



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIO DE TAXI SEGURO LAS 24 HORAS DEL
DÍA EN LA CIUDAD DE SULLANA. AÑO 2013.**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN.**

AUTOR:

JONATHAN RAÚL ORTÍZ MURILLO.

ASESORA:

DRA. BLANCA LINA ÁLVAREZ LÚJAN.

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

GESTIÓN PARA LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA.

PIURA – PERÚ

2013

JURADO CALIFICADOR

DR. FREDDY WILLIAM CASTILLO PALACIOS.
PRESIDENTE

DRA. BLANCA LINA ÁLVAREZ LUJÁN.
SECRETARIA

MG. NANCY VÍLCHEZ MADRID.
VOCAL

DEDICATORIA

A MIS PADRES: RAÚL Y BLANCA.

A mi madre, por ser el pilar más importante y por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional sin importar nuestras diferencias en opiniones. A mi padre, a pesar de nuestra distancia física, siento que está conmigo siempre y aunque nos falta compartir muchas cosas, sé que esta etapa de mi vida es especial para él como lo es para mí.

A MI FAMILIA Y DOCENTES.

A mi familia, a quien quiero mucho, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesta a escucharme y ayudarme en cualquier momento. A mis profesores, gracias por su tiempo y apoyo, así como por la sabiduría que me transmitieron en el desarrollo de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida y por hacer realidad este anhelado sueño.

A mis padres, que con su demostración de padres ejemplares me han enseñado a no desfallecer ni rendirme ante nada y siempre perseverar a través de sus sabios consejos.

A mi familia, por su apoyo incondicional, cariño y comprensión; demuestran la gran fe que tienen en mi.

Quiero expresar también mi más sincero agradecimiento al Dr. Freddy Castillo Palacios, Dra. Blanca Álvarez Lujan y Mg. Nancy Vílchez Madrid, por su visión crítica de muchos aspectos cotidianos de la vida, por su rectitud en su profesión como docentes, por sus consejos que me ayudaron a formarme como persona e investigador.

A la Universidad César Vallejo – Piura, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la realización de esta investigación.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las cuales me encantaría agradecerles su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en mi corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Jonathan Raúl Ortiz Murillo con DNI N° 70421739, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Piura, Diciembre de 2013

Jonathan Raúl Ortiz Murillo.

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado presento ante ustedes la tesis titulada: *“Estudio de mercado para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana. Año 2013.”*

Con la finalidad de identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo – Piura para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

El autor.

ÍNDICE

	Página
CARÁTULA.....	i
PÁGINA DEL JURADO CALIFICADOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
PÁGINA DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD.....	v
PÁGINA DE PRESENTACIÓN.....	vi
ÍNDICE.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
1. INTRODUCCIÓN.....	10
2. MARCO METODOLÓGICO.....	37
2.1. Variables.....	37
2.2. Operacionalización de Variables.....	39
2.3. Metodología.....	41
2.4. Tipos de Estudio.....	41
2.5. Diseño.....	41
2.6. Población, Muestra y Muestreo.....	42
2.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	44
2.8. Métodos de Análisis de Datos.....	46
2.9. Aspectos Éticos.....	47
3. RESULTADOS.....	48
4. DISCUSIÓN.....	74
5. CONCLUSIONES.....	82
6. RECOMENDACIONES.....	84
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
8. ANEXOS.....	89

RESUMEN

Esta tesis tiene como finalidad identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La población de la demanda está comprendida por la población económicamente activa (PEA) de la ciudad de Sullana de la zona urbana, ascendiendo a 104, 991 habitantes, a la cual se le aplicó la fórmula de población finita para determinar el tamaño de la muestra, el cual asciende a 383 encuestas; para la oferta, la población está comprendida por los taxistas que brindan el servicio de taxi, el cual asciende a 32 taxistas. En la presente investigación se utilizó la encuesta, la observación y el análisis documental como técnicas de recolección de datos. Para el análisis de datos se codificaron los ítems de las encuestas de demanda y oferta en el patrón de vista de variables del paquete estadístico SPSS versión 19, donde se especifican todas las preguntas del cuestionario y sus respectivas escalas. Luego de dicho análisis se concluyó que los factores determinantes de demanda: gustos y preferencias, ingreso, precio, cantidad demandada y perfil de consumidor y los determinantes de oferta: tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante, favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Palabra Clave: Determinantes de oferta, determinantes de demanda, estudio de mercado, servicio de taxi.

ABSTRACT

This thesis aims to identify what are the determinants of demand and supply that favor the formation of a company safe taxi service 24 hours a day in the city of Sullana – 2013. The population of the demand is covered by the economically active population (EAP) of the city of Sullana of the urban area, amounting to 104 991 inhabitants, which was applied to the formula of finite population to determine the sample size, which amounts to 383 surveys, to supply the population is comprised of taxi drivers that provide taxi service, which amounts to 32 drivers. In this research the survey, observation and document analysis as data collection techniques used. For data analysis the items of surveys of demand and supply in view of the pattern variables SPSS version 19, where all the survey questions and their respective scale that were coded. After this analysis it was concluded that the determinants of demand: tastes and preferences, income, price, quantity demanded and consumer profile and determinants of job: technology, number of bidders, price, number of services offered and profile of the bidder, favor the formation of a company safe taxi service 24 hours a day in the city of Sullana .

Key word: Determinants of supply, determinants of demand, market survey, service taxi.

I. INTRODUCCIÓN

El sistema de economía de mercado, para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y demanda. Si demanda algo, entonces lo desea, puede pagarlo y ha planificado definitivamente comprarlo. Según Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 56), "los deseos son las aspiraciones o los anhelos ilimitados que las personas tienen por bienes y servicios". La demanda refleja una decisión sobre que deseos se van a satisfacer.

Si una empresa ofrece un bien o servicio, la empresa tiene los recursos y la tecnología para producirlo, pudiendo obtener un beneficio, y ha hecho planes definitivos para elaborarlo y venderlo. La oferta es más que simplemente tener los recursos y la tecnología para ofrecer algo. Dado el universo de bienes tecnológicamente factibles de producir, la oferta describe cuáles de éstos serán en efecto producidos.

En tal sentido, la investigación se encamina en el estudio de los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Para ello, hay que conocer los diversos conceptos que se mencionan en la investigación, los cuáles son: demanda, determinantes de la demanda, desplazamiento de la curva de demanda, ley de la demanda, oferta, determinantes de la oferta, ley de la oferta, equilibrio de mercado, cambios de la oferta y demanda, investigación de mercado, proceso de investigación de mercado, diseño de investigación de mercado y técnicas empleadas en la investigación de mercado, que son definidas respectivamente a continuación.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 57), "la demanda de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores planean comprar en un período dado y a un precio en particular. La demanda no es necesariamente la misma cantidad que efectivamente se compra".

Para Mankiw, G. (2002, p. 42), “la demanda es la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar”.

Para Thompson, I. (2006, p. 12), “la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

Para Kotler, P. (2002, p. 10), “la demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto, pero que está respaldado por una capacidad de pago”.

Para Fisher, L. y Espejo, J. (2004, p. 240), “la demanda son las cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado”.

Para Pujol Bengoechea, B. (2003, p. 87), “la demanda es el valor global que expresa la intención de compra de una colectividad. La curva de demanda indica las cantidades de cierto producto que los individuos o la sociedad están dispuestos a comprar en función de su precio y sus rentas”.

Para Andrade, S. (2005, p. 215), “la demanda es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca”.

En síntesis y complementando las anteriores definiciones, bajo mi punto de vista, la demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los consumidores y/o compradores están dispuestos a adquirir a un precio establecido y en un lugar determinado.

La investigación estudia la variable determinantes de la demanda que para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 57), “son aquellos determinantes que conforman la cantidad que los consumidores planean comprar de un bien o servicio”.

Por lo anterior mencionado, Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 57), la cantidad que los consumidores planean comprar de un bien o servicio, depende de determinantes, los cuales a continuación se detallan:

Determinante precio del bien o servicio, es la expresión de valor formulado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios. En este determinante vemos la relación entre la cantidad demandada y el precio de un bien.

Para estudiar esta relación, se mantiene constante todos los otros determinantes que influyen sobre las compras planeadas de los consumidores, y se analiza cómo varía la cantidad demandada del bien o servicio a medida que varía su precio. Según la ley de la demanda, afirma que con otros determinantes constantes, cuanto más alto es el precio de un bien, menor es la cantidad demandada. Esto se da por dos razones:

Efecto sustitución, cuando sube el precio de un bien, con los otros determinantes constantes, su precio relativo, su costo de oportunidad, sube. Aunque cada bien es único, tiene sustitutos, es decir, hay otros bienes que pueden usarse en su lugar. Al subir el costo de oportunidad de un bien, la gente compra menos de ese bien y más de sus sustitutos.

Efecto ingreso, cuando el precio aumenta y todos los otros determinantes que influyen sobre los planes de compra se mantienen sin cambio, el precio relativo a los ingresos de la gente, aumenta. Al enfrentar un precio más alto y un ingreso inalterado, la gente no puede permitirse comprar lo mismo que compraba anteriormente. Las cantidades demandadas de algunos bienes y servicios deberán disminuir. Por lo general, el bien cuyo precio ha aumentado es uno de aquellos de los que se comprará una cantidad menor.

Determinante precio de los bienes relacionados, la cantidad de un bien o servicio que los consumidores planean comprar depende en parte de los precios sustitutos y complementarios del bien o servicio.

Un sustituto, es un bien que puede usarse en lugar de otro. Por ejemplo, un viaje en autobús es un sustituto de un viaje en tren. Si aumenta el precio de un

sustituto, en este caso el viaje en autobús, la gente utiliza menos este servicio y demanda más del viaje en tren.

Un complemento, es un bien que se usa en forma conjunta con otro. Por ejemplo, las hamburguesas y las papas fritas son complementos. Si baja el precio de las hamburguesas, la gente demanda más hamburguesas y más papas fritas. De hecho, una baja en el precio de las hamburguesas podría ser la causa del aumento en la demanda de las papas fritas.

Determinante precios futuros esperados, si un bien puede almacenarse y se espera que su precio aumente en el futuro, el costo de oportunidad de obtener el bien para un uso futuro será menor ahora que cuando el precio haya aumentado. Las personas pueden reprogramar sus compras, sustituyendo el tiempo y comprar más del bien ahora antes de que suba su precio (y menos después). Por tanto, la demanda actual del bien aumenta.

Determinante ingreso de los consumidores, cuando aumenta el ingreso, los consumidores compran más bienes, y cuando disminuye su ingreso, compran menos bienes. Aunque un aumento del ingreso conduce a un aumento de la demanda por la mayoría de los bienes, esto no necesariamente conduce a un aumento de la demanda de todos los bienes. Esto se da por dos razones:

Por un bien normal, que es aquel por el cual la demanda aumenta cuando aumenta el ingreso y por un bien inferior, que es aquel por el cual la demanda disminuye cuando aumenta el ingreso.

Por ejemplo, conforme suben los ingresos, la demanda de viajes aéreos (un bien normal) aumenta y la demanda de viajes de larga distancia en autobús (un bien inferior) disminuye.

Determinante población, la demanda depende también del tamaño y la estructura por edades de la población. Cuando mayor sea el tamaño de la población, mayor será la demanda de todos los bienes y servicios. Y cuando menor sea la población, menor será la demanda de todos los bienes y servicios.

Por ejemplo, la demanda de lugares de estacionamiento es mucho mayor en Shanghái, China que en Lima, Perú.

Determinante gustos y preferencias, son las actitudes que tienen los individuos hacia los bienes y servicios. Por ejemplo, a un aficionado a la música de rock le gusta más las cintas de audiocasete que a una persona esclavizada por el trabajo y que no tiene un oído musical. En consecuencia, incluso si tiene el mismo ingreso, su demanda de cintas será diferente.

Para Rosales Obando, J. (2007, p. 62), los principales determinantes que influyen en la demanda son:

El ingreso, determinante que está constituido por la cantidad de dinero que disponen los consumidores para sus compras, en un tiempo determinado. A este tipo de bienes se les llama bienes normales. Sin embargo, puede ocurrir que al aumentar el ingreso del consumidor la tendencia del consumo del bien se empiece a disminuir.

Los gustos y preferencias, expresan, en última instancia, la intensidad de los deseos que los consumidores tienen por los bienes y/o servicios.

El precio de otros bienes relacionados, puede ocurrir que el deseo de compra de un bien dependa de pequeñas variaciones en el precio de otros bienes, si los precios no tienen una relación directa entre sí. Es por eso, que nos interesa la reacción de la demanda de los bienes relacionados con este, por ende tenemos:

Bienes complementarios, que son aquellos bienes que se consumen conjuntamente y bienes sustitutos, que son aquellos que satisfacen las necesidades o deseos del individuo.

La población, mientras mayor sea, mayor es la cantidad deseada de los consumidores y/o compradores por cada uno de los bienes y/o servicios a los distintos precios del mercado.

Fuera de los determinantes conceptualizados anteriormente, el investigador considero trabajar además de ellos, el perfil del consumidor, debido a que es una dimensión importante de indagar en el desarrollo de la presente investigación.

Según Schiffman L. y Kanuk, L. (2005), "el perfil del consumidor se refiere a la parte demográfica, que se da como edad, sexo, estado marital, ingreso, ocupación y educación".

En conclusión, la investigación para el estudio de la demanda trabaja como dimensiones; en primer lugar, los gustos y preferencias del usuario potencial y su respectivo indicador características del consumidor, que representan las actitudes que tienen los usuarios potenciales hacia el servicio de taxi que se quiere brindar. En segundo lugar, los ingresos del usuario potencial y su indicador nivel de ingresos, que está constituido por la cantidad de dinero (recurso monetario) que disponen los consumidores para demandar el servicio de taxi. En tercer lugar, el precio y su indicador nivel de precios, que es el valor monetario que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar por el nuevo servicio de taxi. En cuarto lugar, la cantidad demandada y su indicador nivel de demanda, que es la cantidad de servicios que los usuarios potenciales planean demandar en un periodo dado. Por último, el perfil del consumidor y su indicador características del consumidor, que son las características socio - demográficas, psicosociales, de estilo de vida y conductuales de los usuarios potenciales.

Los cambios de los determinantes que influyen sobre los planes de los compradores ocasionan ya sea un cambio de la cantidad demandada o un cambio de la demanda. De manera equivalente, ocasionan ya sea un movimiento a lo largo de la curva de la demanda o un desplazamiento de la curva de demanda.

La distinción de un cambio de la cantidad demandada y un cambio de la demanda es la misma entre un movimiento a lo largo de la curva de demanda y un desplazamiento de la curva de demanda.

Un punto en la curva de demanda muestra la cantidad demandada a un precio dado. Así que un movimiento a lo largo de la curva de demanda muestra un cambio de la cantidad demandada. La curva de demanda completa muestra la

demanda. Por tanto, un desplazamiento de la curva de demanda muestra un cambio de la demanda.

Un desplazamiento de la curva de demanda. Si el precio de un bien permanece constante, pero cambia alguno de los otros determinantes que influyen sobre los planes de los compradores, hay un cambio de la demanda de ese bien.

Por ejemplo, una baja del precio del walkman, un complemento de las cintas, aumenta la demanda de las cintas. Ilustremos este aumento de la demanda de cintas con un nuevo plan de demanda y una nueva curva de demanda. Si baja el precio del walkman, los consumidores compran más cintas independientemente si el precio de la cinta es alto o bajo. Eso es lo que muestra un desplazamiento de la curva de demanda hacia la derecha, que más cintas se compran a todos y cada uno de los precios.

