de los factores productivos (-)

X3 = Impuestos: 18% del precio de venta (-)

Al correr el modelo de mínimo cuadrados ordinarios usando el programa Eviews 11, se ha tenido que trabajar porque los datos presentan problemas de Multicolinealidad.

Tabla 24

modelo de oferta

Dependent Variable: CANTIDAD_OFERTADA
Method: Least Squares
Date: 10/21/20 Time: 10:13
Sample: 1 50
Included observations: 50

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14.13175	0.528221	26.75350	0.0000
PRECIO	0.009138	0.000251	36.33680	0.0000
R-squared	0.964922	Mean dependent var		31.86000
Adjusted R-squared	0.964191	S.D. dependent var		7.564714
S.E. of regression	1.431495	Akaike info criterion		3.594494
Sum squared resid	98.36054	Schwarz criterion		3.670975
Log likelihood	-87.86235	Hannan-Quinn criter.		3.623618
F-statistic	1320.363	Durbin-Watson stat		1.053628
Prob(F-statistic)	0.000000			

Fuente: Elaboración propia

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS VENTAS DE BICIX CENTERPIURA
PRIMER SEMESTRE 2019 -2020**

Tabla 25

ventas Enero –Julio 2019 Bicix Center Piura

TIPO DE BICICLETA	AÑO 2019						
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Gama Alta	15	8	10	7	7	6	10
Gama Intermedia	44	31	22	28	18	24	32
Gama Basica	21	18	15	15	8	14	20
TOTAL	80	57	47	50	33	44	62

Fuente: Gerencia BICIX CENTER PIURA
Elaboración Propia

Tabla 26

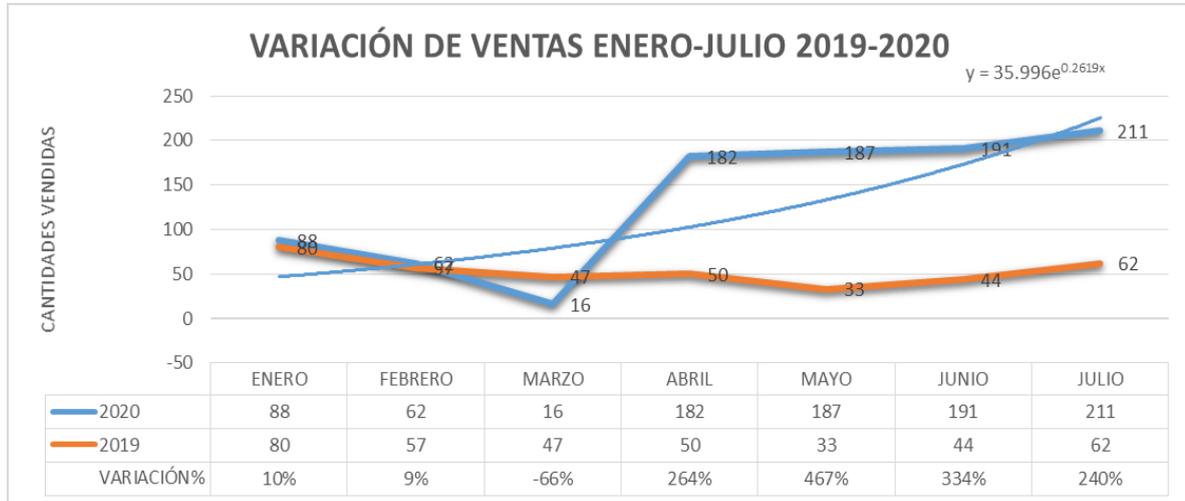
Ventas Enero –Julio 2020 Bicix Center Piura

TIPO DE BICICLETA	AÑO 2020						
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO
Gama Alta	18	10	2	4	4	6	8
Gama Intermedia	52	33	8	54	65	64	71
Gama Basica	18	19	6	124	118	121	132

Fuente: Gerencia BICIX CENTER PIURA
Elaboración Propia

Figura 16

Variación de ventas enero – julio 2019/2020



Fuente: Gerencia BICIX CENTER PIURA
Elaboración Propia

3.1.3. Análisis de elasticidades

Para el análisis de elasticidades aplicamos las derivadas parciales con respecto a cada una de las variables explicativas.

X_1 = precio del bien “x” por lo tanto la elasticidad precio del bien “X”

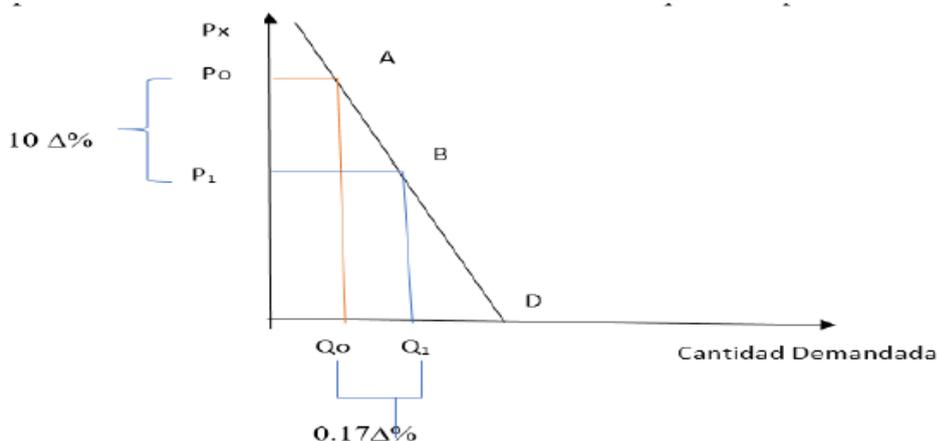
Es la derivada parcial de la cantidad demandada con respecto al precio de x.

