

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO

ABAD DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS,

CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



**SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN
LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN
MACHUPICCHU**

Presentado por los Bachilleres:

Edson Ernesto Manga Cuellar

Nohemi Peralta Muñoz

Para optar al Título Profesional de
Licenciado en Turismo

ASESORA

Dra: Roxana Abarca Arrambide

CUSCO - PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios y a la Virgen del Carmen por haberme dado las fuerzas para llegar a este momento tan importante de mi formación profesional.

A mi madre, Hilda Cuellar Estrada que a pesar de no estar a mi lado, siento que está conmigo siempre y aunque nos faltaron muchas cosas por vivir , sé que este momento hubiera sido tan especial para ti como lo es para mí. No hay día que no te extrañe.

A mi incansable padre, Mario Ernesto Manga Torres por ser mi pilar más importante y por siempre traslucir a superarme cada día más. Gracias por todo tu apoyo incondicional en el transcurso de mi carrera, los valores que me inculcaste y por todo lo que me diste y das; A ti doctito por compartir conmigo mis triunfos, alegrías y tristezas.

A mi hija Carmen Alesandra Manga Jara, que no dejo de pensar en ti, tenerte entre mis brazos, sé que nos espera muchas aventuras, desde ya eres mi princesa, mi amor, mi todo.

A todos mis hermanos por cuidarme, amarme a pesar de todo y querer siempre lo mejor para mí. Esto no hubiera sido posible sin su apoyo. Los quiero profundamente Anabel, Ximena y Rene, Erika, Jhuniór, Miguel .

Edson Ernesto Manga Cuellar.

DEDICATORIA

A Dios, al señor de Qoylloriti dar gracias por esta hermosa vida, por guiarme por el buen camino, a todas quienes siempre estuvieron conmigo en los buenos y malos momentos

A mi madre, amiga, mujer Uvaldina Muñoz por su confianza, amor, dedicación y comprensión que sin ella no sería quien soy y lo que soy; a mi padre Rodolfo Peralta ese ser de amor y modelo a seguir, que con su gran esfuerzo lograron todo lo que soy darles gracias por todos queridos papas.

A mis hermanos Brandon y Sarely por ser los más pequeños y yo ser su modelo a seguir gracias por esos momentos.

A mi bebe; a mi hija, mi niña hermosa Azteca el gran amor de mi vida y mi más grande bendición que todo esto es por ella.

A mi amor por siempre estar conmigo, A todos los que confiaron en mí.

Nohemi Peralta Muñoz

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a la Tricentenaria casa de Estudios, alma mater, la **Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco**, a la Escuela Profesional De Turismo , por habernos formado como personas de bien .

A los señores Catedráticos, que tuvieron la paciencia necesaria en transmitir sus conocimientos y experiencias; a mis compañeros y amigos, por su preocupación e insistencia para hacer realidad este momento.

A nuestra asesora de tesis, Dra. Roxana Abarca Arrambide, quien supo brindarnos su paciencia y orientación en las diferentes etapas de la elaboración del presente trabajo.

Queremos mostrar también, nuestro sentimiento de gratitud con la Dra. Felicia Elena Valer Lopera, por la calidez de persona y palabras de aliento durante toda esta etapa de formación.

De manera especial, expresamos nuestro agradecimiento al Mgt. Álvaro Recharte Cuentas, y Mgt. María Jesús Olazabal Castillo por su incondicional apoyo a lo largo de este proceso.

Para no olvidarnos a quienes saben que nos apoyaron y estuvieron allí.

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO.

SEÑORES MIEMBROS DE JURADO:

Cumpliendo con el Reglamento de grado y Títulos de la escuela Profesional de Turismo, presento ante Ustedes la Tesis intitulada **“SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN MACHUPICCHU”**, para optar al título profesional de Licenciados en Turismo.

Dicho trabajo de investigación fue desarrollado en base a las teorías de la satisfacción del turista y el flujo turístico, las que se observaron de acuerdo a la percepción de los usuarios de este servicio. Además se procesó la información obtenida a través del paquete estadístico IBM SPSS Statistics versión 25, el cual pudo aportar a la investigación con los cálculos estadísticos de frecuencias y prueba de hipótesis, lo cual dio respuesta al problema general de la investigación a través de las pruebas estadísticas.

Bach. Edson Ernesto Manga Cuellar

Bach. Nohemi Peralta Muñoz

INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel satisfacción de los usuarios de tren del servicio local en relación con el flujo turístico que se da en la estación de Machupicchu, la investigación precisa dos variables de estudio las cuales son el flujo turístico y la satisfacción de los usuarios de este servicio.

La satisfacción del turista depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas que este pide. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, éste estará satisfecho. El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización, identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio que son fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Esta investigación la cual se desarrolló en la siguiente estructura:

CAPÍTULO I.- Se detalla la el diagnostico situacional describiendo el problema que se tiene, donde se incluye la descripción de la problemática, así como las metas del estudio, llegando a una justificación en diferentes puntos de vista describiendo los aspectos demográficos, sociales, económicos y generales.

CAPÍTULO II.- Se realiza el procesamiento e interpretación de datos de la investigación, en la cual se determinó una muestra población para estudiar las dos variables y su relación entre ellas.

CAPÍTULO III.- El capítulo tres está determinado por la propuesta que se brinda de acuerdo a la investigación realizada, la cual se considera una de las soluciones respecto a la problemática sobre la insatisfacción de los usuarios y la gran afluencia del flujo turístico.