Movimiento a lo largo de la curva de demanda. Si el precio de un bien cambia pero todo lo demás permanece igual, hay un movimiento a lo largo de la curva de demanda. La pendiente negativa de la curva de demanda revela que una disminución del precio de un bien o servicio aumenta la cantidad demandada.

Al igual que la demanda, la oferta también presenta una serie de definiciones por parte de grandes autores expertos en el tema como lo son:

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 62), "la oferta de un bien o servicio es la cantidad que los productores planean vender durante un período dado y a un precio en particular. La demanda no es necesariamente la misma cantidad que la cantidad realmente vendida".

Para Thompson, I. (2006, p. 65), "la oferta es la cantidad de productos y/o servicios que los vendedores quieren y pueden vender en el mercado a un precio y en un período de tiempo determinado para satisfacer necesidades o deseos".

Para Fisher, L. y Espejo, J. (2004, p. 243), "la oferta son las cantidades de un producto que los productores están dispuestos a producir a los posibles precios del mercado".

Para Pujol Bengoechea, B. (2003, p. 237), “la oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los productores están dispuestos a vender en el mercado a un precio determinado”.

Para Mankiw, G. (2002, p. 47), “la oferta es la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender”.

Para Kotler, P. (2002, p. 7), “la oferta es la combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo”.

Para Andrade, S. (2005, p. 438), “la oferta es el conjunto de propuestas de precios que se hacen en el mercado para la venta de bienes y/o servicios. La expresión estar en oferta indica que por un cierto tiempo una serie de productos tienen un precio bajo del normal, para así estimular su demanda”.

En síntesis y complementando las anteriores definiciones, bajo mi punto de vista, la oferta es la cantidad de bienes y/o servicios que los ofertantes tienen y venden a un precio establecido y en un lugar determinado.

La investigación estudia la variable determinantes de la oferta que para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 62), “son aquellos determinantes que conforman la cantidad que los productores planean vender durante un período dado y a un precio en particular”.

Por lo anterior mencionado, Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 62), la cantidad que los productores planean vender, depende de determinantes, los cuales a continuación se detallan:

Determinante precio del bien o servicio, es la expresión de valor formulado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes o servicios. En este determinante veremos la relación entre la cantidad ofrecida y el precio del bien.

Para estudiar esta relación, se mantiene constante todos los otros determinantes que influyen sobre la cantidad ofrecida y se analiza cómo varía la cantidad ofrecida de un bien o servicio a medida que varía su precio. Según la ley

de la oferta, afirma que con otros determinantes constantes, cuanto más alto es el precio de un bien, mayor es la cantidad ofrecida.

Determinante precios de los recursos productivos, los precios de los recursos productivos influyen sobre la oferta. La manera más fácil de observar esta influencia es pensar en la curva de oferta como una curva de precio mínimo de oferta. Si los precios de los recursos productivos suben, aumenta el precio más bajo que un productor está dispuesto a aceptar, por lo que la oferta disminuye. Por ejemplo, durante 1996, el precio del combustible para jets aumentó y la oferta de transporte aéreo disminuyó.

Determinante precio de los bienes relacionados, si el precio de las cintas grabadas sube, la oferta de las cintas en blanco disminuye. Las cintas en blanco y las cintas grabadas son sustitutas en la producción, bienes que pueden producirse usando los mismos recursos. Si sube el precio de la carne de res, la oferta de piel de res aumenta. La carne de res y la piel de res son complementos en la producción, bienes que deben producirse juntos.

Determinante precios futuros esperados, si se espera que el precio de un bien suba, el rendimiento por la venta del bien será mayor en el futuro, que en el presente. Por lo tanto, la oferta corriente disminuye.

Determinante tecnología, nuevas tecnologías crean productos nuevos y disminuyen los costos de fabricar productos existentes. Como resultado, se produce un cambio en la oferta.

Por ejemplo, el desarrollo de una nueva tecnología para la producción de cintas por parte de Sony y 3M ha reducido los costos de elaboración de cintas y ha aumentado la oferta de cintas.

Determinante número de ofertantes, cuanto mayor es el número de empresas que producen un bien, mayor es la oferta del bien. Conforme ingresan empresas a la industria, la oferta de la industria aumenta. A medida que las empresas abandonan una industria, la oferta de esa industria disminuye.

Por ejemplo, durante los dos últimos años ha habido un enorme aumento del número de empresas que producen y administran sitios en la telaraña mundial (World Wide Web o WWW). Como resultado, la oferta de servicios de internet y de la WWW ha aumentado enormemente.

Para Rosales Obando, J. (2007, p. 72), los principales determinantes que influyen en la oferta son:

Los objetivos de la empresa; las empresas se fijan una serie de objetivos al momento de proyectar su funcionamiento y usualmente se considera que el fin básico de toda organización es la maximización de beneficios.

Los precios de los factores de producción, los factores básicos de la producción son: el trabajo, la tierra y el capital. Si se produce cambios en el precio de algunos de estos, altera los costos de la empresa y por consiguiente el comportamiento de la oferta.

El precio de otros bienes, al analizar el comportamiento de la oferta en funcionamiento con el precio, manteniendo los otros determinantes invariables, observamos que el productor está dispuesto a ofrecer más, cuanto más alto sea el precio.

El estado de la tecnología, conjunto de medios y procedimientos que se utiliza para la obtención de un bien determinado. Tiene carácter dinámico, en la medida que el conocimiento científico proporciona día a día nuevos medios de trabajo, materias diferentes y novedosos procedimientos para realizar una actividad productiva.

En conclusión, la investigación para el estudio de la oferta trabaja como dimensiones: la tecnología empleada por el ofertante del servicio de taxi y su respectivo indicador tipo de tecnología, que es el conjunto de medios y mecanismos que usan los ofertantes para brindar el servicio de taxi. En segundo lugar, el número de ofertantes y su indicador cantidad de ofertantes, que está constituido por la cantidad de ofertantes (número) que tiene el mercado de Sullana para brindar el servicio de taxi. En tercer lugar, el precio que los ofertantes ofrecen por el servicio de taxi y su indicador nivel de precios, que es el valor monetario que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana. En cuarto lugar, el

número de servicios ofertados y su indicador cantidad de servicios ofertados, que es la cantidad de servicios que los ofertantes realizan al día por el servicio de taxi. Por último, el perfil del ofertante y su indicador características del ofertante, que son las características socio – demográficas y conductuales de los ofertantes.

Los cambios en los determinantes que influyen sobre las ventas planeadas de los productores, ocasionan ya sea un cambio de la cantidad ofrecida o un cambio de la oferta. De manera equivalente, ocasionan ya sea un movimiento a lo largo de la curva de oferta o un desplazamiento de la curva de oferta.

Un punto en la curva de oferta muestra la cantidad ofrecida a un precio dado. Así que un movimiento a lo largo de la curva de oferta muestra un cambio de la cantidad ofrecida. La curva de oferta completa muestra la oferta. Por tanto, un desplazamiento de la curva de oferta muestra un cambio de la oferta.

Hemos visto que cuando el precio de un bien sube, la cantidad demandada disminuye y la cantidad ofrecida aumenta. Veremos ahora como los precios coordinan los planes de compradores y vendedores y logran un equilibrio.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), el equilibrio de mercado es una situación en la que fuerzas opuestas se contrarrestan unas o otras. Esto ocurre cuando el precio equilibra los planes de compradores y vendedores. El precio de equilibrio es el precio al cual la cantidad demandada es igual a la cantidad ofrecida. La cantidad de equilibrio es la cantidad comprada y vendida al precio de equilibrio. Un mercado se mueve hacia su equilibrio debido a que el precio regula los planes de compra y venta y el precio ajusta los planes cuando no son iguales.

El precio de un bien regula las cantidades demandadas y ofrecidas. Si el precio es demasiado alto, la cantidad ofrecida excede la cantidad demandada. Si el precio es demasiado bajo, la cantidad demandada excede la cantidad ofrecida. Hay un precio al cual la cantidad demanda es igual a la cantidad ofrecida.

El ajuste de precios, se da cuando el precio está por debajo del equilibrio, hay un faltante y si el precio está por encima del equilibrio, hay un excedente.

La teoría de la oferta y la demanda que acabamos de describir, nos proporciona una herramienta poderosa para analizar los determinantes que

influyen sobre los precios y las cantidades compradas y vendidas. De acuerdo con la teoría, un cambio de precio surge ya sea de un cambio de la demanda, un cambio de la oferta, o de un cambio de ambos.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 68), “un cambio en la demanda se puede producir porque cuando la demanda aumenta, aumentan tanto el precio como la cantidad de equilibrio y cuando la demanda disminuye, disminuyen tanto el precio como la cantidad de equilibrio”.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001, p. 69), “un cambio en la oferta se puede producir porque cuando aumenta la oferta, la cantidad de equilibrio aumenta y el precio de equilibrio baja y cuando disminuye la oferta, la cantidad de equilibrio disminuye y el precio de equilibrio sube”.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), un cambio de demanda y oferta se da por dos casos, cuando la demanda y la oferta se mueven en la misma dirección, ambas aumentan o disminuyen. Después vemos el caso cuando se mueven en direcciones opuestas, la demanda disminuye y la oferta aumenta, o la demanda aumenta y la oferta disminuye.

La demanda y la oferta cambian en la misma dirección porque cuando ambas aumentan en forma simultánea, la cantidad de equilibrio aumenta y el precio de equilibrio aumenta, disminuye o permanece constante y cuando ambas disminuyen en forma simultánea, la cantidad de equilibrio disminuye y el precio de equilibrio aumenta, disminuye o permanece constante.

La demanda y la oferta cambian en direcciones opuestas porque cuando la demanda disminuye y la oferta aumenta, el precio de equilibrio baja, en tanto que la cantidad de equilibrio aumenta, disminuye o permanece constante y cuando la demanda aumenta y la oferta disminuye, el precio de equilibrio aumenta, en tanto que la cantidad de equilibrio aumenta, disminuye o permanece constante.

Otro concepto importante a tener en cuenta son las necesidades y deseos del ser humano que indica si existen o no los productos y/o servicios necesarios para satisfacerlos. Para Arellano Cueva, R. (2002, p.137), “la necesidad es un

proceso en el cual interviene el deseo del individuo de cubrir la brecha entre lo que se tiene actualmente y lo que se quiere tener”.

En tal sentido, la necesidad sería la diferencia o distancia que hay en la situación actual y la situación deseada por el individuo.

El estudio de mercado es una herramienta importante de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos y resultados que de una u otra forma son analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultado la aceptación o no y sus respectivas complicaciones de un producto dentro del mercado.

En tal sentido, la investigación de mercado tiene una serie de definiciones por parte de grandes mercadólogos, que presentan distintos puntos de vista sobre el tema como lo son:

Para Malhotra, N. (2008, p. 21 y 22), “la investigación de mercado es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de mercadotecnia”.

Para Kotler, P. (2002, p. 6), “la investigación de mercado la define como el diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa”.

Para Chisnall, P. (2006, p. 6), “la investigación de mercado tiene que ver con la recopilación sistemática y objetiva, el análisis y la evaluación de información sobre aspectos específicos de los problemas de mercadotecnia para ayudar a la administración a la hora de tomar decisiones importantes”.

Según Sandhusen, R. (2002, p. 199), “la investigación de mercado es una recopilación sistemática, registro, análisis y distribución de datos e información sobre los problemas y oportunidades de mercadotecnia”.

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

Para Thompson, I. (2008, p. 14), la investigación de mercado es el proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

En síntesis y complementando las anteriores definiciones bajo mi punto de vista, la investigación de mercado es la búsqueda sistemática de información, a través de la cual se toman decisiones con fin de solucionar un determinado problema.

Para Malhotra, N. (2008, p. 23), considera que el proceso de investigación de mercado consta de un conjunto de seis pasos que define las tareas que deben cumplirse al realizar una investigación de mercado. Los que se conceptualizan a continuación:

Definición del problema, el investigador debe considerar el propósito de estudio, la información antecedente pertinente que se necesita y la forma en que se utiliza para la toma de decisiones. Una vez que el problema se haya definido de manera precisa, es posible diseñar y conducir la investigación de manera adecuada.

Desarrollo del enfoque del problema, incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis, e identificación de la información que se necesita. Este proceso está guiado por conversaciones con los administradores y los expertos del área, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa y consideraciones pragmáticas.

Formulación del diseño de investigación, es un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados. Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información que se necesita para tomar una decisión.

El diseño también incluye la realización de una investigación exploratoria, la definición precisa de las variables y el diseño de las escalas adecuadas para medirlas. Debe abordarse la cuestión de cómo se deberá obtener los datos de los participantes (por ejemplo, aplicando una encuesta o realizando un experimento). También es necesario diseñar un cuestionario y un plan de muestreo para seleccionar a los participantes del estudio.

De manera más formal, la elaboración de un diseño de investigación incluye los siguientes pasos: definición de la información necesaria, análisis de datos secundarios, investigación cualitativa, técnicas para la obtención de datos cuantitativos (encuesta, observación y experimentación), procedimientos de medición y de escalamiento, diseño de cuestionarios, proceso de muestreo y tamaño de la muestra y el plan para el análisis de datos.

Trabajo de campo o recopilación de datos, implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo, como en el caso de las encuestas personales (casa por casa, en los centros comerciales o asistidas por computadora), desde una oficina por teléfono (telefónicas o por computadora), por correo (correo tradicional y encuestas en panel por correo en hogares preseleccionados), o electrónicamente (por correo electrónico o Internet).

La selección, capacitación, supervisión y evaluación adecuadas del equipo de campo ayuda a minimizar los errores en la recopilación de datos.

Preparación y análisis de datos, incluye su revisión, codificación, transcripción y verificación. Cada cuestionario o forma de observación se revisa y, de ser necesario, se corrige. Se asigna códigos numéricos o letras para representar cada respuesta a cada pregunta del cuestionario. Los datos de los cuestionarios se transcriben o se capturan en cintas o discos magnéticos, o se introducen directamente a la computadora.

Los datos se analizan para obtener información relacionada con los componentes del problema de investigación de mercados y, de esta forma, brindar información al problema de decisión administrativa.

Elaboración y presentación del informe, todo el proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describa el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados y los principales resultados.

Los hallazgos deben presentarse en un formato comprensible que facilite a la administración su uso en el proceso de toma de decisiones. Además, debe hacerse una presentación oral para la administración, en la cual se usen tablas, figuras y gráficas para mejorar su claridad e influencia.

Según Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004, p. 54), un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar. El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

Realización de investigación exploratoria. Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

Búsqueda de información primaria. Se suele realizar de las siguientes maneras: investigación basada en la observación, entrevistas cualitativas, entrevista grupal, investigación basada en encuestas e investigación experimental

Análisis de los datos y presentación del informe. La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión

significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio.

Para Malhotra, N. (2008, p. 33), el diseño de la investigación, se clasifica en las siguientes investigaciones:

Diseño de investigación exploratoria, tiene como objetivo principal brindar información y comprensión sobre la situación del problema que enfrenta el investigador.

Diseño de investigación concluyente, diseñada para ayudar a quien toma las decisiones a determinar, evaluar y elegir el mejor curso de acción en una situación específica. Este diseño de investigación se divide en:

Investigación descriptiva, tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado.

Esta a su vez se divide en diseños transversales, que implica obtener una sola vez información de una muestra dada de elementos de la población y diseños longitudinales, que se somete a mediciones repetidas de las mismas variables. La muestra es la misma a lo largo del tiempo, lo cual brinda una serie de imágenes que, al verse en conjunto, muestran una ilustración vívida de la situación y de los cambios que ocurren a lo largo del tiempo.