$$Q^d = \alpha_1 + \alpha_2 X_1 + \alpha_3 X_2 + \alpha_4 X_3 + u$$

$$\frac{\partial_2 Q^d}{\partial X_1} = \partial_2 X_1^{-1} = \partial_2 X^0 = \partial_2 = -0.017$$

Modelo de Demanda

$Q^d = \alpha_1 + \alpha_2 X_1 + \alpha_3 X_2 + \alpha_4 X_3 + u$
 $\alpha_1 = 65.88$ = parámetro de posición = nos indica las cantidades demandadas que no dependen de las variables explicativas.



Derivando parcialmente con respecto a la variable Px

$\alpha_2 = -0.017$ = elasticidad precio de demanda = cada vez que el precio sube en 10 % , la cantidad demandada disminuye 0.17

Cada vez que el precio baja en 10 % , la cantidad demandada aumenta en 0.17.

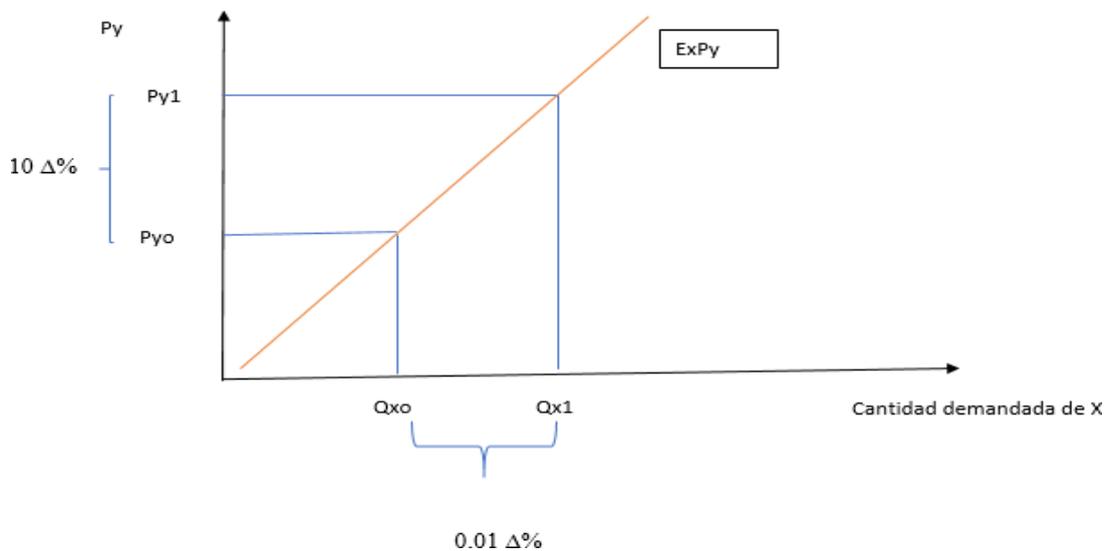
Por lo tanto, estamos hablando de una demanda relativamente inelástica X_2 = precio del bien “sustituto de x” por lo tanto la elasticidad cruzada de la cantidad demandada del bien “X” con respecto al precio de X_2 que es el bien sustituto

Es la derivada parcial de la cantidad demandada con respecto al precio de X_2

$$Q^d = \alpha_1 + \alpha_2 X_1 + \alpha_3 X_2 + \alpha_4 X_3 + u$$

$$\frac{\partial_3 Q^d}{\partial X_2} = \partial_3 X_2^{1-1} = \partial_3 X^0 = \partial_3 = -0.015987$$

$\alpha_3 = 0.015987$ = Elasticidad cruzada de Demanda = su valor es positivo por lo tanto los dos bienes son sustitutos

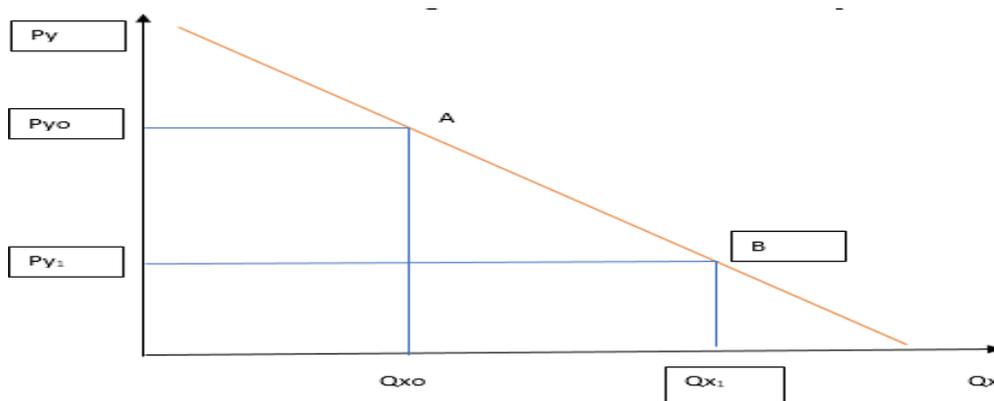


$\alpha_3 = 0.015987$ = elasticidad cruzada de demanda positiva = Los dos bienes son sustitutos

$$Q^d = \alpha_1 + \alpha_2 X_1 + \alpha_3 X_2 + \alpha_4 X_3 + u$$

$$\frac{\partial_4 Q^d}{\partial X_3} = \partial_4 X_3^{1-1} = \partial_4 X^0 = \partial_4 = -0.057146$$

$\alpha_4 = 0.057146$ = Elasticidad cruzada de demanda negativa = Los dos bienes son complementarios



3.2. Discusión

La media de edades encontradas es igual a 40.5 y la mediana 40.0, con una moda de 21 años, Por lo que la distribución es sesgada hacia la derecha.

Con respecto al Trabajo que realizan los encuestados se determina que el 62.5% tienen un trabajo dependiente ya sea por el sector privado o público y el 37.5% realiza trabajo independiente los que están obligados a buscar ingresos a pesar de la prohibición que aplicadas por estado respecto al estado de emergencia sanitaria por Pandemia.

De acuerdo a la forma que se trasladan a su centro de labores nos da como resultado que el 53.13% lo realiza en ómnibus de transporte urbano y un mínimo de 1.30% se trasladan en bicicleta por lo que se deduce que la bicicleta es un instrumento de recreación en la ciudad de Piura.

Tenemos como resultado del sueldo promedio es de S/1876.76, con una mediana de S/1500 y el valor modal de S/930 equivalente al RBM.

Con respecto al resultado de la encuesta comparativamente se muestra cómo han cambiado los gustos y las preferencias debido a la normatividad gubernamental.

Al haberse paralizado las actividades económicas, tal como se demuestra la mayor proporción de nuestros encuestados tienen un trabajo dependiente y por lo tanto han sido obligados a permanecer en su casa.

Los ingresos adicionales percibidos han sido redirigidos en el sentido de actividades recreativas, no solo de sobrevivencia o alimentación, este el motivo del

incremento de la demanda de bicicletas dado que el transporte público estaba paralizado.

De acuerdo a la Hipótesis Alternativa: Las políticas públicas de reactivación económica, influyeron favorablemente en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER, rechazándose la hipótesis nula producto del análisis comparativo de ventas del primer semestre de 2019 y 2020 y de los resultados obtenidos en la encuesta en donde se determina el incremento de la ventas de bicicletas en lastres categorías.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

- Las Políticas Públicas que fueron dictadas por el Gobierno Peruano como: el Bono Yo Me Quedo en Casa, Bono Independiente hasta el Segundo Bono Familiar Universal, sumado a la liberación de los Fondos de administración de pensiones(AFP) hasta por tres unidades impositivas tributarias, liberación de la compensación por tiempo de servicios(CTS), que fueron creados para incrementar el consumo interno ante la crisis económica que se tenía producto de la Pandemia del COVID-19, ha **INFLUENCIADO FAVORABLEMENTE** en el incremento de las ventas de la empresa BICIX CENTER en el comparativo de enero-julio 2019 y 2020 en promedio de 151%, aceptando la Hipótesis Alternativa: Las políticas públicas de reactivación económica, influyeron favorablemente en el crecimiento comercial de la empresa BICIX CENTER, rechazándose la hipótesis nula producto del análisis comparativo de ventas.
- Debido a la llamada nueva convivencia producto del estado de emergencia sanitaria, los patrones de consumo han cambiado considerablemente, en todos los sectores socioeconómicos, debido al cierre de restaurantes, cines, etc. Donde un 62.5% pertenecen al grupo de trabajadores dependientes y el 37.5% se ubican en el grupo de trabajadores independientes, de acuerdo a los resultados de nuestra encuesta.
- Los trabajadores dependientes no sujetos a suspensión perfecta de labores han visto incrementado sus ingresos debido a que han podido extraer anticipadamente sus fondos Previsionales de AFP y CTS. Donde un 79.11% adquirió bicicletas con estos recursos económicos, las mismas que fueron adquiridas en un 46.45% en la empresa BICIX CENTER.

4.2. Recomendaciones.

- A pesar del incremento de la demanda de bicicletas esta no es tan notoria en las calles del centro urbano de Piura, dado que la pista se encuentra sobrecargada de tráfico por lo tanto es recomendable un reordenamiento vial para que el uso de la bicicleta sea una alternativa de transporte eco amigable, con las construcciones de ciclo vías.
- El proceso de reactivación económica ha sido dirigido a los sectores de mayores ingresos y en el último tramo a los de menores ingresos, cuando el gobierno ha debido priorizar a la población más vulnerable.
- El gobierno debe crear políticas de masificación gratuita de bicicletas en las zonas rurales, bajo los criterios de transporte, recreación y salud.