Investigación causal, cuyo principal objetivo consiste en obtener evidencia concerniente a las relaciones causales (causa-efecto).

Las técnicas de elaboración de un estudio de mercado se dividen por la procedencia de los datos y por la tipología de la información a obtener. Según la procedencia de datos se clasifica en datos primarios: datos originados por el investigador con el propósito específico de abordar el problema de investigación y datos secundarios: datos reunidos para una finalidad diferente al problema en cuestión.

Según la tipología de información en: investigación cualitativa, que es la metodología de investigación exploratoria sin estructura, basada en muestras

pequeñas, que proporciona conocimientos y comprensión del entorno del problema y la investigación cuantitativa que es la metodología de investigación que busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico.

Para Malhotra, N. (2008, p. 38), el procedimiento de la investigación cuantitativa se clasifica en:

Técnica de encuesta, cuestionario estructurado que se aplica a la muestra de una población, y está diseñado para obtener información específica de los participantes.

Observación, el registro de patrones conductuales de personas, objetos y sucesos de forma sistemática, para obtener información sobre el fenómeno de interés.

La tesis presenta un enfoque cuantitativo. Según Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004, p. 25), los estudios cuantitativos intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera.

La investigación tuvo la necesidad de recurrir a antecedentes a nivel local, nacional e internacional como base de testimonio, tales como:

Ruesta Chapilliquen, L. (2009). *Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un lavacentro vehicular en la ciudad de Piura*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito fue determinar la demanda en el servicio de lavado de autos que hay en la ciudad de Piura, así como las condiciones técnicas que exigen este tipo de servicio; basándose en un estudio descriptivo – exploratorio, debido a que identifica y describe los diferentes factores y variables que intervienen en este tipo de actividad. Llegando a las siguientes conclusiones: Existe una demanda de 35,658 vehículos que están dispuestos a utilizar este servicio de lavado especializado, mientras que haciendo un cálculo de la oferta, se estima en el mayor de los casos de 26,880, lo cual demuestra que existe viabilidad en el

presente proyecto. En el mercado de Piura, las principales y más representativas empresas dedicadas al servicio de lavado de vehículos son empresas que utilizan maquinaria semiautomática, y esto hace que el servicio se demore, por falta de tecnología de punta y por tener ambientes pequeños.

Barreto Feijóo, E. y Barrientos Ruiz, P. (2010). *Estudio de mercado para la implementación de una sucursal de Representaciones V. Barrientos en la ciudad de Paita Baja. Año 2010.* (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito fue determinar la viabilidad de la implementación de una sucursal de Representaciones V. Barrientos en la ciudad de Paita Baja; presentando un enfoque cuantitativo, además se trata de un diseño no experimental – descriptivo; ya que no manipulan deliberadamente las variables. Llegando a las siguientes conclusiones: La ciudad de Paita solo cuenta con dos empresas dedicadas al rubro de comercialización de repuestos de motos, siendo estas Regenda EIRL y Representaciones V. Barrientos. Se puede concluir que al establecer la sucursal de repuestos de motos Representaciones V. Barrientos tendría una rentabilidad de 88% como indica la tasa interna de retorno. Según este estudio se puede apreciar que Paita Baja necesita una tienda de repuestos de motos de los cuales el 95.3% está de acuerdo que la necesita. La mayoría de los encuestados que se dedican a esta labor son mototaxistas con un 45.9% seguido de los pescadores con el 14.1%.

Cabrera Vicente, E. y Contreras Alarcón, T. (2011). *Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un centro recreacional en el distrito de las Lomas – Piura.* (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito fue realizar estudios que permitan conocer si existen condiciones de mercado para la instalación de un centro recreacional en el distrito de las Lomas. El estudio utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento de recolección de datos utilizó el cuestionario. La investigación se centra en el estudio de factibilidad del plan de negocio. Al analizar los resultados obtenidos de una muestra de 378 pobladores de las Lomas se conoció que casi la totalidad de los encuestados ha participado alguna vez en reuniones sociales, ya sea en un grupo, en familia o con amigos; los lugares a donde mayormente han acudido son varios, destacándose los restaurantes, casas de amigos, en el hogar o en un centro recreativo. Además se conoció que

sus principales competidores se encuentran fuera de la ciudad de las Lomas, como lo son: La casa club, El Mirador, El Chilalo y El Atlantic.

Castillo Peña, M. (2012). *Estudio de Factibilidad para la Instalación de un Centro Comercial en el Distrito de Ignacio Escudero en la Provincia de Sullana en el Año 2012*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú; cuyo propósito fue determinar la viabilidad y rentabilidad para la instalación de un Centro Comercial en el distrito de Ignacio Escudero de la provincia de Sullana en el año 2012, presentando una metodología de tipo de investigación descriptiva, en la cual se recolectó datos relevantes de la zona, datos medibles, estadísticos y numéricos, siendo lo más objetivo posible para ejecutar el estudio programado, de manera que se explique y se pueda predecir fenómenos investigados, buscando regularidades y relaciones causales entre los elementos. El diseño de la investigación fue cuantitativo; ya que para este tipo de estudio, se sigue rigurosamente un proceso, a la vez, los datos generados poseen los estándares de validez y confiabilidad. De esta manera permite un análisis objetivo y consensual, de manera que se detalla lo que ocurre en la realidad externa del individuo, sobre cómo se concibe la realidad con esta aproximación de investigación.

Dioses Atoche, D. y Jirón Zapata, A. (2010). *Estudio de mercado para la empresa Sullana Taxi*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú; cuyo propósito fue la constitución de una empresa de servicio de taxi en la ciudad de Sullana; basándose en un estudio descriptivo – exploratorio. Llegando a las siguientes conclusiones: Concluye que la investigación para la constitución de una empresa de servicio de taxi es brindada hacia aquellas personas que buscan principalmente seguridad así como rapidez y comodidad para llegar a su destino. La idea de ofrecer un servicio de taxi a domicilio, es una solución en parte a los hechos delictivos que está afrontando la Provincia de Sullana, ofreciendo a la población un servicio de seguridad que tanta falta les hace, promoviendo en ellos un clima de confianza, hacia el servicio que se le está brindando. La estrategia se asocia a choferes que cuenten con unidades propias y experiencia, es una buena alternativa ya que la empresa ahorra los costos de adquisición de los transportes; además de

aprovechar la experiencia que estos poseen en cuanto al conocimiento de la ciudad y trato hacia los posibles clientes, lo cual hace que la capacitación se pueda desarrollar de forma rápida y precisa.

Ramírez Coronel, C. (2008). *Creación de una empresa de transportes de carga para prestar servicios a empresas mineras*. (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú); cuyo propósito fue demostrar la viabilidad económica financiera para crear una empresa de servicios de transporte de carga pesada y liviana, por vía terrestre, con el nombre de "Transportes Ramírez E.I.R.L"; la metodología empleada es de tipo descriptiva con enfoque mixto. Llegando a las siguientes conclusiones: Se plantea una inversión total de \$ 217,123.14 dólares americanos, compuesto por activo fijo tangible de \$ 200,875.57 dólares americanos, activo intangible por \$ 2094.40 dólares americanos y capital de trabajo por \$ 14,153.17 dólares americanos. En relación con las proyecciones realizadas se obtuvo el Valor Actual Neto Económico de \$ 102,426.93 dólares americanos y el Valor Actual Neto Financiero de \$ 99,964.05 dólares americanos Otro indicador de rentabilidad es la Tasa Interna de Retorno Económico que tiene un valor de 27.87% mientras que la Tasa Interna de Retorno Financiera es de 35.54%, lo que demostró que el negocio genera rentabilidad para el inversionista.

Segarra Echevarría, A. (2013). *Creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013*. (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad UPSE, Santa Elena, Ecuador), cuyo propósito fue determinar la viabilidad económica y financiera de la creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013; la metodología empleada detalla todas las técnicas, diseños, métodos, instrumentos y procedimientos investigativos. Llegando a las siguientes conclusiones: La investigación permitió conocer las necesidades y requerimientos de los clientes potenciales en el servicio de taxi ejecutivo. Se estableció índices de opinión, gustos y preferencias de los usuarios. El estudio económico-financiero demostró la viabilidad y factibilidad del negocio para su aplicación y permanencia en el mercado con estrategias adecuadas, actuando siempre bajo el marco legal reglamentario, tal como la Ley de tránsito y transporte terrestre, ambiental y laboral lo establece,

para que cada colaborador que integre la empresa se sienta activo en el equipo de trabajo y parte medular de la consecución de los objetivos de la organización.

Cazorla, K. (2010) *Estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “La Guaira – Punta de Piedras”*. (Tesis de Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas, Universidad Nueva Esparta. Caracas, Venezuela), cuyo propósito fue elaborar un estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “La Guaira – Punta de Piedras”; la metodología empleada es de tipo descriptiva con diseño mixto de campo y documental. Llegando a las siguientes conclusiones: Las investigaciones y análisis realizados para el desarrollo de un estudio de mercado con el fin de crear una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “La Guaira – Punta de Piedras”, arrojó una cantidad de datos que permitió determinar la viabilidad para su institución y puesta en marcha. Finalmente, se puede concluir que resulta viable la creación de una empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “La Guaira – Punta de Piedras”, ya que como se mencionó anteriormente el turismo debería generar un efecto multiplicador sobre la oferta y producción de productos de consumo.

Aldana, M., Álvarez, M. y Rubiela Triana, M. (2010) *Creación de una empresa de servicios de Transportes Markar Ltda.* (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad EAN. Bogotá D.C), cuyo propósito fue elaborar un plan de negocio para la comercialización del servicio de transporte para empresarios y altos ejecutivos de grandes empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá y sus alrededores; la metodología empleada es la descriptiva. Llegando a las siguientes conclusiones: la presente investigación concluye en la elaboración de un plan de negocio para la comercialización del servicio de transporte para empresarios y altos ejecutivos de grandes empresas ubicadas en la ciudad de Bogotá y sus alrededores. Este servicio está basado en ofrecer un transporte seguro, confortable, elegante y oportuno; aspectos definidos, en una investigación previa de mercados con la cual se determinó la viabilidad del proyecto de empresa y la presente investigación satisface las necesidades de los clientes directos y/o empresas contratantes en cuanto al ofrecimiento de mejores precios, calidad, servicio oportuno y rápido y servicio 24 horas – siete (7) días a la semana.

La justificación de la investigación ha de expresar la razón por la cual se ha seleccionado el tema por estudiar. Por ende, presenta las siguientes:

La investigación se realizó con la finalidad de identificar cuáles son los determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, evitando así de una u otra manera la inseguridad reinante en la ciudad, permitiéndole al cliente y/o usuario seguridad, calidad y garantía.

A nivel empresarial es una buena idea de negocio, ya que se dio la oportunidad de identificar un mercado no existente y así poder brindar un servicio innovador, seguro y tan codiciado por muchos habitantes de esta ciudad, la cual consta en invertir y hacer empresa.

Promueve el desarrollo de la ciudad de Sullana, en un entorno social favorable y seguro al momento de movilizarse de un lugar a otro.

La investigación constituye un aporte para la empresa en constitución, a través del cual se sugerirán acciones tendientes a mejorar el servicio en beneficio de la organización a través del paso del tiempo y con nuevas investigaciones.

Los resultados de la investigación pueden servir de base para otros investigadores que estén interesados en profundizar y/o complementar el tema tratado. Asimismo me permite el desarrollo de habilidades gerenciales y conocimientos en el campo de la administración.

Todo lo anterior mencionado cumple a resolver la realidad problemática que se vive en la ciudad de estudio, la cual se detalla a continuación, partiendo desde el ámbito nacional, regional hacia el local.

El Perú mantiene una economía dinámica y estable dentro de la región sudamericana, con un crecimiento económico anual de 6,0% a 6,5%, un crecimiento poblacional anual de 1.13 % y un crecimiento comercial a gran escala (nuevos centros comerciales, empresas transnacionales, entre otras); paralelo a ello Piura no se escapa de esta economía, ya que cuenta con un crecimiento

económico que supera el 6,0% anual, un crecimiento poblacional de 1.6% anual y un crecimiento económico potencial que se demuestra con la continua incorporación de grandes empresas de servicios, productivas y extractivas.

Así como se vive en una economía emergente, la criminalidad y violencia en el Perú constituyen en la actualidad un problema político social de primer orden que exige la necesidad de implementar medidas concretas para disminuir la violencia urbana en las principales ciudades del país, en particular contra la delincuencia común, cuyos efectos los padece transversalmente toda la población. Este mal en los últimos años, ha cobrado vital importancia en las políticas del Estado, pues se está viendo afectado por uno de los principales derechos del hombre el derecho de vivir en paz, en condiciones adecuadas para su desarrollo, vinculado principalmente con el aumento de la delincuencia, alarmantes cifras de homicidios, robos, afectando el normal desarrollo de sus actividades.

Según Diario El Comercio, día 17 de mayo de 2013, edición Región Piura, transitar por las principales ciudades de la Región Piura, a pie o en vehículos privados o públicos, entraña un alto riesgo de sufrir el ataque de avezados delincuentes que a plena luz del día asaltan a personas o conductores con armas de fuego. No solo están los ladrones que rondan mercados y establecimientos comerciales para arrancar paquetes, relojes y billeteras; sino también está el crimen organizado que aprovecha el desorden reinante en la ciudad; ya sea, bajo sus diversas modalidades, asalto en automóviles, motocicletas y mototaxis, se está imponiendo, debido a la inexistencia de reglas claras o por el equivocado enfoque de regidores, técnicos y especialistas.

En la ciudad de Sullana, varios ciudadanos han mostrado su preocupación e interés por los problemas y/o deficiencias que presenta el servicio de transporte con más de 20,000 unidades en circulación (76% empadronadas y el 24% informales), 89 paraderos formales y más aún con el creciente mal de la delincuencia que azota la ciudad en mención. Según: Informe de la Oficina de Desarrollo Urbano, Municipalidad Provincial de Sullana (2011).

Si bien es conocido, el medio de transporte que frecuentemente utilizan son las mototaxis (vehículo trimóvil), los ciudadanos presentan una serie de dificultades al momento de tomar una carrera por diversos factores: desconfianza, personalidad y/o apariencia del conductor, el estado del vehículo entre otros,

mezclados con la delincuencia, hace que el traslado de un lugar a otro sea inseguro y más aún cuando el horario es nocturno.

Este último se ve reflejado en los altos índices que presentan las estadísticas, elaboradas por la Policía Nacional del Perú (PNP) en la provincia de Sullana el año 2012, las cuales presentan un incremento del 12.83 %, por ello; es que los sullanenses quieren que su ciudad no se muestre en una ola de inseguridad, desordenada (caos vehicular), y atribuir a todo esto el servicio de mototaxis inseguro, es una preocupación de que si llegarán, robarán e incluso porque no secuestrar, violar y/o matar.

Es un problema que a diario tienen que enfrentar padres de familia, alumnos, trabajadores, hasta las mismas autoridades entre otros, que se movilizan mediante este medio que no saben con quién están siendo transportados y hacia dónde probablemente los están llevando.

Ante la inseguridad vivida hoy en día en la provincia de Sullana y ante la inexistencia de un servicio que logre eliminar esta situación, es como se da la oportunidad de identificar un mercado para poder brindarle un servicio no existente y tan codiciado por muchos habitantes de esta provincia como es la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día.

En conclusión, lo anterior mencionado está contextualizado para responder la pregunta del problema general ¿Cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013? y sus respectivas preguntas de problemas específicos, que el autor ha formulado son: ¿Cuáles son los gustos y preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el ingreso promedio y el perfil del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el nivel de precios y la cantidad demandada que el usuario potencial está dispuesto a pagar y demandar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el tipo de tecnología y la cantidad de servicios ofertados para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?, ¿cuál es el número de ofertantes y el nivel de precios promedio que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013? y ¿cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013?.

Asimismo, las hipótesis planteadas por el autor, están contextualizadas y relacionadas con la pregunta del problema general. La hipótesis general de la presente investigación es: Los determinantes de la oferta que favorecen son la tecnología, el número de ofertantes, el precio, el número de servicios ofertados y el perfil del ofertante y los determinantes de la demanda que favorecen son los gustos y preferencias, los ingresos, el precio, la cantidad demandada y el perfil del consumidor para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Las hipótesis específicas planteadas son: Los gustos y preferencias del usuario potencial están dados por el tipo de vehículo taxi y por el atributo principal de seguridad para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. El nivel de ingresos promedio del usuario potencial es medio y el perfil del consumidor potencial está dado por las características laborales y demográficas para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. El nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar es bajo y la cantidad demandada que presenta el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 es alta. El tipo de tecnología ofertada para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es antigua y la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es baja. El número de ofertantes que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 está dado por la cantidad de ofertantes del servicio de taxi y el precio está dado por el nivel de precio medio que ofrece el ofertante por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013. El perfil del ofertante está dado por las características del vehículo que tiene el ofertante para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

Finalizando, la investigación se encamina en el estudio de los determinantes de la oferta y la demanda para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013; cuyo objetivo general permite identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Y como objetivos específicos: Identificar cuáles son los gustos y/o preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, identificar cuál es el nivel de ingresos promedio y cuál es el perfil del consumidor potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, cuantificar cuál es la cantidad demandada e identificar cuál es el nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, identificar cuál es el tipo de tecnología ofertada y cuantificar cuál es la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 , cuantificar cuál es el número de ofertantes e identificar cuál es el nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 e identificar cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

II. MARCO METODÓGICO

2.1. VARIABLES

2.1.1. Determinantes de Demanda:

Definición Conceptual: Determinantes que conforman la cantidad de productos y/o servicios que los consumidores planean comprar en un periodo dado y a un precio en particular.

Dimensiones de la Demanda:

Gustos y Preferencias: Actitudes y deseos de los usuarios potenciales hacia el servicio de taxi, determinado por la encuesta de demanda como tipo de gustos y preferencias.

Ingresos: Cantidad de dinero que disponen los usuarios potenciales, determinado por la encuesta de demanda como nivel de ingresos.

Precio: Valor monetario que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar por el servicio de taxi, determinado por la encuesta de demanda como nivel de precios.

Cantidad Demandada: Cantidad que los usuarios potenciales están dispuestos a demandar a un precio dado, determinado por la encuesta de demanda como nivel de demanda.

Perfil del Consumidor: Características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los usuarios potenciales, determinado por la encuesta de demanda como características del perfil del consumidor.

2.1.2. Determinantes de Oferta:

Definición Conceptual: Determinantes que conforman la cantidad de bienes y/o servicio que los productores planean vender durante un periodo dado y a un precio en particular.

Dimensiones de la Oferta:

Tecnología: Conjunto de medios y mecanismos que usan los ofertantes para el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta y guía de observación como tipo de tecnología.

Número de Ofertantes: Cantidad de ofertantes para el servicio de taxi, determinado por la ficha de registro como cantidad de ofertantes del servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Precio: Valor monetario que los ofertantes ofrecen para el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta como nivel de precios.

Número de Servicios Ofertados: Cantidad de servicios que los ofertantes realizan al día por el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta como cantidad de servicios ofertados al día por el ofertante.

Perfil del Ofertante: Características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los ofertantes, determinado por la encuesta de oferta como características del perfil del ofertante.

2.2. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES (SUB - VARIABLES)	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Determinantes de Demanda.	Determinantes que conforman la cantidad de productos y/o servicios que los consumidores planean comprar en un periodo dado y a un precio en particular.	Gustos y Preferencias.	Actitudes y deseos de los usuarios potenciales hacia el servicio de taxi, determinado por la encuesta de demanda como tipo de gustos y preferencias.	Tipo de Gustos y Preferencias.	Nominal.
		Ingresos.	Cantidad de dinero que disponen los usuarios potenciales, determinado por la encuesta de demanda como nivel de ingresos.	Nivel de Ingresos.	Ordinal.
		Precio.	Valor monetario que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar por el servicio de taxi, determinado por la encuesta de demanda como nivel de precios.	Nivel de Precios.	Ordinal.
		Cantidad Demandada.	Cantidad que los usuarios potenciales están dispuestos a demandar a un precio dado, determinado por la encuesta de demanda como nivel de demanda.	Nivel de Demanda.	Ordinal.
		Perfil del Consumidor.	Características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los usuarios potenciales, determinado por la encuesta de demanda como características del con perfil del consumidor.	Características del Perfil del Consumidor.	Nominal.

Determinantes de Oferta.	Determinantes que conforman la cantidad de bienes y/o servicio que los productores planean vender durante un periodo dado y a un precio en particular.	Tecnología.	Conjunto de medios y mecanismos que usan los ofertantes para el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta y guía de observación como tipo de tecnología.	Tipo de Tecnología.	Nominal.
		Número de Ofertantes.	Cantidad de ofertantes para el servicio de taxi, determinado por la ficha de registro como cantidad de ofertantes del servicio de taxi en la ciudad de Sullana.	Cantidad de Ofertantes.	Ordinal.
		Precio.	Valor monetario que los ofertantes ofrecen para el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta como nivel de precios.	Nivel de Precios.	Ordinal.
		Número de Servicios Ofertados.	Cantidad de servicios que los ofertantes realizan al día por el servicio de taxi, determinado por la encuesta de oferta como cantidad de servicios ofertados al día por el ofertante.	Cantidad de Servicios Ofertados.	Ordinal.
		Perfil del Ofertantes.	Características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los ofertantes, determinado por la encuesta de oferta como características del perfil del ofertante.	Características del Perfil del Ofertante.	Nominal.

2.3. METODOLOGÍA

La metodología está orientada al desarrollo de la investigación y al uso de técnicas particulares aplicadas en la investigación. Por tal motivo, la tesis presenta una metodología observacional, debido a que consiste en el estudio de un fenómeno que se produce en condiciones naturales. A partir de esto surgió el planteamiento del problema que se estudió, lo que llevó a emitir hipótesis o suposiciones, de las cuales se extrajo consecuencias. Para ello, en la presente investigación el método observacional se dio de manera cuidadosa, exhaustiva y exacta, porque el investigador vigiló y registró directamente las características de los elementos objeto de estudio.

2.4. TIPO DE ESTUDIO

La investigación es de tipo aplicado, debido a su interés en la aplicación, utilización y consecuencias prácticas de los conocimientos, marco teórico y técnicas. Buscó conocer una realidad problemática determinada, para luego proponer la aplicación de conocimientos y técnicas pre establecidas, con el objeto de construir o modificar sobre la base de esa realidad inicial.

2.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es cuantitativo; ya que para este tipo de estudio, se sigue rigurosamente un proceso, de acuerdo con los datos generados, que poseen los estándares de validez y confiabilidad.

La investigación presenta una investigación no experimental, debido a que no se efectúa manipulación deliberada de variables.

Asimismo, presenta una investigación transeccional, dado que la toma de datos se efectuó en un momento determinado, la cual fue hecha el día 18 de octubre de la presente.

Presenta una investigación descriptiva, porque indaga la incidencia de las variables de estudio, determinantes de demanda y oferta en la población económicamente activa (PEA) a nivel urbano en la ciudad de Sullana para el estudio de la demanda y a la población determinada por el número de taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana para el estudio de la oferta. Para el estudio, se elaboró encuestas, una para demanda y otra para oferta, y ficha y/o formulario de observación y ficha de registro para la oferta.

Elas aplicadas a la población objeto de estudio mencionadas en el párrafo anterior. Una vez formulada se procedió a su aplicación y por ende a su correspondiente análisis, para así proporcionar la descripción de sus resultados y cumplir con los objetivos trazados en la investigación.

2.6. POBLACIÓN Y MUESTRA

2.6.1. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA DEMANDA

- **Población:** La población para el estudio de la demanda está comprendida por la población económicamente activa (PEA) de Sullana de la zona urbana, la cual asciende a 104 991 habitantes. Según censo realizado por el INEI en el año 2007.
- **Muestra:** Para determinar el tamaño de la muestra, se aplicó la fórmula de población finita, la cuál es la que acontece:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Total de la población.

Z = 1.96 (seguridad 95%).

p = Proporción esperada (en este caso = 0.5).

q= 0.5

e= Precisión (5%).

$$n = \frac{104991 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2(104991 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 383$ encuestas.

En conclusión se ejecutaron 383 encuestas para determinar la demanda.

- **Muestreo:** El tipo de muestreo empleado es el muestreo no probabilístico por cuotas aplicando el porteo. En este caso la ciudad de Sullana y sus respectivos estratos, urbanizaciones, asentamientos humanos y cercado de la ciudad.

CÁLCULO DE LAS CUOTAS			
ZONA	N° DE HABITANTES	%	N° DE ENCUESTAS
Centro de la ciudad	54 826	52.22 %	200
Urbanización	35 637	33.94 %	130
Asentamiento Humano	14 529	13.84 %	53
Total	104 991	100%	383

- **Unidad de Análisis:** La presente tesis presenta como unidad de análisis a los habitantes pertenecientes a la Población Económicamente Activa (PEA) de Sullana de la zona urbana.
- **Criterio de Inclusión:** Personas pertenecientes a la PEA de la zona urbana de la ciudad de Sullana, que tienen la solvencia económica de poder adquirir este servicio.
- **Criterio de Exclusión:**
 - Personas que comprenden las edades entre 10-17 años de edad.
 - Las personas que habitan en la zona rural.

2.6.2. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA OFERTA

- **Población:** La población para el estudio de la oferta está comprendida por el número de taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana. Según Censo realizado por la oficina de Transportes y Seguridad Vial de la Municipalidad Provincial de Sullana – 2013.

Se ejecutaron 32 encuestas para determinar la oferta. Según Censo realizado por la oficina de Transportes y Seguridad Vial de la Municipalidad Provincial de Sullana – 2013.

- **Unidad de Análisis:** La tesis presenta como unidad de análisis al número de taxistas que brindan el servicio de taxi seguro en la ciudad de Sullana.
- **Criterio de Inclusión:** Personas que ofrecen el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.
- **Criterio de Exclusión:** Personas que brindan el servicio de transporte mediante vehículos menores y servicio público.

2.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

2.7.1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA DEMANDA

- **ENCUESTA – CUESTIONARIO**

En la investigación se utilizó esta técnica con su respectivo cuestionario como instrumento, mediante un conjunto de 13 preguntas (Anexo 02), redactadas de forma coherente, organizadas, secuenciadas y estructuradas, que se aplicó a la Población Económicamente Activa de la zona urbana de la ciudad de Sullana, a fin de obtener toda la información que se precisa.

Para ello, el instrumento fue validado mediante el juicio de tres expertos, donde se levantaron las recomendaciones hechas para su posterior aplicación.

Finalmente, se procedió a determinar el análisis de fiabilidad mediante el alfa de cronbach, la cual dio como resultado 0.552 siendo de escala de apreciación regular (Anexo 06).

2.7.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA OFERTA

- **ENCUESTA – CUESTIONARIO**

Esta técnica en la investigación estuvo relacionada con su respectivo cuestionario como instrumento, mediante un conjunto de 11 preguntas (Anexo 03), que fue aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, a fin de obtener toda la información que se precisa.

Dicho instrumento fue validado mediante el juicio de tres expertos, donde se levantaron las recomendaciones hechas para su posterior aplicación.

Finalmente, se procedió a determinar el análisis de fiabilidad mediante el alfa de cronbach, la cual dio como resultado 0.587 siendo de escala de apreciación regular (Anexo 06).

- **OBSERVACIÓN – GUÍA DE OBSERVACIÓN**

En la investigación se utilizó esta técnica con su respectiva guía de observación como instrumento, mediante la descripción detallada de 10 aspectos (Anexo 05), redactada de forma útil y sencilla, que se aplicó a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, a fin de obtener toda la información que se precisa.

Para ello, se sometió a una validación mediante el juicio de tres expertos, donde se levantaron las recomendaciones hechas para su posterior aplicación.

- **ANÁLISIS DOCUMENTAL – FICHA DE REGISTRO**

En la investigación se utilizó esta técnica con su respectivo cuestionario como instrumento, mediante un conjunto de 04 preguntas (Anexo 04), que se aplicó a la gerencia de transporte y seguridad vial, a fin de recoger los datos referentes al número de taxistas registrados en dicha gerencia.

Para ello, el instrumento ficha de registro se sometió a una validación mediante el juicio de tres expertos, donde se levantaron las recomendaciones hechas para su posterior aplicación.

2.8. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

2.8.1. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS DE LA DEMANDA

Para el análisis de datos del cuestionario de demanda se codificaron los ítems en el patrón de vista de variables del paquete estadístico SPSS versión 19, donde se especifica todas las preguntas de dicho cuestionario y sus respectivas escalas. Luego se ingresaron los datos de las respectivas encuestas recolectadas, siendo 383 encuestas. Posteriormente, se realizó el análisis estadístico de tipo descriptivo mediante tablas de contingencia.

2.8.2. MÉTODO DE ANÁLISIS DE DATOS DE LA OFERTA

En el análisis de datos del cuestionario de oferta se codificaron los ítems en el patrón de vista de variables del paquete estadístico SPSS versión 19, donde se especifica todas las preguntas de dicho cuestionario y sus respectivas escalas. Luego se ingresaron los datos de las respectivas encuestas recolectadas, siendo 32 encuestas.

Posteriormente, se realizó el análisis estadístico de tipo descriptivo mediante tablas de contingencia.

2.9. CONSIDERACIONES ÉTICAS

- El estudio de mercado se apoyará en la colaboración voluntaria de las personas y en la confianza de que sean realizados con toda honestidad y objetividad, sin que las personas entrevistadas sean incomodadas o sufran molestias de cualquier índole.
- El público, en general, o cualquier otra parte interesada, tiene derecho a que se le garantice que el estudio de mercado es realizado en estricta conformidad con las disposiciones legales (código de ética de la APEIM) y que sus derechos, en cuanto a la protección de su privacidad, son respetados.
- El investigador reconoce las fuentes de investigación utilizadas para la elaboración del presente proyecto.

III. RESULTADOS

3.1. Gustos y/o preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Los gustos y/o preferencias del usuario potencial fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el tipo de vehículo que prefiere, los atributos importantes que influyen al momento de usar el servicio, el modelo y/o marca del vehículo que prefiere y los medios de comunicación que le gustaría recibir información del nuevo servicio de taxi seguro.

Tabla N° 01

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el tipo de vehículo que prefiere para moverse.

Tipo de vehículo que prefiere el usuario potencial para moverse.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Colectivo	43	12.15 %	26	89.66 %	69
Taxi	186	52.54 %	0	0.00 %	186
Mototaxi	108	30.51 %	1	3.44 %	109
Moto Lineal	6	1.69 %	2	6.90 %	8
Otro	11	3.11 %	0	0.00 %	11
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El tipo de vehículo que prefiere el usuario potencial para movilizarse si se apertura una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es el taxi con un 52.54 %, seguido de la mototaxi (vehículo trimóvil) con un 30.51 %, el colectivo con un 12.15 %, otro tipo de vehículo con un 3.11 % y por último la moto lineal con un 1.69 %. El tipo de vehículo taxi que prefiere el usuario potencial favorece la posible apertura de la empresa de servicio de taxi debido a que el usuario potencial prefiere en su mayoría el vehículo de tipo taxi, dejando de lado el medio de transporte tradicional de la ciudad que son las mototaxi.