REFERENCIAS

- Alegre Escorza, M. (2013). Una ciudad al servicio de los autos. *Revista Ideele* N°229. <https://revistaideele.com/ideele/content/una-ciudad-al-servicio-de-los-autos>
- Arzadun, P. (2019). MICROECONOMÍA. *Tecnologico de Costa Rica*. https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/11342/elasticidad_micro_cap6.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (2018). EL FUNCIONAMIENTO DE LOS MERCADOS. *Universidad Nacional de Mar Del Plata*. <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Cuadros, J., Pachecho, J. F., Cartes, F., & Contreras, E. (2012). *Elementos conceptuales y aplicaciones de microeconomía para la evaluación de proyectos*. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5519/1/S1200582_es.pdf
- Diario el Peruano. (2020a). *Modifican los montos máximos de los créditos y condición de acceso al programa "Reactiva Perú."* <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-los-montos-maximos-de-los-creditos-y-condicion-de-decreto-supremo-n-124-2020-ef-1866900-1/>
- Diario el Peruano. (2020b). *NORMAS LEGALES-DECRETO DE URGENCIA N° 033-2020*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/572106/DU033_2020.pdf
- Diario el Peruano. (2020c). *NORMAS LEGALES-ley N° 31017*. https://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/ADLP/Normas_Legales/31017-LEY.pdf
- Diario el Peruano. (2020d). *NORMAS LEGALES*. [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/14911EFE95FF15DC052585E300598520/\\$FILE/1867296-1.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/14911EFE95FF15DC052585E300598520/$FILE/1867296-1.pdf)

EcuRed. (n.d.). *Bicicleta*. <https://www.ecured.cu/Bicicleta>

Ezcurra Delgado, C. (2018). *ECONOMÍA: UNA VISIÓN MULTIDIMENSIONAL*.
https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3649/TSP_ECO-L_002_REST.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*.
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Gómez Rueda, E. F. (2019). *Estrategia de comercialización de bicicletas de alto desempeño en el mercado internacional: análisis de caso Canyon-Alemania* [Fundación Universidad de América].
<https://repository.uamerica.edu.co/handle/20.500.11839/7677>

Guarniz Llerena, G. S. (2019). *Percepción de los pobladores acerca del uso de la bicicleta como medio de transporte económico, seguro y ecológico en la ciudad de Trujillo, 2019* [Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/45668>

Hernandez Quiroz, N. U. (2014). *POLÍTICAS PÚBLICAS, DESDE EL CRITERIO DE DESARROLLO ENDÓGENO EN LOS 13 MUNICIPIOS DE LA ZONA DE LOS VOLCANES DEL ESTADO DE MÉXICO, EN EL PERIODO 2009-2012*. [UNIVERSIDAD AUTONOMA DEL ESTADO DE MEXICO].
[http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/98995/Tesis de Maestria en Gobierno y Asuntos Públicos.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/98995/Tesis%20de%20Maestria%20en%20Gobierno%20y%20Asuntos%20P%C3%BAblicos.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (McGRAW-HILL (ed.); 6° Edición).
<http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>

Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). *Manual 5: el mercado y la comercialización*.

<https://repositorio.iica.int/bitstream/handle/11324/7088/BVE18040224e.pdf>

Kitsuta Yagui, A. S. (2017). *Guía de planificación y diseño de un sistema de bicicletas públicas ejemplo para el distrito de San Miguel* [Pontificia Universidad Católica del Perú].
<https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/7668>

Levin, R., & Rubin, D. (2004). *ESTADÍSTICA PARA ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA* (Pearson Educación (ed.); 7ma ed.). <https://profefily.com/wp-content/uploads/2017/12/Estadística-para-administración-y-economia-Richard-I.-Levin.pdf>

MALDONADO ROMO, J. D. (2014). *PLAN ESTRATÉGICO DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE BICICLETAS Y ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DEL ECUADOR]. <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/7993>

Márquez Calle, A. A. (2018). “*Estrategias de marketing social para promover el ciclismo urbano como medio de transporte en los jóvenes de 15 a 29 años de la ciudad de Piura - 2014*” [Universidad César Vallejo].
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/26918>

Ñaupas Paitán, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J., & Romero Delgado, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa- cualitativa y redacción de la tesis* (Ediciones de la U (ed.); 5ta ed.). <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-la-inv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>

Osinergmin. (2017). *LIBRO DE MICROECONOMÍA*.
http://www.osinerg.gob.pe/newweb/pages/Publico/LV_files/Manual_Microeconomia.pdf

Pemberton, M., & Rau, N. (2016). *Matemáticas para economistas: un libro de texto introductorio* (4ta ed.). <https://www.ucl.ac.uk/~uctpb08/pemrau4.htm>

Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía* (S. . PEARSON EDUCACIÓN

(ed.); 7ma ed.).
https://danielmorochoruiz.files.wordpress.com/2017/01/microeconomia_-_pyndick.pdf

Prieto Herrera, J. E. (2013). *Investigación de mercados* (Ecoe Ediciones (ed.); 2da ed.).