Tabla N° 02

Porcentaje de usuarios potenciales según el atributo que influye al momento de usar el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Atributos que influyen en el usuario potencial al momento de usar el servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Modernidad del vehículo	45	12.71 %	2	6.90 %	47
Modelo y/o marca del vehículo	14	3.95 %	2	6.90 %	16
Precio	20	5.65 %	14	48.28 %	34
Comodidad	11	3.11 %	0	0.00 %	11
Seguridad	260	73.45 %	11	37.92 %	271
Rapidez	4	1.13 %	0	0.00 %	4
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El atributo principal que influye en el usuario potencial si se apertura una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es la seguridad con un 73.45 %, seguido de la modernidad del vehículo con un 12.71 %, el precio con un 5.65 %, el modelo y/o marca del vehículo con un 3.95 %, la comodidad con un 3.11 % y por último la rapidez con un 1.13%.

Tabla N° 03

Porcentaje de usuarios potenciales según el modelo y/o marca del vehículo que prefiere en un servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Modelo y/o marca que prefiere el usuario potencial para utilizar este servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Toyota - Yaris	129	36.44 %	15	51.72 %	144
Nissan - Almeira	33	9.32 %	2	6.90 %	35
Chevrolet - Sail	108	30.51 %	11	37.93 %	119
Kia - Rio	43	12.15 %	0	0.00 %	43
Otro	41	11.58 %	1	3.45 %	42
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El modelo y/o marca del vehículo que prefiere el usuario potencial si se apertura una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es el Toyota – Yaris con el 36.44 %, seguido del Chevrolet – Sail con el 30.51 %, el Kia – Rio con el 12.15 %, otro modelo y/o marca de vehículo con el 11.18 % y por último el Nissan - Almeira con el 9.32 %. El usuario potencial prefiere el Toyota – Yaris debido a la calidad, conformidad y elegancia del vehículo.

Tabla N° 04

Porcentaje de usuarios potenciales según el medio de comunicación que prefiere para recibir información respecto al servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Medios de comunicación que le gustaría recibir información al usuario potencial sobre la nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Radio	205	57.91 %	18	62.07 %	223
Televisión	80	22.60 %	7	24.14 %	87
Diarios Locales	33	9.32 %	4	13.79 %	37
Revistas Locales	2	0.57 %	0	0.00 %	2
Redes Sociales – Internet	18	5.08 %	0	0.00 %	18
Amigos	16	4.52 %	0	0.00 %	16
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El medio de comunicación por el cual el usuario potencial le gustaría recibir la información si se apertura una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es la radio con el 57.91 %, seguido de la televisión con el 22.60 %, los diarios locales con el 9.32 %, las redes sociales – internet con el 5.08 %, los amigos con el 4.52 % y por último las revistas locales con el 0.57 %. El usuario potencial prefiere la radio debido a que es el medio de comunicación más utilizado para brindar información y presenta varias emisoras locales.

3.2. Nivel de ingresos promedio y perfil del consumidor potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

El nivel de ingresos promedio y el perfil del usuario potencial fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: ingreso económico promedio mensual y para el caso del perfil del consumidor, el lugar de residencia, el sexo, sector laboral donde labora, condición laboral, edad y el grado de instrucción.

Tabla N° 05

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su nivel de ingreso económico promedio mensual.

Ingreso económico promedio mensual del usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
De S/. 750.00 – S/. 1,000.00	195	55.09 %	20	68.97 %	215
De S/. 1,000.00 – S/. 1,200.00	146	41.24 %	9	31.03 %	155
De S/. 1,200.00 – S/. 1,400.00	13	3.67 %	0	0.00 %	13
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El ingreso económico promedio del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de S/. 750.00 – S/. 1,000.00 con el 55.09 %, seguido de S/. 1,000.00 – S/. 1,200.00 con el 41.24 % y por último de S/. 1,200.00 – S/. 1,400.00 con el 3.67 %. Esto nos indica que el usuario potencial dispone de dinero (poder adquisitivo) para poder demandar este servicio, donde el ingreso económico promedio mensual en su mayoría sobrepasa en cierta medida el sueldo básico de ley en nuestro País.

Tabla N° 06

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su lugar de residencia.

Lugar de residencial del usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Centro de la ciudad	193	54.52 %	7	24.14 %	200
Urbanización	119	33.62 %	11	37.93 %	130
Asentamiento Humano	42	11.86 %	11	37.93 %	53
Zona Residencial	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, el lugar de residencia del usuario potencial para la apertura de una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es en el centro de la ciudad con el 54.52 %, seguido de urbanización con el 33.62 %, asentamiento humano con el 11.86 % y por último zona residencial con 0.00 %. Esto demuestra que hay mayor participación de mercado en el centro de la ciudad para demandar el servicio por parte de los usuarios potenciales.

Tabla N° 07

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el sexo.

Sexo del usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Masculino	214	60.45 %	22	75.86 %	236
Femenino	140	39.55 %	7	24.14 %	147
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El sexo del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, es de sexo masculino con el 60.45% y de sexo femenino con el 39.55%.

Tabla N° 08

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el sector laboral donde se desempeña.

Sector laboral en el que se desempeña el usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Público	96	27.12 %	10	34.48 %	106
Privado	258	72.88 %	19	65.52 %	277
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El sector laboral donde se desempeña el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es en el sector privado con el 72.88 % y en el sector público con el 27.12 %.

Tabla N° 09

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su condición laboral.

Condición laboral en el que labora el usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Dependiente	222	62.71 %	24	82.76 %	246
Independiente	132	37.29 %	5	17.24 %	137
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La condición laboral donde se desempeña el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de condición dependiente con el 62.71 % y de condición independiente con el 37.29 %.

Tabla N° 10

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según la edad promedio.

Edad promedio del usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Menor de 18 años	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Entre 19 a 30 años	127	35.88 %	17	58.62 %	144
Entre 31 a 50 años	163	46.04 %	10	34.48 %	173
De 51 a más años	64	18.08 %	2	6.90 %	66
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La edad del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana está comprendida entre las edades de 31 a 50 años con un 46.04 %, seguido de las edades comprendidas entre los 19 a 30 años con un 35.88 %, entre 51 años a más con el 18.08 % y finalmente menor de 18 años con un 0.00 %.

Tabla N° 11

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el grado de instrucción.

Grado de instrucción del usuario potencial.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Primaria	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Secundaria	16	4.52 %	0	0.00 %	16
Tecnológico	81	22.88 %	7	24.14 %	88
Superior	257	72.60 %	22	75.86 %	279
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El grado de instrucción del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de nivel superior con un 72.60 %, seguido del nivel tecnológico con el 22.88 % y por último de nivel secundario con un 4.52 %. Esto representa que el usuario potencial tiene una formación profesional universitaria.

3.3. Cantidad demandada y nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

La cantidad demandada y el nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la PEA de la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial dentro del casco urbano, el precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial fuera del casco urbano y la frecuencia diaria que utilizaría el usuario potencial el nuevo servicio.

Tabla N° 12

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el precio que están dispuestos a pagar dentro del casco urbano.

Precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial dentro del casco urbano.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Entre S/. 3.00 – S/. 5.00	312	88.14 %	27	93.10 %	339
Entre S/. 5.00 – S/. 7.00	42	11.86 %	2	6.90 %	44
Entre S/. 7.00 – S/. 9.00	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El precio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi dentro del casco urbano si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es entre S/. 3.00 – S/. 5.00 con el 88.14 % y entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 11.86 %.

Tabla N° 13

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el precio que están dispuestos a pagar dentro del fuera del casco urbano.

Precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial fuera del casco urbano.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Entre S/. 5.00 – S/. 7.00	314	88.70 %	29	100.00 %	343
Entre S/. 7.00 – S/. 9.00	40	11.30 %	0	0.00 %	40
Entre S/. 9.00 – S/. 11.00	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Entre S/. 11.00 – S/. 15.00	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El precio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi fuera del casco urbano si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 88.70 % y entre S/. 7.00 – S/. 9.00 con el 11.30 %. Esto demuestra que el usuario potencial quiere y dispone de los recursos monetarios para demandar este servicio fuera del caso urbano.

Tabla N° 14

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según la frecuencia diaria que utilizaría el servicio.

Frecuencia diaria que utilizaría el usuario potencial por el nuevo servicio de taxi.	¿Utilizaría el servicio de taxi seguro?				Total
	SI		NO		
	N°	%	N°	%	
Menos de 2 servicios	130	36.72 %	11	37.93 %	141
Entre 3 – 5 servicios	207	58.48 %	18	62.07 %	225
Entre 6 – 9 servicios	17	4.80 %	0	0.00 %	17
Entre 10 a más servicios	0	0.00 %	0	0.00 %	0
Total	354	100 %	29	100 %	383

Fuente: Encuesta aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La frecuencia diaria que el usuario potencial demandaría el nuevo servicio de taxi si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana está comprendida entre 3 a 5 servicios con el 58.48 %, seguido de menos de 2 servicios con el 36.72 % y por último entre 6 a 9 servicios con el 4.80 %. Esto confirma que el usuario potencial está dispuesto a demandar el nuevo servicio con una frecuencia promedio de 3 a 5 servicios al día.

3.4. Tipo de tecnología ofertada y cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

El tipo de tecnología y la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: el numero de servicios que aproximadamente atiende al día, el número de horas que al día labora, mecanismos de seguridad del vehículo y sí cuenta con sistema de aire acondicionado.

Tabla N° 15

Número de servicios que aproximadamente atiende al día el ofertante, y tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Número de servicios que aproximadamente al día atiende el ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.	Total
	TAXI	
Menos de 2 servicios	4	4
Entre 3 – 5 servicios	6	6
Entre 6 – 9 servicios	5	5
Entre 10 a más servicios	0	0
Total		15

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Aproximadamente al día el ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana, atiende entre 4 y 6 servicios. Esto indica que en la ciudad de Sullana hay una demanda del servicio.

Tabla N° 16

Número de horas que labora al día el ofertante y tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Número de horas que labora al día atiende el ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.	Total
	TAXI	
Entre 5 – 8 horas	6	6
Entre 8 – 10 horas	7	7
Entre 10 – 12 horas	3	3
Entre 12 – 15 horas	2	2
Total		18

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Aproximadamente al día el ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana, labora entre 5 y 15 horas. Esto indica que en la ciudad de Sullana hay una oferta del servicio de taxi.

Tabla N° 17

Porcentaje de los mecanismos de seguridad que tiene el vehículo del ofertante y tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Mecanismos de seguridad que tiene el vehículo del ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
	TAXI		
Freno de mano	8	25 %	8
Cinturón de seguridad	24	75%	24
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El mecanismo de seguridad que tiene el vehículo del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana esta dado por el cinturón de seguridad con el 75 % y el freno de mano con el 25 %. Esto demuestra que el único mecanismo de seguridad es el cinturón de seguridad dejando de lado otros mecanismos que también son importantes en caso de emergencia.

Tabla N° 18

Porcentaje sobre el sistema de aire acondicionado que tiene el vehículo del ofertante y tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Cuenta con sistema de aire acondicionado el vehículo del ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
	TAXI		
Si.	8	25 %	8
No.	24	75%	24
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Los ofertantes del servicio de taxi en la ciudad de Sullana sus vehículos en un 75 % no presentan sistema de aire acondicionado, pero un 25 % si cuenta con este sistema. Esto indica que en su mayoría presentan una deficiencia en este sistema y esto puede contraer una insatisfacción en el usuario.

Tabla N° 19

Tipo de tecnología del servicio de taxi ofertado en la ciudad de Sullana.

	ESCALA		
	Buen Estado	Regular Estado	Mal Estado
• Aspecto de los asientos.	8	22	2
• Limpieza personal del conductor.	5	18	9
• Sistema de comunicación (Empresa – Conductor).	0	9	23
• Sistema de comunicación (Conductor – Usuario).	28	4	0
• Cinturones de seguridad.	32	0	0
• Estado del vehículo.	13	19	0
• Apariencia del conductor.	8	24	0
• Comodidad de los asientos	26	6	0
• Utiliza uniforme distintivo a la empresa.	5	27	
• Dispone de aire acondicionado.	2	30	

Fuente: Guía de observación aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

3.5. Número de ofertantes y nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

El número de ofertantes y el nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi fueron determinados a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto al precio que el usuario le paga por el servicio de taxi y a la cantidad de servicios ofertados.

Tabla N° 20

Porcentaje del precio promedio que los usuarios le pagan por el servicio de taxi al ofertante y el tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Precio promedio que los usuarios le pagan al ofertante por el servicio.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
		TAXI	
Entre S/. 3.00 – S/. 5.00	2	6.25 %	2
Entre S/. 5.00 – S/. 7.00	28	87.50 %	28
Entre S/. 7.00 – S/. 9.00	2	6.25 %	2
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El precio promedio que pagan los usuarios por el servicio de taxi al ofertante es entre S/. 5.00 a S/. 7.00 con el 87.50%, seguido de precios entre S/. 3.00 a S/. 5.00 y S/. 7.00 a S/. 9.00 con el 6.25 % respectivamente.

Tabla N° 21
Cantidad de servicios ofertados en la ciudad de Sullana.

	Cantidad
Número de vehículos menores.	18, 967.00
Número de paraderos formales constituidos.	124
Número de autos registrados para el servicio de taxi.	32
Número de empresas de servicio de taxi.	2

Fuente: Ficha de registro aplicada a la Sub – Gerencia de Transporte y Seguridad Vial de la Municipalidad Provincial de Sullana – 2013.

Elaborado por el autor

3.6. Perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

El perfil del ofertante que presenta el servicio de taxi fue determinado a partir de los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, para ello en la presente investigación, se ha considerado la opinión de las personas respecto a: zonas de atención con mayor frecuencia, tipo de mecanismo que ofrece su servicio, año promedio del vehículo y la marca y/o modelo del vehículo.

Tabla N° 22

Porcentaje de las zonas que atiende con más frecuencia el ofertante y el tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Zonas que el ofertante atiende con mayor frecuencia.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
		TAXI	
Centro de la ciudad	26	81.25 %	26
Urbanización	4	12.50 %	4
Zona distrital	2	6.25 %	2
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Las zonas que con mayor frecuencia atiende el ofertante para brindar el servicio de taxi es en el centro de la ciudad con el 81.25 %, seguido de urbanizaciones con el 12.50 % y por último la zona distrital con el 6.25 %. Esto refleja que hay una mayor participación de mercado en la zona centro de la ciudad.

Tabla N° 23

Porcentaje sobre el tipo de mecanismo que ofrece el servicio de taxi el ofertante y el tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Mecanismo de oferta del servicio de taxi por parte del ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
	TAXI		
Empresa	10	31.25 %	10
Paradero informal	20	62.50 %	20
Teléfono	2	6.25 %	2
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El mecanismo que utiliza el taxista para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana es de paradero informal con el 62.50 %, seguido del mecanismo de empresa con el 31.25 % y por último por teléfono con el 6.25 %. Esto demuestra que existe una informalidad en brindar el servicio de taxi, lo que puede ocasionar cierta desconfianza por parte de los usuarios.