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=xY__AQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Análisis+comercial:+Es+el+proceso+donde+se+recopilan,+procesan+y+analiza+información+seleccionada,+referente+a+temas+que+están+relacionados+con+la+mercadotecnia.+La+investigación+de+mercados+es+de+gran+ayuda+para+crear+un+plan+estratégico+de+la+empres&ots=Shy0SchC8Z&sig=NmXUpvKmSDzxxYOFsJ-KERqyhIE#v=onepage&q&f=false

Rubattino Salomón, A. (2016). *ANÁLISIS PARA LA IMPORTACIÓN DE BICICLETAS DE CHINA PARA PERSONALIZARLAS Y COMERCIALIZARLAS A TRAVES DE UNA PÁGINA WEB EN LA CIUDAD DE AREQUIPA 2012-2016* [Universidad Católica de Santa María].
https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_ddf6dc3c2d3a94beda03f25fc1528da8

SALAZAR, VÉLIZ, D. F. (2015). *PLAN DE MARKETING PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE BICICLETAS DE MONTAÑA* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR].
<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/8820>

Sevillano Zavala, J. F. (2020). *Plan rector y diseño conceptual de red de ciclovías para el distrito de Piura* [Universidad Privada Antenor Orrego - UPAO].
<https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/6007>

SUNAT. (n.d.). *Legislación Tributaria*.
<https://www.sunat.gob.pe/legislacion/igv/index.html>

Universidad de San Martín de Porres. (2018). *Manual de Introducción a la Economía*.
[https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-II/MANUALES/INTRODUCCION A LA ECONOMIA.pdf](https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2018-II/MANUALES/INTRODUCCION%20A%20LA%20ECONOMIA.pdf)

ANEXO

Anexo 1:

Data de la función de Demanda

Observaciones	Cantidad Demandada	Ingreso	Precio del bien x	Precio de los bienes sustitutos	Precio de los bienes complementarios
1	16	4500	3000	60	20
2	16	4500	3000	80	30
3	16	4500	3000	100	25
4	16	4500	3000	120	35
5	16	4500	3000	60	30
6	19	4000	2800	80	30
7	19	4000	2800	100	25
8	19	4000	2800	120	35
9	19	4000	2800	60	30
10	19	4000	2800	80	55
11	22	3800	2500	100	25
12	22	3800	2500	120	35
13	22	3800	2500	60	30
14	22	3800	2500	80	55
15	22	3800	2500	100	60
16	27	3400	2200	120	35
17	27	3400	2200	60	30
18	27	3400	2200	80	55
19	27	3400	2200	100	60
20	27	3400	2200	120	60
21	30	4500	1900	80	55
22	30	3000	1900	60	30
23	30	3000	1900	80	55
24	30	3000	1900	100	60
25	30	3000	1900	120	60
26	30	3000	1900	60	20

27	35	4000	1700	100	60
28	35	2900	1700	80	55
29	35	2900	1700	100	60
30	35	2900	1700	120	60
31	35	2900	1700	60	20
32	35	2900	1700	80	30
33	42	3800	1400	120	60
34	42	2800	1400	100	60
35	42	2800	1400	120	60
36	42	2800	1400	60	20
37	42	2800	1400	80	30
38	42	2800	1400	100	25
39	50	3400	800	120	40

40	50	2500	800	120	60
41	50	2500	800	60	20
42	50	2500	800	80	30
43	50	2500	800	100	25
44	50	2500	800	120	35
45	60	3000	500	120	30
46	60	930	500	60	20
47	60	930	500	80	30
48	60	930	500	100	25
49	60	930	500	120	35
50	60	930	500	60	30
51	16	4500	3000	60	20
52	16	4500	3000	80	30
53	16	4500	3000	100	25
54	16	4500	3000	120	35
55	16	4500	3000	60	30
56	19	4000	2800	80	30
57	19	4000	2800	100	25
58	19	4000	2800	120	35
59	19	4000	2800	60	30
60	19	4000	2800	80	55
61	22	3800	2500	100	25
62	22	3800	2500	120	35
63	22	3800	2500	60	30
64	22	3800	2500	80	55
65	22	3800	2500	100	60
66	27	3400	2200	120	35
67	27	3400	2200	60	30
68	27	3400	2200	80	55
69	27	3400	2200	100	60
70	27	3400	2200	120	60
71	30	4500	1900	80	55
72	30	3000	1900	60	30
73	30	3000	1900	80	55

74	30	3000	1900	100	60
75	30	3000	1900	120	60
76	30	3000	1900	60	20
77	35	4000	1700	100	60
78	35	2900	1700	80	55
79	35	2900	1700	100	60
80	35	2900	1700	120	60
81	35	2900	1700	60	20
82	35	2900	1700	80	30
83	42	3800	1400	120	60
84	42	2800	1400	100	60
85	42	2800	1400	120	60
86	42	2800	1400	60	20
87	42	2800	1400	80	30
88	42	2800	1400	100	25
89	50	3400	800	120	40
90	50	2500	800	120	60
91	50	2500	800	60	20
92	50	2500	800	80	30
93	50	2500	800	100	25
94	50	2500	800	120	35
95	60	3000	500	120	30
96	60	930	500	60	20
97	60	930	500	80	30
98	60	930	500	100	25
99	60	930	500	120	35
100	60	930	500	60	30
101	16	4500	3000	60	20
102	16	4500	3000	80	30
103	16	4500	3000	100	25
104	16	4500	3000	120	35
105	16	4500	3000	60	30
106	19	4000	2800	80	30
107	19	4000	2800	100	25

108	19	4000	2800	120	35
109	19	4000	2800	60	30
110	19	4000	2800	80	55
111	22	3800	2500	100	25
112	22	3800	2500	120	35
113	22	3800	2500	60	30
114	22	3800	2500	80	55
115	22	3800	2500	100	60
116	27	3400	2200	120	35
117	27	3400	2200	60	30
118	27	3400	2200	80	55
119	27	3400	2200	100	60
120	27	3400	2200	120	60
121	30	4500	1900	80	55
122	30	3000	1900	60	30
123	30	3000	1900	80	55
124	30	3000	1900	100	60
125	30	3000	1900	120	60
126	30	3000	1900	60	20
127	35	4000	1700	100	60
128	35	2900	1700	80	55
129	35	2900	1700	100	60
130	35	2900	1700	120	60
131	35	2900	1700	60	20
132	35	2900	1700	80	30
133	42	3800	1400	120	60
134	42	2800	1400	100	60
135	42	2800	1400	120	60
136	42	2800	1400	60	20
137	42	2800	1400	80	30
138	42	2800	1400	100	25
139	50	3400	800	120	40
140	50	2500	800	120	60
141	50	2500	800	60	20

142	50	2500	800	80	30
143	50	2500	800	100	25
144	50	2500	800	120	35
145	60	3000	500	120	30
146	60	930	500	60	20
147	60	930	500	80	30
148	60	930	500	100	25
149	60	930	500	120	35
150	60	930	500	60	30
151	16	4500	3000	60	20
152	16	4500	3000	80	30
153	16	4500	3000	100	25
154	16	4500	3000	120	35
155	16	4500	3000	60	30
156	19	4000	2800	80	30
157	19	4000	2800	100	25
158	19	4000	2800	120	35
159	19	4000	2800	60	30
160	19	4000	2800	80	55
161	22	3800	2500	100	25
162	22	3800	2500	120	35
163	22	3800	2500	60	30
164	22	3800	2500	80	55
165	22	3800	2500	100	60
166	27	3400	2200	120	35
167	27	3400	2200	60	30
168	27	3400	2200	80	55
169	27	3400	2200	100	60
170	27	3400	2200	120	60
171	30	4500	1900	80	55
172	30	3000	1900	60	30
173	30	3000	1900	80	55
174	30	3000	1900	100	60
175	30	3000	1900	120	60

176	30	3000	1900	60	20
177	35	4000	1700	100	60
178	35	2900	1700	80	55
179	35	2900	1700	100	60
180	35	2900	1700	120	60
181	35	2900	1700	60	20
182	35	2900	1700	80	30
183	42	3800	1400	120	60
184	42	2800	1400	100	60
185	42	2800	1400	120	60
186	42	2800	1400	60	20
187	42	2800	1400	80	30
188	42	2800	1400	100	25
189	50	3400	800	120	40
190	50	2500	800	120	60
191	50	2500	800	60	20
192	50	2500	800	80	30
193	50	2500	800	100	25
194	50	2500	800	120	35
195	60	3000	500	120	30
196	60	930	500	60	20
197	60	930	500	80	30
198	60	930	500	100	25
199	60	930	500	120	35
200	60	930	500	60	30
201	16	4500	3000	60	20
202	16	4500	3000	80	30
203	16	4500	3000	100	25
204	16	4500	3000	120	35
205	16	4500	3000	60	30
206	19	4000	2800	80	30
207	19	4000	2800	100	25
208	19	4000	2800	120	35
209	19	4000	2800	60	30

210	19	4000	2800	80	55
211	22	3800	2500	100	25
212	22	3800	2500	120	35
213	22	3800	2500	60	30
214	22	3800	2500	80	55
215	22	3800	2500	100	60
216	27	3400	2200	120	35
217	27	3400	2200	60	30
218	27	3400	2200	80	55
219	27	3400	2200	100	60
220	27	3400	2200	120	60
221	30	4500	1900	80	55
222	30	3000	1900	60	30
223	30	3000	1900	80	55
224	30	3000	1900	100	60
225	30	3000	1900	120	60
226	30	3000	1900	60	20
227	35	4000	1700	100	60
228	35	2900	1700	80	55
229	35	2900	1700	100	60
230	35	2900	1700	120	60
231	35	2900	1700	60	20
232	35	2900	1700	80	30
233	42	3800	1400	120	60
234	42	2800	1400	100	60
235	42	2800	1400	120	60
236	42	2800	1400	60	20
237	42	2800	1400	80	30
238	42	2800	1400	100	25
239	50	3400	800	120	40
240	50	2500	800	120	60
241	50	2500	800	60	20
242	50	2500	800	80	30
243	50	2500	800	100	25

244	50	2500	800	120	35
245	60	3000	500	120	30
246	60	930	500	60	20
247	60	930	500	80	30
248	60	930	500	100	25
249	60	930	500	120	35
250	60	930	500	60	30
251	16	4500	3000	60	20
252	16	4500	3000	80	30
253	16	4500	3000	100	25
254	16	4500	3000	120	35
255	16	4500	3000	60	30
256	19	4000	2800	80	30
257	19	4000	2800	100	25
258	19	4000	2800	120	35
259	19	4000	2800	60	30
260	19	4000	2800	80	55
261	22	3800	2500	100	25
262	22	3800	2500	120	35
263	22	3800	2500	60	30
264	22	3800	2500	80	55
265	22	3800	2500	100	60
266	27	3400	2200	120	35
267	27	3400	2200	60	30
268	27	3400	2200	80	55
269	27	3400	2200	100	60
270	27	3400	2200	120	60
271	30	4500	1900	80	55
272	30	3000	1900	60	30
273	30	3000	1900	80	55
274	30	3000	1900	100	60
275	30	3000	1900	120	60
276	30	3000	1900	60	20
277	35	4000	1700	100	60