Tabla N° 24

Porcentaje del año promedio del vehículo del ofertante y el tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Mecanismo de oferta del servicio de taxi por parte del ofertante.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
	TAXI		
Año 1999	2	6.25 %	2
Año 2004	2	2.50 %	2
Año 2006	4	12.50 %	4
Año 2007	2	6.25 %	2
Año 2008	4	12.50 %	4
Año 2009	6	18.75 %	6
Año 2010	12	37.50 %	12
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El año del vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi es del año 2010 con el 37.50 % seguido del año 2009 con el 18.75 %, los años 2008 y 2006 con el 12.50 % y años 1999, 2001 y 2007 con el 6.25 %.

Tabla N° 25

Porcentaje sobre la marca del vehículo del ofertante y el tipo de vehículo que utiliza para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Marca del vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi.	Tipo de vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi en Sullana.		Total
		TAXI	
Toyota	8	25.00 %	8
Nissan	2	6.25 %	2
Chevrolet	10	31.25 %	10
Kia	4	12.50 %	4
Otro	8	25.00 %	8
Total	32	100%	32

Fuente: Encuesta aplicada a los taxistas que brindan el servicio de taxi en Sullana.
Elaborado por el autor.

Interpretación: La marca del vehículo que utiliza el ofertante para brindar el servicio de taxi es el Chevrolet con el 31.25 %, seguido del Toyota y otro marca del vehículo con el 25 % respectivamente, Kia con el 12.50 % y por último el Nissan con el 6.25 %.

3.7. Determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

En base a los resultados que anteceden, los determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 son:

Tabla N° 26
Determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Determinantes de la demanda.	Gustos y preferencias. Nivel de ingresos del usuario potencial. Perfil del consumidor potencial. Nivel de precios dispuestos a pagar. Cantidad demanda.
Determinantes de la oferta	Tipo de tecnología. Cantidad ofertada. Número de ofertantes. Nivel de precios del ofertante. Perfil del ofertante.

Fuente: Elaborado por el autor.

Interpretación: Los determinantes de la demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad – 2013, son los gustos y preferencias debido a que el usuario potencial presenta actitudes y deseos de poder contar con el nuevo servicio con el 92.43 %. El determinante nivel de ingresos, debido a que el usuario potencial maneja un nivel de ingreso medio con el 55.09 %, lo que refleja que tiene dinero para poder demandar nuestro servicio. El determinante perfil del consumidor, porque sus características socio - demográficas, estilo de vida y conductuales presentan una inclinación favorable hacia el nuevo servicio. El determinante nivel de precio, tanto dentro como fuera del casco urbano, el usuario potencial está dispuesto a pagar un precio bajo por el nuevo servicio con el 84.14 %. Por último, el

determinante cantidad demandada, ya que el usuario potencial demandaría con frecuencia nuestro servicio entre dos a tres servicios por día con el 58.48 %.

Para el caso de los determinantes de la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad – 2013, está el tipo de tecnología, debido a que los taxistas que brindan este servicio carecen de una tecnología moderna. El determinante cantidad ofertada, debido a que el ofertante presenta un promedio bajo de servicios ofertados con el 40 %. El determinante perfil del ofertante, porque sus características socio - demográficas, estilo de vida y conductuales presentan cierta incomodidad en el cliente, como lo es la limpieza y la apariencia del conductor. El determinante nivel de precio, tanto dentro y fuera del casco urbano, el usuario potencial paga un precio alto por el servicio con el 87.50 %. Por último, el determinante número de ofertantes, debido a que son pocos los taxistas que brindan este servicio en el mercado de la ciudad de Sullana con solo 32 taxistas.

IV. DISCUSIÓN

Respecto a los gustos y preferencias del usuario potencial para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la demanda depende de los gustos y preferencias. Los gustos y preferencias son las actitudes de los individuos hacia los bienes y servicios.

Para Rosales, J. (2007), la demanda de un bien también depende de los gustos y preferencias del consumidor, además expresan, en última instancia, la intensidad de los deseos que los consumidores tienen por los bienes.

Para el estudio del determinante de gustos y preferencias, el investigador clasificó esta dimensión en índices, los cuales fueron el tipo de vehículo: taxi, moto lineal, mototaxi, colectivo u otro tipo de vehículo de su preferencia; medios para brindar la información necesaria del servicio: radio, televisión, diarios locales, revistas locales, redes sociales – internet y amigos; el modelo y/o marca del vehículo de su preferencia: Toyota – Yaris, Nissan – Almeira, Chevrolet – Sail, Kia – Rio y otro tipo de vehículo y finalmente por su atributo principal, clasificándose en: seguridad, rapidez, comodidad, modernidad del vehículo y el precio.

En la investigación los gustos y preferencias están dados por el tipo de vehículo taxi y por su atributo principal de seguridad para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Los resultados de la investigación muestran que en este determinante de la demanda los usuarios potenciales para la constitución de una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana prefieren como tipo de vehículo para movilizarse el taxi con el 52.54 %, como atributo principal la seguridad que presenta el servicio con el 73.45 %, como modelo y/o marca del vehículo prefiere el Toyota – Yaris con el 36.44 % y como medio de comunicación para recibir información del nuevo servicio prefiere la radio con el 57.91 %. Esto favorece la apertura de la empresa de servicio de taxi debido a que el usuario potencial tiene actitudes, deseos y preferencias positivas por demandar el nuevo servicio de taxi.

La hipótesis específica planteada H_1 los gustos y preferencias del usuario potencial esta dado por el tipo de vehículo taxi y por el atributo principal de seguridad para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto a los ingresos de los consumidores y el perfil del consumidor de los usuarios potenciales para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la demanda depende de los ingresos de los consumidores, que es un determinante que influye sobre la demanda. Cuando aumenta el ingreso, los consumidores compran más y cuando disminuye su ingreso, compran menos.

Para Rosales, J. (2007), el ingreso de los consumidores, está constituido por la cantidad de dinero que disponen los consumidores para sus compras, en un tiempo determinado.

Según Schiffman L. y Kanuk, L. (2005), el perfil del consumidor en lo que se refiere a la parte demográfica, se indica como edad, sexo, estado marital, ingreso, ocupación, y educación.

Para el estudio del determinante ingresos de los consumidores, el investigador clasificó esta dimensión en índices, los cuales fueron: nivel de ingreso alto, que comprende las cantidades promedio entre S/. 1 000.00 a más, nivel de ingreso medio, entre S/. 750.00 y S/. 1 000.00 y finalmente, nivel de ingreso bajo, que comprende las cantidades promedio entre S/. 750.00 a menos.

En la dimensión características del perfil del consumidor, sus índices son: condición laboral: dependiente o independiente, sector laboral donde se desempeña: privado o público, sexo: masculino o femenino, edad: intervalos entre menores de 18 años, entre 19 a 30 años, entre 31 a 50 años y de 51 años a más y finalmente, grado de instrucción: primaria, secundaria, tecnológico y superior.

En la presente investigación los ingresos de los consumidores están dados por nivel de ingreso medio y el perfil del consumidor está dado por las características laborales y demográficas que presentan los usuarios potenciales para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Los resultados de la investigación muestran que en el determinante ingreso de los consumidores, el usuario potencial presenta como ingreso económico promedio mensual entre S/. 750.00 – S/. 1 000.00 con el 55.09 %, demostrando que el usuario potencial tiene dinero para poder demandar el nuevo servicio de taxi, ya que puede generar esta opción debido a su condición económica.

En cuanto al perfil del consumidor del usuario potencial, se demostró las siguientes características de presencia mayoritaria: lugar de residencia en el centro de la ciudad con el 54.52 %, de sexo masculino con el 60.45 %, de condición laboral dependiente con el 62.71 %, laborando en el sector privado con el 72.88 %, teniendo una edad promedio entre 31 a 50 años con el 46.04% y de grado de instrucción superior con el 72.60 %.

La hipótesis específica planteada H_2 el nivel de ingresos promedio del usuario potencial es media y el perfil del consumidor potencial pertenece al sector privado y de condición dependiente para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto al precio y la cantidad demandada que presentan los usuarios potenciales para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), el precio del bien o servicio, es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la demanda de un bien o servicio es la cantidad que los consumidores planean comprar en un período dado, a un precio en particular.

Para el estudio del determinante precio, el investigador clasificó esta dimensión en índices, los cuales fueron: nivel de precio alto, que comprende las cantidades entre S/. 11.00 y S/. 15.00, nivel de precio medio, entre S/. 7.00 y S/. 11.00 y finalmente, nivel de precio bajo, que comprende las cantidades entre S/. 5.00 y S/. 7.00. Estos niveles se establecieron en base a los precios del mercado actual.

En la dimensión cantidad demandada, sus índices son: nivel de demanda alta, comprende la cantidad de servicios por día entre 3 a más servicios y nivel de demanda baja, comprende la cantidad de servicios por día entre 1 y 2 servicios.

En la investigación el precio del servicio está dado por el nivel de precio bajo y la cantidad demandada está dada por el nivel de demanda alta que presentan los resultados de los usuarios potenciales para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Los resultados de la investigación muestran que en el determinante precio, el usuario potencial está dispuesto a pagar por el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana dentro del casco urbano entre S/. 3.00 – S/. 5.00 con el 88.14 % y fuera del caso urbano entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 88.70 %, demostrando que el usuario potencial percibe de esa manera el valor monetario por el nuevo servicio de taxi seguro.

En cuanto a la cantidad demandada que presenta el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 es alta, debido que el 92.43 % de la población demandaría el servicio con una frecuencia diaria entre 3 a 5 servicios con el 58.48 %

La hipótesis específica planteada H_3 el nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar es bajo y la cantidad demandada que presenta el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 es alta. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto a la tecnología y al número de servicios ofertados que presenta el taxista que brinda el servicio de taxi en la ciudad de Sullana, para Rosales, J. (2007), la tecnología es el conjunto de medios y procedimientos que se utilizan para la obtención de un bien determinado.

Para Rosales, J. (2007), el número de servicios ofertados son las cantidades de servicios que los ofertantes presentan por el servicio, a un precio determinado y en un periodo dado.

Para el estudio del determinante tecnología, el investigador clasificó esta dimensión en índices, los cuales son: tecnología moderna y tecnología antigua, estas dos se miden mediante las siguientes escalas: mecanismos de seguridad que tiene el vehículo del ofertante: freno de mano, bolsa de aire, GPS, cinturón de seguridad y radio de comunicación; y si el vehículo del ofertante cuenta con aire acondicionado.

En la dimensión número de servicios ofertados, sus índices son: el número de horas laboradas al día y el número de servicios que atiende al día.

En la investigación la tecnología está dada por el tipo de tecnología antigua y respecto al número de servicios ofertados está dado por la cantidad de servicios ofertados que presentan los taxistas que brindan el servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Los resultados de la investigación muestran que en el determinante tecnología, los taxistas presentan como mecanismos de seguridad el cinturón de seguridad con el 75 % y solo el 25 % cuenta con sistema de aire acondicionado en sus vehículos. En algunos casos los vehículos presentan serias deficiencias y carencias en el estado del vehículo, la presencia del conductor y el estado de los asientos.

En cuanto al número de servicios ofertados, el ofertante aproximadamente al día atiende entre 5 y 11 servicios, laborando aproximadamente entre 5 y 12 horas al día.

La hipótesis específica planteada H_4 el tipo de tecnología ofertada para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es antigua y la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es baja. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto al número de ofertantes y al precio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013, para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la oferta está determinada también por el número de ofertantes. Cuanto mayor es el número de empresas que producen un bien, mayor es la oferta del bien.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), las cantidades de cualquier bien o servicio que los productores planean vender, depende del precio del bien o servicio, que es la expresión de valor expresado, por lo general, en términos monetarios que tienen los bienes y servicios.

Para el estudio del determinante precio, el investigador clasificó esta dimensión en índices, los cuales fueron: nivel de precio alto, que comprende las cantidades entre S/. 7.00 y S/. 9.00, nivel de precio medio, entre S/. 5.00 y S/. 7.00 y finalmente, nivel de precio bajo, que comprende las cantidades entre S/. 3.00 y S/. 5.00. Estos niveles se establecieron en base a los precios del mercado actual.

En la dimensión número de ofertantes, sus índices son: cantidad de vehículos menores en el mercado de Sullana, cantidad de paraderos formales constituidos de vehículos menores, cantidad de autos registrados para brindar el servicio de taxi y cantidad de empresas de servicio de taxi registradas en la ciudad de Sullana.

En la investigación el precio está dado por el nivel de precio medio y respecto al número de ofertantes está dado por la cantidad de ofertantes del servicio de taxi en la ciudad de Sullana.

Los resultados de la investigación muestran que los usuarios pagan por el servicio de taxi al ofertante entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 87.50 %.

En cuanto al número de ofertantes, la cantidad de vehículos menores es 18, 967.00, la cantidad de paraderos formales constituidos son 124, la cantidad de autos registrados para el servicio de taxi es 32 y la cantidad de empresas de servicio de taxi son 2.

La hipótesis específica planteada H_5 el número de ofertantes que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 está dado por la cantidad de ofertantes del servicio de taxi y el precio está dado por el nivel de precio medio que ofrece el ofertante por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto al perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana, según el Diccionario LID de Empresa y Economía, el perfil del ofertante es el conjunto de características demográficas, sociales y de mentalidad que distinguen a los ofertantes de una marca, empresa o servicio.

En la dimensión características del perfil del ofertante, sus índices son: tipo de vehículo, marca del vehículo, año promedio del vehículo, mecanismo de servicio: paradero formal, paradero informal, empresa, teléfono; medios de comunicación para brindar información: radio, televisión, diarios locales, amigos, redes sociales; y zonas de atención con mayor frecuencia: centro de la ciudad, urbanización, asentamiento humano o zona distrital.

En la investigación el perfil del ofertante está dado por las características del vehículo que tiene el ofertante para brindar el servicio de taxi.

Los resultados de la investigación muestran que el perfil del ofertante está dado por las siguientes características de presencia mayoritaria, como la zona de mayor atención es en el centro de la ciudad con el 81.25 %, mediante el mecanismo de paradero informal con el 62.50 %, teniendo el vehículo como año promedio 2010 con el 37.50 % y de marca Chevrolet con el 31.25 %.

La hipótesis específica planteada H_6 el perfil del ofertante está dada por las características del vehículo que tiene el ofertante para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

Respecto a los determinantes de la demanda y a la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013. Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), la cantidad que los consumidores planean comprar de un bien o servicio, depende de muchos determinantes. Los principales son: gustos y preferencias: actitudes y deseos de los usuarios potenciales hacia el servicio de taxi. Ingresos: cantidad de dinero que disponen los usuarios potenciales. Precio: valor monetario que los usuarios potenciales están dispuestos a pagar por el servicio de taxi. Cantidad demandada: cantidad de servicios que los usuarios potenciales están dispuestos a demandar a un

precio dado y el perfil del consumidor: características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los usuarios potenciales.

Para Parkin, M. y Esqueviel, G. (2001), las cantidades de cualquier bien o servicio que los productores planean vender, depende de muchos determinantes. Los principales son: tecnología: conjunto de medios y mecanismos que usan los ofertantes para el servicio de taxi. Número de ofertantes: cantidad de ofertantes para el servicio de taxi. Precio: valor monetario que los ofertantes ofrecen para el servicio de taxi. Número de servicios ofertados: cantidad de servicios que los ofertantes realizan al día por el servicio de taxi. Perfil del ofertante: características socio-demográficas, estilo de vida y conductuales de los ofertantes.

En la investigación los determinantes de la demanda están dados por los gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demanda y el perfil del consumidor y respecto a los determinantes de la oferta están dados por la tecnología, el número de ofertantes, el precio, número de servicios ofertados y el perfil del ofertante.

Los resultados de la investigación muestran que los determinantes de la demanda y oferta favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

La hipótesis general planteada H_1 los determinantes de la oferta que favorecen son tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante y los determinantes de la demanda que favorecen son gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demandada y perfil del consumidor para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013. La misma que fue verificada en los resultados, por lo que se **ACEPTA** la hipótesis.

V. CONCLUSIONES

1. Los gustos y preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, son que prefieren el vehículo de tipo taxi (52.54%), modelo y/o marca Toyota – Yaris (36.44%), buscan como atributo la seguridad (73.45%) y como medio de información prefieren la radio (57.91%).
2. El ingreso económico promedio mensual del usuario potencial está entre S/. 750.00 – S/. 1,000.00 (55.09%), el cual refleja un nivel de ingresos medio.
3. El perfil del usuario potencial para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 está dado por las siguientes características: lugar de residencia centro de la ciudad (54.52%), de sexo masculino (60.45%), de condición laboral dependiente (62.71%) laborando en el sector privado (72.88%), con una edad promedio entre 31 a 50 años (46.04%) y de grado de instrucción superior (72.60%).
4. El precio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana dentro del casco urbano es entre S/. 3.00 a S/. 5.00 (88.14%) y fuera del casco urbano es entre S/. 5.00 a S/. 7.00 (88.70%).
5. La frecuencia diaria que demanda el usuario potencial por el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es entre 3 y 5 servicios al día (58.48%).
6. La cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana es entre 5 y 11 servicios al día, laborando entre 5 y 12 horas al día.
7. El vehículo del ofertante presenta como mecanismo de seguridad el cinturón de seguridad (75%), los cuales se encuentran en buen estado. Los asientos se encuentran en regular estado pero aún genera conformidad en el usuario. El sistema de comunicación empresa – conductor se encuentra en estado deficiente, pero el sistema de comunicación conductor – usuario es afectivo y

ameno. El estado del vehículo se encuentra en condiciones regulares y por último la apariencia del conductor es higiénica.

8. El número de ofertantes que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana es de 32 taxistas.
9. El precio promedio que el usuario le paga al ofertante por el servicio de taxi es entre S/. 5.00 y S/. 7.00 (87.50%) por carrera.
10. El perfil del ofertante está dado por las siguientes características: mecanismo de paradero informal (62.50%), año promedio del vehículo 2010 (37.50%), marca del vehículo Chevrolet (31.25%), atendiendo con más frecuencia en la zona del centro de la ciudad (81.25%).
11. Los determinantes de la demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, son los gustos y preferencias, el nivel de precios, el perfil del usuario potencial, el nivel de ingresos y la cantidad demandada y los determinantes de la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013, son el tipo de tecnología, la cantidad ofertada, el número de ofertantes, el nivel de precios y el perfil del ofertante del servicio de taxi.

VI. RECOMENDACIONES

En la investigación se recomienda:

1. Realizar un estudio a nivel cualitativo para profundizar los gustos y preferencias de los usuarios potenciales y conocer otros atributos importantes en la elección de un servicio de taxi.
2. Realizar un costeo minucioso que permita establecer niveles de precios y compararlas con las obtenidas en el estudio.
3. Considerar un presupuesto económico con las especificaciones técnicas de los vehículos que forman parte de los gustos y preferencias indicados por el consumidor potencial.
4. Ampliar el estudio hacia la población de zona distrital que presenta la ciudad de Sullana para evaluar si es favorable brindar el servicio de taxi en dicha zonas.
5. Realizar un estudio de mercado profundo de la oferta del servicio de taxi en la ciudad de Sullana.
6. Realizar un estudio por zonas en la ciudad de Sullana mediante muestras representativas con el fin conocer la zona con mayor participación de mercado que tiene el servicio de taxi.
7. Realizar un plan de negocios para la presente investigación para evaluar la viabilidad económica y financiera del negocio.
8. Realizar un estudio de mercado con las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Sullana para determinar si es posible realizar alianzas estratégicas.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, M., Álvarez, M. y Rubiela Triana, M. (2010) *Creación de una empresa de servicios de transportes Markar Ltda.* (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad EAN. Bogotá D.C).
- American Marketing Association (2006). Recuperado el 15 de Septiembre de 2013 de: <http://www.marketingpower.com/mg-dictionary.php>
- Andrade, S. (2005). *Diccionario de Economía.* (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Editorial Andrade.
- Arellano Cueva, R. (2002). *Comportamiento del Consumidor.* (Primera Edición). México D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Barreto Feijóo, E. y Barrientos Ruiz, P. (2010). *Estudio de mercado para la implementación de una sucursal de Representaciones V. Barrientos en la ciudad de Paita Baja. Año 2010.* (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.
- Becerra Marsano, A. y García Vega, E. (2008). *Aspectos básicos de marketing para micro y pequeño empresa* (Primera Edición). Lima, Perú: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.
- Cabrera Vicente, E. y Contreras Alarcón, T. (2011). *Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un centro recreacional en el distrito de las Lomas – Piura.* (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.
- Castillo Peña, Martin. (2012). *Estudio de factibilidad para la instalación de un centro comercial en el distrito de Ignacio Escudero de la Provincia de Sullana en el año 2012.* (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú

- Cazorla, K. (2010) *Estudio de mercado para la creación de un empresa de transporte marítimo turístico que cubra la ruta “La Guaira – Punta de Piedras”*. (Tesis de Licenciatura en Administración en Empresas Turísticas, Universidad Nueva Esparta. Caracas, Venezuela)
- Chisnall, P. (2010). *Marketing Research*. (Séptima Edición). México D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Dioses Atoche, D. y Jirón Zapata, A. (2010). *Estudio de mercado para la empresa Sullana Taxi*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad Nacional de Piura, Piura, Perú.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2004). *Mercadotecnia*. (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Mc. Graw Hill.
- Ferguson. C. y Gould, J. (1978). *Teoría Macroeconómica*. (Primera Edición). México D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Hernández Sampieri, R (2010). *Metodología de la Investigación*. (Quinta Edición). México D.F., México: Mc. Graw Hill.
- Jany Castro, J. (2005). *Investigación Integral de Mercados*. (Tercera Edición). Bogotá, Colombia: Mc. Graw Hill.
- Kinnear Thomas, C. (1998). *Investigación de Mercados: un enfoque aplicado* (Quinta Edición). Bogotá, Colombia: Mc Graw – Hill.
- Kotler, P. (2006). *Diccionario de Marketing*. Recuperado el 12 de Mayo de 2013 de: <http://goo.gl/DNqNL>
- Kotler, P., Bloom, P. y Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. (Primera Edición). Barcelona, España: Paidós.
- Krugman, P. y Wells, R. (2006). *Introducción a la economía. Microeconomía*. Barcelona, España: Reverte.

- Nogales, A. (2004). *Investigación y técnicas de mercado*. (Primera Edición). Ciudad de Madrid, España: Editorial ESIC.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercado*. (Quinta Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.
- Mankiw, G. (2002). *Principios de Economía*. Recuperado el 25 de Septiembre de 2013 de: <http://goo.gl/yiLJXE>
- Parkin, M. y Esquivel, G. (2001). *Microeconomía versión para Latinoamérica*. (Quinta Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.
- Piloña Ortiz, Gabriel. (1998). *Métodos y técnicas de investigación*. (Segunda Edición). Guatemala: Cimgra.
- Pujol Bengoechea, B. (2003). *Dirección de Marketing*. (Primera Edición). Ciudad de México, México: Royce Editores.
- Ramírez Coronel, C. (2008). *Creación de una empresa de transportes de carga para prestar servicios a empresas mineras*. (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú).
- Rosales Obando, J. (2007). *Elementos de Microeconomía*. (Primera Edición). San José de Costa Rica, Costa Rica: Cimgra.
- Ruesta Chapilliquen, L. (2009) *Estudio de mercado para determinar la viabilidad de instalar un lavacentro vehicular en la ciudad de Piura*. (Tesis inédita de Licenciatura en Administración). Universidad César Vallejo, Piura, Perú.
- Sandhusen, R. (2002). *Mercadotecnia*. (Primera Edición). Ciudad de México, México: Cecsca.
- Schiffman, L. y Kanuk, L. (2005). *Consumer Behavior*. (Octava Edición). Ciudad de México, México: Pearson Educación de México.

Segarra Echevarría, A. (2013). *Creación de una empresa de servicios de transporte ejecutivo en el Cantón La Libertad, Provincia de Santa Elena. Año 2013.* (Tesis de Licenciatura en Administración, Universidad UPSE, Santa Elena, Ecuador).

Thompson, I. (2006). *Definiciones de demanda y oferta.* Recuperado el 09 de Octubre de 2013 de: <http://goo.gl/StmSF>

ANEXOS

ANEXO 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título	Problema General	Hipótesis General	Objetivo General	Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CONSTITUCIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TAXI SEGURO LAS 24 HORAS DEL DÍA EN LA CIUDAD DE SULLANA. AÑO 2013.	¿Cuáles son los determinantes de la oferta y demanda que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?	Los determinantes de la oferta que favorecen son tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante y los determinantes de la demanda que favorecen son Gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demandada y perfil del consumidor para la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.	Identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.	Determinantes de la Demanda.	Determinantes que conforman la cantidad de productos y/o servicios que los consumidores planean comprar en un periodo dado y a un precio en particular.	Gustos y preferencias, ingresos, precio, cantidad demandada y perfil del consumidor.	Tipo de Gustos y Preferencias. Nivel de Ingresos. Nivel de Precios. Nivel de Demanda. Características del Perfil del Consumidor.	Encuesta.	Cuestionario.
				Determinantes de la Oferta.	Determinantes que conforman la cantidad de bienes y/o servicio que los productores planean vender durante un periodo dado y a un precio en particular.	Tecnología, número de ofertantes, precio, número de servicios ofertados y perfil del ofertante.	Tipo de Tecnología. Cantidad de Ofertantes. Nivel de Precios. Cantidad de Servicios Ofertados Características del Perfil del Ofertante.		

Problema Específico 1	Hipótesis Específica 1	Objetivo Específico 1
¿Cuáles son los gustos y preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?	Los gustos y preferencias del usuario potencial esta dado por el tipo de vehículo taxi y por el atributo principal de seguridad para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.	Identificar cuáles son los gustos y/o preferencias del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.
Problema Específico 2	Hipótesis Específica 2	Objetivo Específico 2
¿Cuál es el ingreso promedio y el perfil del usuario potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?	El nivel de ingresos promedio del usuario potencial es medio y el perfil del consumidor potencial pertenece al sector privado y de condición dependiente para el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.	Identificar cuál es el nivel de ingresos promedio y cuál es el perfil del consumidor potencial del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.

Problema Específico 3	Hipótesis Específica 3	Objetivo Específico 3
¿Cuál es el nivel de precios y la cantidad demandada que el usuario potencial está dispuesto a pagar y demandar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013?	El nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar es bajo y la cantidad demandada que presenta el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013 es alta.	Cuantificar cuál es la cantidad demandada e identificar cuál es el nivel de precios promedio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana – 2013.
Problema Específico 4	Hipótesis Específica 4	Objetivo Específico 4
¿Cuál es el tipo de tecnología y la cantidad de servicios ofertados para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?	El tipo de tecnología ofertada para el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es antigua y la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 es baja.	Identificar cuál es el tipo de tecnología ofertada y cuantificar cuál es la cantidad promedio de servicios ofertados que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

Problema Específico 5	Hipótesis Específica 5	Objetivo Específico 5
¿Cuál es el número de ofertantes y el nivel de precios promedio que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?	El número de ofertantes que presenta el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013 está dado por la cantidad de ofertantes del servicio de taxi y el precio está dado por el nivel de precio medio que ofrece el ofertante por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013	Cuantificar cuál es el número de ofertantes e identificar cuál es el nivel de precios promedio que el ofertante ofrece por el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.
Problema Específico 6	Hipótesis Específica 6	Objetivo Específico 6
¿Cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana - 2013?	El perfil del ofertante está dado por las características del vehículo que tiene el ofertante para brindar el servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.	Identificar cuál es el perfil del ofertante del servicio de taxi en la ciudad de Sullana – 2013.

ANEXO 02: CUESTIONARIO DE DEMANDA.

**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO - PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Estimado(a) señor(a), el siguiente cuestionario, de carácter confidencial, tiene como la finalidad identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013. Para ello, su respuesta nos ayudará a obtener información de vital importancia para cumplir con la finalidad trazada. Agradeciendo de antemano su gentil colaboración y la veracidad de la misma.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) su respuesta:

1. Usted vive en:

Centro de la Ciudad.

Urbanización. _____

Asentamiento Humano. _____

Zona Residencial. _____

2. ¿Qué tipo de vehículo prefiere Usted para movilizarse?

Colectivo.

Taxi.

Mototaxi.

Moto lineal.

Otro. _____

3. Si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, ¿Utilizaría este servicio?

Si.

No.

4. ¿Cuáles son los atributos que influyen en Usted, al momento de usar el servicio de taxi seguro las 24 horas del día?

Modernidad de vehículo.

Modelo y/o marca del vehículo.

Precio.

Comodidad.

Seguridad.

Rapidez.

5. ¿Qué modelo y/o marca prefiere Usted para contar con este servicio de taxi seguro las 24 horas del día?

Toyota – Yaris.

Nissan – Almería.

Chevrolet – Sail.

Kia – Rio.

Otro. _____

6. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información sobre la nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día?

Radio.

Televisión.

Diarios locales.

Revistas locales.

Redes Sociales - Internet.

Amigos.

7. ¿Con que frecuencia diaria utilizaría el nuevo servicio de taxi seguro?

Menos de 2 servicios.

Entre 3 - 5 servicios.

Entre 6 a 9 servicios.

Entre 10 a más servicios.

8. ¿Cuánto están dispuesto a pagar por el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana dentro del casco urbano?

De S/. 3.00 - S/. 5.00

De S/. 5.00 - S/. 7.00

De S/. 7.00 - S/. 9.00

De S/. 9.00 - S/. 11.00

9. ¿Cuánto están dispuesto a pagar por el nuevo servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana fuera del casco urbano?

De S/. 5.00 - S/. 7.00

De S/. 7.00 - S/. 9.00

De S/. 9.00 - S/. 11.00

De S/. 11.00 - S/. 15.00

10. ¿Cuál es su ingreso económico promedio mensual?

De S/. 750.00 - S/. 1,000.00

De S/. 1,000.00 - S/. 1,200.00

De S/. 1,200.00 - S/. 1,400.00

De S/. 1,400.00 a más.

11. Condición Laboral:

Dependiente.

Independiente.

12. ¿En qué sector laboral se desempeña?

Público.

Privado.

13. ¿Cuál es su ocupación?

DATOS DE CONTROL

1. Sexo: M F

2. Edad:

Menor de 18 años.

Entre 19 a 30 años.

Entre 31 a 50 años.

De 51 años a más.

3. Grado de Instrucción:

Primaria.

Secundaria.

Tecnológica

Superior.

ANEXO 03: CUESTIONARIO OFERTA.

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO - PIURA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Estimado(a) señor(a), el siguiente cuestionario, de carácter confidencial, tiene como la finalidad identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013. Para ello, su respuesta nos ayudará a obtener información de vital importancia para cumplir con la finalidad trazada. Agradeciendo de antemano su gentil colaboración y la veracidad de la misma.

Lea cuidadosamente cada pregunta y marque con un aspa (x) su respuesta:

1. ¿Qué tipo de vehículo utiliza para brindar el servicio de taxi?