278	35	2900	1700	80	55
279	35	2900	1700	100	60
280	35	2900	1700	120	60
281	35	2900	1700	60	20
282	35	2900	1700	80	30
283	42	3800	1400	120	60
284	42	2800	1400	100	60
285	42	2800	1400	120	60
286	42	2800	1400	60	20
287	42	2800	1400	80	30
288	42	2800	1400	100	25
289	50	3400	800	120	40
290	50	2500	800	120	60
291	50	2500	800	60	20
292	50	2500	800	80	30
293	50	2500	800	100	25
294	50	2500	800	120	35
295	60	3000	500	120	30
296	60	930	500	60	20
297	60	930	500	80	30
298	60	930	500	100	25
299	60	930	500	120	35
300	60	930	500	60	30
301	16	4500	3000	60	20
302	16	4500	3000	80	30
303	16	4500	3000	100	25
304	16	4500	3000	120	35
305	16	4500	3000	60	30
306	19	4000	2800	80	30
307	19	4000	2800	100	25
308	19	4000	2800	120	35
309	19	4000	2800	60	30
310	19	4000	2800	80	55
311	22	3800	2500	100	25

312	22	3800	2500	120	35
313	22	3800	2500	60	30
314	22	3800	2500	80	55
315	22	3800	2500	100	60
316	27	3400	2200	120	35
317	27	3400	2200	60	30
318	27	3400	2200	80	55
319	27	3400	2200	100	60
320	27	3400	2200	120	60
321	30	4500	1900	80	55
322	30	3000	1900	60	30
323	30	3000	1900	80	55
324	30	3000	1900	100	60
325	30	3000	1900	120	60
326	30	3000	1900	60	20
327	35	4000	1700	100	60
328	35	2900	1700	80	55
329	35	2900	1700	100	60
330	35	2900	1700	120	60
331	35	2900	1700	60	20
332	35	2900	1700	80	30
333	42	3800	1400	120	60
334	42	2800	1400	100	60
335	42	2800	1400	120	60
336	42	2800	1400	60	20
337	42	2800	1400	80	30
338	42	2800	1400	100	25
339	50	3400	800	120	40
340	50	2500	800	120	60
341	50	2500	800	60	20
342	50	2500	800	80	30
343	50	2500	800	100	25
344	50	2500	800	120	35
345	60	3000	500	120	30

346	60	930	500	60	20
347	60	930	500	80	30
348	60	930	500	100	25
349	60	930	500	120	35
350	60	930	500	60	30
351	16	4500	3000	60	20
352	16	4500	3000	80	30
353	16	4500	3000	100	25
354	16	4500	3000	120	35
355	16	4500	3000	60	30
356	19	4000	2800	80	30
357	19	4000	2800	100	25
358	19	4000	2800	120	35
359	19	4000	2800	60	30
360	19	4000	2800	80	55
361	22	3800	2500	100	25
362	22	3800	2500	120	35
363	22	3800	2500	60	30
364	22	3800	2500	80	55
365	22	3800	2500	100	60
366	27	3400	2200	120	35
367	27	3400	2200	60	30
368	27	3400	2200	80	55
369	27	3400	2200	100	60
370	27	3400	2200	120	60
371	30	4500	1900	80	55
372	30	3000	1900	60	30
373	30	3000	1900	80	55
374	30	3000	1900	100	60
375	30	3000	1900	120	60
376	30	3000	1900	60	20
377	35	4000	1700	100	60
378	35	2900	1700	80	55
379	35	2900	1700	100	60

380	35	2900	1700	120	60
381	35	2900	1700	60	20
382	35	2900	1700	80	30
383	42	3800	1400	120	60
384	42	2800	1400	100	60

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Anexo 2

Data de la función de oferta

OBSERVACIONES	CANTIDAD OFERTADA	Precio	pfp	imp
1	42	3000	2600	540
2	40	2800	2400	504
3	38	2500	2100	450
4	35	2200	1800	396
5	30	1900	1500	342
6	27	1700	1300	306
7	25	1400	1000	252
8	23	800	400	144
9	20	500	100	90
10	42	3000	2600	540
11	40	2800	2400	504
12	38	2500	2100	450
13	35	2200	1800	396
14	30	1900	1500	342
15	27	1700	1300	306
16	25	1400	1000	252
17	23	800	400	144
18	20	500	100	90
19	42	3000	2600	540
20	40	2800	2400	504
21	38	2500	2100	450
22	35	2200	1800	396
23	30	1900	1500	342
24	27	1700	1300	306
25	25	1400	1000	252
26	23	800	400	144
27	20	500	100	90
28	42	3000	2600	540
29	40	2800	2400	504
30	38	2500	2100	450

31	35	2200	1800	396
32	30	1900	1500	342
33	27	1700	1300	306
34	25	1400	1000	252
35	23	800	400	144
36	20	500	100	90
37	42	3000	2600	540
38	40	2800	2400	504
39	38	2500	2100	450
40	35	2200	1800	396
41	30	1900	1500	342
42	27	1700	1300	306
43	25	1400	1000	252
44	23	800	400	144
45	20	500	100	90
46	42	3000	2600	540
47	40	2800	2400	504
48	38	2500	2100	450
49	35	2200	1800	396
50	38	2500	2100	450

Fuente: encuesta realizada 04/10/2020 al 14/10/2020. Elaboración propia

Anexo N°03
Carta de aprobación para el desarrollo de la investigación

CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Piura 01 de julio de 2021

QUIEN SUSCRIBE:

ALFREDO CHIRA CHÁVEZ
GERENTE DE BICIX PIURA EIRL
RUC 20603873182

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación denominado: **“INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EMPRESA BICIX CENTER POST CUARENTENA, EN LA CIUDAD DE PIURA”**.