- Colectivo.
- Taxi.
- Mototaxi.
- Vehículo propio.

2. ¿Cuál es la marca del vehículo?

- Toyota
- Nissan
- Chevrolet.
- Kia,
- Otro: _____

3. Año Promedio del vehículo: _____

4. ¿Cuáles son los mecanismos de seguridad que tiene?

- Freno de mano.
- Bolsa de aire.
- GPS
- Cinturón de seguridad.
- Radio de comunicación
- Otros: _____

5. ¿Cuenta con sistema de aire acondicionado?

- Si.
- No.

6. ¿Mediante que mecanismo ofrece su servicio?

- Paradero formal.
- Empresa.
- Paradero informal.
- Teléfono.

7. ¿A través de qué medios da a conocer la información sobre su servicio?

- Radio.
- Televisión.
- Diarios locales.
- Amigos.
- Redes Sociales.

8. ¿Cuántos servicios aproximadamente atiende al día? _____

9. ¿Cuántas horas al día labora en este servicio?

10. ¿Cuál es el precio promedio que los usuarios le pagan por su servicio?

- De S/. 3.00 - S/. 5.00
- De S/. 5.00 - S/. 7.00
- De S/. 7.00 - S/. 9.00

11. ¿Qué zonas atiende con más frecuencia?

- Centro de la Ciudad. _____
- Urbanización. _____
- Asentamiento Humano. _____
- Zona distrital _____

ANEXO 04: FICHA DE REGISTRO.

FICHA DE REGISTRO

Objetivo: Identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013.

AUTOR: SUB GERENCIA DE TRANSPORTE Y SEGURIDAD VIAL DE LA MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE SULLANA - 2013.

TÍTULO: INFORME DE TRNASPORTES Y SEGURIDAD VIAL – SEMESTRE I DEL PRESENTE AÑO.

PREGUNTAS:

1. **¿CUÁNTOS VEHÍCULOS MENORES HAY REGISTRADOS EN LA CIUDAD DE SULLANA?**

2. **¿CUÁL ES EL NÚMERO DE PARADEROS FORMALES QUE HAY CONSTITUIDOS EN LA CIUDAD DE SULLANA?**

3. **¿CUÁNTOS AUTOS (TAXI) HAY REGISTRADOS EN LA CIUDAD DE SULLANA?**

4. **¿CUÁNTAS EMPRESAS DE SERVICIO DE TAXI HAY?**

ANEXO 05: GUÍA Y/O FICHA DE OBSERVACIÓN

GUÍA Y/O FICHA DE OBSERVACIÓN

Objetivo: Identificar cuáles son los determinantes de la demanda y la oferta que favorecen la constitución de una empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana - 2013.

TECNOLOGÍA	ESCALA		
	Buen Estado	Regular Estado	Mal Estado
<ul style="list-style-type: none">• Aspecto de los asientos.			
<ul style="list-style-type: none">• Limpieza personal del conductor.			
<ul style="list-style-type: none">• Sistema de comunicación (Empresa – Conductor).			
<ul style="list-style-type: none">• Sistema de comunicación (Conductor – Usuario).			
<ul style="list-style-type: none">• Cinturones de seguridad.			
<ul style="list-style-type: none">• Estado del vehículo.			
<ul style="list-style-type: none">• Apariencia del conductor.			
<ul style="list-style-type: none">• Comodidad de los asientos			
<ul style="list-style-type: none">• Utiliza uniforme distintivo a la empresa.	SI	NO	
<ul style="list-style-type: none">• Dispone de aire acondicionado.	SI	NO	

ANEXO 06: RESULTADOS DEL ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS EN LA INVESTIGACIÓN.

- ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE DEMANDA**

```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos1.
RELIABILITY/VARIABLES=P.D.1 P.D.2 P.D.3 P.D.4 P.D.5 P.D.6 P.D.7
P.D.8 P.D.9 P.D.10 P.D.11 P.D.12 D.C.1 D.C.2 D.C.3/SCALE('ALL
VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA.
```

Análisis de fiabilidad

```
[Conjunto_de_datos1] C:\Users\JONATHAN\Desktop\TESIS\INSTRUMENTOS
DE RECOLECCIÓN DE DATOS\Conjunto_de_datos_demanda.sav
```

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	38	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	38	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,552	15

- ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE OFERTA.**

```
DATASET ACTIVATE Conjunto_de_datos2.
RELIABILITY/VARIABLES=P.O.1 P.O.2 P.O.4 P.O.5 P.O.6 P.O.7 P.O.10
P.O.11/SCALE ('ALL VARIABLES') ALL/MODEL=ALPHA.
```

Análisis de fiabilidad

```
[Conjunto_de_datos2] C:\Users\JONATHAN\Desktop\TESIS\INSTRUMENTOS
DE RECOLECCIÓN DE DATOS\Conjunto_de_datos_oferta.sav
```

Escala: TODAS LAS VARIABLES

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	16	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	16	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,587	8

ANEXO 07: RESULTADOS DE LA ENCUESTA PILOTO DE DEMANDA

Tabla N° 01

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el tipo de vehículo que prefiere para movilizarse.

Tipo de vehículo que prefiere el usuario potencial para movilizarse.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Colectivo	4	10.53 %	4
Taxi	26	68.42 %	26
Mototaxi	6	15.79 %	6
Moto Lineal	1	2.63 %	1
Otro	1	2.63 %	1
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El tipo de vehículo que prefiere el usuario potencial para movilizarse si se aperturará una nueva empresa de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es el taxi con un 68.42 %, seguido de la mototaxi (vehículo trimóvil) con un 15.79 %, el colectivo con un 10.53 %, otro tipo de vehículo con un 2.63 % y por último la moto lineal con un 2.63 %. Esto favorece posible la apertura de la empresa de servicio de taxi debido a que el usuario potencial prefiere en su mayoría el vehículo de tipo taxi, dejando de lado el medio de transporte tradicional de la ciudad que son las mototaxi.

Tabla N° 02

Porcentaje de usuarios potenciales según el atributo que influye al momento de usar el servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Atributos que influyen en el usuario potencial al momento de usar el servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Modernidad del vehículo	6	15.79 %	6
Modelo y/o marca del vehículo.	0	0.00 %	0
Precio	0	0.00 %	0
Comodidad	1	2.63 %	1
Seguridad	30	78.95 %	30
Rapidez	1	2.63 %	1
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El atributo principal que influye en el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es la seguridad con un 78.95 %, seguido de la modernidad del vehículo con un 15.79 %, la comodidad con un 2.63 % y por último la rapidez con un 2.63%. Como se muestra en la tabla, el atributo principal que influye en el usuario potencial es la seguridad lo que comprueba la inseguridad ciudadana que presenta la ciudad de Sullana y que está justificado en la realidad problemática de la presente investigación.

Tabla N° 03

Porcentaje de usuarios potenciales según el modelo y/o marca del vehículo que prefiere en un servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Modelo y/o marca que prefiere el usuario potencial para utilizar este servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Toyota - Yaris	17	44.74 %	17
Nissan - Almeira	3	7.89 %	3
Chevrolet - Sail	7	18.42 %	7
Kia - Rio	5	13.16 %	5
Otro	6	15.79 %	6
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El modelo y/o marca del vehículo que prefiere el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es el Toyota – Yaris con el 44.74 %, seguido del Chevrolet – Sail con el 18.42 %, otro modelo y/o marca de vehículo con el 15.79 %, el Kia – Rio con el 13.16 % y por último el Nissan - Almeira con el 7.89 %. El usuario potencial prefiere el Toyota – Yaris debido a la calidad, conformidad y elegancia del vehículo.

Tabla N° 04

Porcentaje de usuarios potenciales según el medio de comunicación que prefiere para recibir información respecto al servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana.

Medios de comunicación que le gustaría recibir información al usuario potencial sobre la nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Radio	21	55.26 %	21
Televisión	5	13.16 %	5
Diarios Locales	5	13.16 %	5
Revistas Locales	0	0.00 %	0
Redes Sociales – Internet	5	13.16 %	5
Amigos	2	5.26 %	2
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El medio de comunicación por el cual el usuario potencial le gustaría recibir la información si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es la radio con el 55.26 %, seguido de la televisión, diarios locales y redes sociales con el 13.16 % y por último amigos con el 5.26 %. El usuario potencial prefiere la radio debido a que es el medio de comunicación más utilizado para brindar información y presenta varias emisoras locales.

Tabla N° 05

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su nivel de ingreso económico promedio mensual.

Ingreso económico promedio mensual del usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
De S/. 750.00 – S/. 1,000.00	20	52.63 %	20
De S/. 1,000.00 – S/. 1,200.00	15	39.47 %	15
De S/. 1,200.00 – S/. 1,400.00	3	7.90 %	3
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El ingreso económico promedio del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de S/. 750.00 – S/. 1,000.00 con el 52.63 %, seguido de S/. 1,000.00 – S/. 1,200.00 con el 39.47 % y por último de S/. 1,200.00 – S/. 1,400.00 con el 7.90 %. Esto demuestra que el usuario potencial dispone de dinero (poder adquisitivo) para demandar este servicio, donde el ingreso económico promedio mensual en su mayoría sobrepasa en cierta medida el sueldo básico de ley en nuestro País.

Tabla N° 06

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su lugar de residencia.

Lugar de residencial del usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Centro de la ciudad	24	63.16 %	24
Urbanización	9	23.68 %	9
Asentamiento Humano	5	13.16 %	5
Zona Residencial	0	0.00 %	0
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: Si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, el lugar de residencia del usuario potencial para la apertura de una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es en el centro de la ciudad con el 63.16 %, seguido de urbanización con el 23.68 % y por último asentamiento humano con el 13.16 %. Esto demuestra que hay mayor participación de mercado en el centro de la ciudad para demandar el servicio por parte de los usuarios potenciales.

Tabla N° 07

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el sexo.

Sexo del usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Masculino	25	65.79 %	25
Femenino	13	34.21 %	13
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El sexo del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana, es de sexo masculino con el 65.79 % y de sexo femenino con el 34.21 %, lo que demuestra que el sexo demandante es el masculino.

Tabla N° 08

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el sector laboral donde se desempeña.

Sector laboral en el que se desempeña el usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Público	12	31.58 %	12
Privado	26	68.42 %	26
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El sector laboral donde se desempeña el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es en el sector privado con el 68.42 % y en el sector público con el 31.58 %.

Tabla N° 09

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según su condición laboral.

Condición laboral en el que labora el usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Dependiente	27	71.05 %	27
Independiente	11	28.98 %	11
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La condición laboral donde se desempeña el usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de condición dependiente con el 71.05 % y de condición independiente con el 28.95 %.

Tabla N° 10

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según la edad promedio.

Edad promedio del usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Menor de 18 años	0	0.00 %	0
Entre 19 a 30 años	10	26.32 %	10
Entre 31 a 50 años	19	50.00 %	19
De 51 a más años	9	23.68 %	9
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La edad del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana está comprendida entre las edades de 31 a 50 años con un 50.00 %, seguido de las edades comprendidas entre los 19 a 30 años con un 26.32 % y finalmente entre 51 años a más con un 23.68 %.

Tabla N° 11

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el grado de instrucción.

Grado de instrucción del usuario potencial.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Primaria	0	0.00 %	0
Secundaria	1	2.63 %	1
Tecnológico	8	21.05 %	8
Superior	29	76.32 %	29
Total	38		38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El grado de instrucción del usuario potencial si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es de nivel superior con un 76.32 %, seguido del nivel tecnológico con el 21.05 % y por último de nivel secundario con un 2.63 %. Esto representa que el usuario potencial tiene una formación profesional universitaria.

Tabla N° 12

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el precio que están dispuestos a pagar dentro del casco urbano.

Precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial dentro del casco urbano.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Entre S/. 3.00 – S/. 5.00	32	84.21 %	32
Entre S/. 5.00 – S/. 7.00	6	15.79 %	6
Entre S/. 7.00 – S/. 9.00	0	0.00 %	0
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El precio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi dentro del casco urbano si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es entre S/. 3.00 – S/. 5.00 con el 84.21 % y entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 15.79 %. Esto demuestra que el usuario potencial quiere y dispone de los recursos monetarios para demandar este servicio dentro del casco urbano.

Tabla N° 13

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según el precio que están dispuestos a pagar dentro del fuera del casco urbano.

Precio que está dispuesto a pagar el usuario potencial dentro del casco urbano.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Entre S/. 5.00 – S/. 7.00	32	84.21 %	32
Entre S/. 7.00 – S/. 9.00	6	15.79 %	6
Entre S/. 9.00 – S/. 11.00	0	0.00 %	0
Total	38	100 %	38

Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: El precio que el usuario potencial está dispuesto a pagar por el servicio de taxi fuera del casco urbano si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana es entre S/. 5.00 – S/. 7.00 con el 84.21 % y entre S/. 7.00 – S/. 9.00 con el 15.79 %. Esto demuestra que el usuario potencial quiere y dispone de los recursos monetarios para demandar este servicio fuera del caso urbano.

Tabla N° 14

Porcentaje de usuarios potenciales del servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana según la frecuencia diaria que utilizaría el servicio.

Frecuencia diaria que utilizaría el usuario potencial por el nuevo servicio de taxi.	¿Utilizaría este servicio de taxi seguro?		Total
	N°	%	
Menos de 2 servicios.	16	42.11 %	16
Entre 3 – 5 servicios.	19	50.00 %	19
Entre 6 – 9 servicios.	3	7.89 %	3
Entre 10 a más servicios.	0	0.00 %	0
Total	38	100 %	38

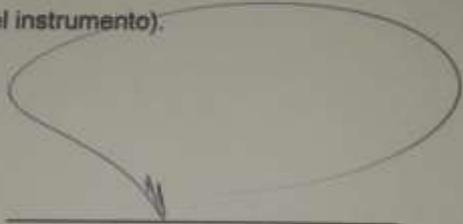
Fuente: Encuesta piloto aplicada a la PEA de Sullana zona urbana.

Elaborado por el autor.

Interpretación: La frecuencia diaria que el usuario potencial demandaría el nuevo servicio de taxi si se aperturará una nueva empresa de servicio de taxi seguro las 24 horas del día en la ciudad de Sullana está comprendida entre 3 a 5 servicios con el 50.00 %, seguido de menos de 2 servicios con el 42.11 % y por último entre 6 a 9 servicios con el 7.89 %. Esto confirma que el usuario potencial está dispuesto a demandar el nuevo servicio con una frecuencia promedio de 3 a 5 servicios al día.

ANEXO 08: VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Yo José Oswaldo Flores Córdova, especialista
en FINANZAS, ostento el grado
de MBA y ejerzo la carrera
profesional en UCV (Institución educativa); VALIDO el
instrumento denominado QUESTIONARIO, el mismo
que consta de 13 preguntas
(Breve descripción del instrumento).



Firma y Pos Firma

Yo Lidia Mercedes Olave Guerrero especialista
en Economía ostento el grado
de Economista y ejerzo la carrera
profesional en UCY - Puna (Institución educativa); VALIDO el
instrumento denominado cuestionarios el mismo
que consta de Demanda: 14 preguntas y oferta: 10 preguntas
(Breve descripción del instrumento). fue diseñada por orden de (delin-
cia) y con los repetidos

03/10/2013 Fecha


Firma y Pos Firma

ANEXO 09: FÓRMULA PARA EL CÁLCULO DE POBLACIÓN FINITA

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Total de la población.

Z = 1.96 (seguridad 95%).

p = Proporción esperada (en este caso = 0.5).

q= 0.5

e= Precisión (5%).