Por el presente, el que suscribe Alfredo Chira Chávez, Gerente de la empresa BICIXPIURA EIRL, **AUTORIZO** al alumno: **Nelson Manuel Talledo Hurtado**, con DNI 46477069, estudiante de la Escuela Profesional de Ingeniería Económica y autor del trabajo de investigación denominado: **“INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EMPRESA BICIX CENTER POST CUARENTENA, EN LA CIUDAD DE PIURA”**, al uso de dicha información que conforma el expediente de reporte financiero de ventas, stock, base de datos de clientes, para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis enunciada líneas arriba, de quien solicita.

Se garantiza la absoluta confidencialidad de información solicitada.

Atentamente,



ALFREDO CHIRA CHÁVEZ
GERENTE GENERAL
BICIX PIURA EIRL

Anexo N°04
Juicio de experto

UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Económica

Ficha de Opinión de Expertos

Apellidos y nombres del experto: Guerrero Neira Federico

Grado Académico: Magister

Cargo e Institución: Docente de Economía Universidad Nacional de Piura

Nombre del instrumento a validar: Guía de entrevista

Autores del instrumento: Talledo Hurtado Nelson Manuel

Título del Proyecto de Tesis: **"INFLUENCIA DE LAS POLÍTICAS PÚBLICAS EN LA EMPRESA BICIX CENTER POST CUARENTENA, EN LA CIUDAD DE PIURA"**

Indicadores	Criterios	Calificación			
		Deficiente	Regular	Bueno	Muy bueno
		De 0 a 5	De 6 a 10	De 11 a 15	De 16 a 20
Claridad	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible				20
Organización	Existe una organización lógica en la redacción de los ítems				20
Suficiencia	Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables				20
Validez	El instrumento es capaz de medir lo que se requiere				20
Viabilidad	Es viable su aplicación				20

Eduardo Otero Garces
ECONOMISTA
Reg. CPEP N° 890

DR. FEDERICO GUERRERO NEIRA

ECONOMISTA
Reg. CPEP N° 890

INSTITUTO TECNOLÓGICO
C.P.P. 318751

Valoración

Puntaje: (De 0 a 20) : 20

Calificación: (De Deficiente a Muy bueno): Muy Bueno

Observaciones:

Ninguna

Fecha: 01 de octubre de 2020

Firma:



.....
Eduardo Otero Garces
ECONOMISTA
Reg. CPEP N° 890



.....
DR. FEDERICO GUERRERO NEYRA
.....
No. Colegiatura

**FACULTAD DE INGENIERÍA ARQUITECTURA Y URBANISMO
EAP INGENIERÍA ECONÓMICA**

Cordiales saludos: Molestamos tu atención para pedirte de favor respuestas con absoluta veracidad el cuestionario que a continuación se muestra. Estos datos que se requieren son de carácter estrictamente académicos y confidenciales, que permitirán realizar un trabajo de investigación intitulado "El proceso migratorio venezolano y su incidencia en el mercado laboral de Piura. Muchas gracias.

Marca con un (x) o manifiesta una opinión de acuerdo a tu criterio personal.

DATOS GENERALES

1. Apellidos y Nombres del encuestado: _____

2. Sexo: Masculino Femenino

3. Edad: _____

4. Estado Civil: a) soltero b) Casado c) Viudo d) Divorciado

5. Lugar de nacimiento: Ciudad _____ Localidad: _____

6. Grado de Instrucción:

a) Primaria.....

b) Secundaria.....

c) Estudiante Universitario....

d) Técnico en

e) Título Profesional

f) Post Grado en:

7. Fecha de aplicación de la encuesta:

DATOS ESPECÍFICOS

8. ¿Su trabajo es? dependiente ... Sí No

9. ¿Cómo se traslada su centro de labores? _____

10. ¿Cuál es su sueldo promedio mensual en la actividad que realiza?:

11. ¿Practica alguna actividad deportiva? Sí No

12. Si su respuesta es afirmativa ¿Qué deportes practica? por favor menciónelos en orden de frecuencia importancia.
.....
.....
.....

Eduardo Otero Garces
ECONOMISTA
Reg. CPEP N° 890

Dr. FEDERICO GUERRERO

13. ¿Si no realizas actividades deportivas ¿Consideras los paseos en bicicleta como alternativa para realizar ejercicios? Marque el modelo que desea, tiene o quiere comprar



BASICAS
Hasta S/1,000



INTERMEDIAS
Entre S/ 1,001 y S/3,500



ALTA GAMA
Mayores a S/3,501

14. ¿Cuál o cuáles fueron las razones por las que se decidió a practicar el ciclismo?

.....
.....
.....

16. ¿Con que recursos económicos compró su bicicleta en el primer semestre 2020?

.....
.....
.....

17. ¿Dónde compró su bicicleta en el primer semestre 2020?

.....
.....
.....





Eduardo Otero Garcés
ECONOMISTA
Reg. CPEP N° 890



DR. FEDERICO GUERRERO