ÍNDICE

| | |
|--|------|
| DEDICATORIA..... | I |
| PRESENTACIÓN | IV |
| ÍNDICE..... | VII |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | X |
| ÍNDICE DE FIGURAS | XII |
| RESUMEN | XIII |
| ABSTRACT | XIV |
| 1. TITULO | 1 |
| 2. ÁREA PROBLEMÁTICA Y REFERENTE TEÓRICO..... | 1 |
| 2.1. Planteamiento del problema..... | 1 |
| 3. PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN E INTERROGANTE | 6 |
| 3.1 Problema General (PG) | 6 |
| 3.2 Problemas Específicos (PE) | 6 |
| 4. OBJETIVOS | 6 |
| 4.1 Objetivo General (OG)..... | 6 |
| 4.2 Objetivos Específicos (OE)..... | 6 |
| 5. JUSTIFICACIÓN | 7 |
| 5.1 Justificación metodológica..... | 7 |
| 5.2 Justificación social | 7 |
| 5.3 Justificación practica..... | 8 |
| 6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN | 8 |
| 6.1 Limitación geográfica | 8 |
| 6.2 Limitación temporal | 8 |
| 6.3 Limitación metodológica..... | 8 |
| 7. MARCO TEÓRICO..... | 9 |
| 7.1 Antecedentes de estudio..... | 9 |
| 7.1.1 Antecedente Internacional | 9 |
| 7.1.2 Antecedente Nacional..... | 15 |
| 7.1.3 Antecedente local | 22 |
| 7.2 Macroteorías y microteorías | 25 |
| 7.3 Marco conceptual | 37 |
| 7.4 Marco Normativo o Legal..... | 43 |
| 7.4.1. Artículo 103°.- Accidentes en tren..... | 43 |

| | | |
|--------|--|----|
| 7.4.2. | Artículo 104°.- Riesgos Graves. | 43 |
| 7.4.3. | Artículo 105°.- Coordinaciones interinstitucionales..... | 44 |
| 7.4.4. | Artículo 106°.- Transporte regular..... | 44 |
| 7.4.5. | Artículo 107°.- Unidades de apoyo..... | 45 |
| 7.4.6. | Artículo 119°.- Organización ferroviaria y Operador de Servicio de Transporte | 45 |
| 8. | IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES..... | 46 |
| 8.1 | Variable independiente..... | 46 |
| 8.2 | Indicadores | 47 |
| 9. | HIPÓTESIS..... | 48 |
| 9.1 | HIPÓTESIS GENERAL | 48 |
| 9.2 | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | 48 |
| 9.2.1 | Operacionalización de variables | 49 |
| 10. | METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN..... | 51 |
| 10.1 | Enfoque de la investigación | 51 |
| 10.2 | Modalidad de la investigación | 51 |
| 10.3 | Nivel o tipos de la investigación | 51 |
| 10.4 | Técnica de recolección de datos | 52 |
| 10.5 | Instrumentos para recolectar información | 52 |
| 10.6 | Procedimientos de recolección de datos | 53 |
| | DIAGNOSTICO SITUACIONAL..... | 54 |
| 1.1 | ASPECTOS GENERALES | 54 |
| 1.1.1 | Reseña Histórica del Ferrocarril | 54 |
| 1.1.2 | Estación Machupicchu..... | 55 |
| 1.1.3 | Los horarios del tren local | 56 |
| 1.1.4 | Puntos de venta de boletos..... | 57 |
| 1.1.5 | Análisis FODA | 58 |
| 1.2 | ASPECTOS DEMOGRÁFICOS | 59 |
| 1.3 | ASPECTOS SOCIALES | 60 |
| 1.4 | ASPECTOS ECONÓMICOS | 61 |
| 1.5 | ORGANIGRAMA EMPRESARIAL | 62 |
| | CAPITULO II..... | 63 |
| | ANÁLISIS DE PROCESAMIENTO DE DATOS | 63 |
| 2.1. | POBLACIÓN..... | 63 |

| | |
|---|-----|
| 2.2. MUESTRA | 64 |
| 2.3. DEFINICIÓN DE LA MUESTRA..... | 64 |
| 2.4. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS | 65 |
| 2.5. PRUEBA DE HIPÓTESIS | 89 |
| CAPITULO III | 91 |
| PROGRAMA N° 01 | 91 |
| PROGRAMA N° 02 | 96 |
| CONCLUSIONES..... | 99 |
| RECOMENDACIONES | 101 |
| BIBLIOGRAFÍA | 103 |
| ANEXOS | 107 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| TABLA 1: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | 49 |
| TABLA 2: HORARIOS CUSCO MACHUPICCHU..... | 56 |
| TABLA 3: HORARIOS MACHUPICCHU CUSCO | 56 |
| TABLA 4: HORARIOS OLLANTAYTAMBO – MACHUPICCHU..... | 56 |
| TABLA 5: HORARIOS MACHUPICCHU - OLLANTAYTAMBO | 57 |
| TABLA 6: HORARIOS MACHUPICCHU - HIDROELÉCTRICA | 57 |
| TABLA 7: HORARIOS HIDROELÉCTRICA - MACHUPICCHU | 57 |
| TABLA 8: ANÁLISIS FODA | 58 |
| TABLA 9: POBLACIÓN PROYECTADA DISTRITO DE MACHUPICCHU | 59 |
| TABLA 10: TARIFARIO DEL SERVICIO LOCAL DE TREN ESTACIÓN DE MACHUPICCHU..... | 61 |
| TABLA 11: POBLACIÓN DE ESTUDIO..... | 63 |
| TABLA 12: GENERO..... | 65 |
| TABLA 13: EDAD | 66 |
| TABLA 14: FIABILIDAD DE LOS SERVICIOS | 67 |
| TABLA 15: FIABILIDAD DE LOS TRABAJADORES DE LA ESTACIÓN | 68 |
| TABLA 16: TIEMPO DE ESPERA EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 69 |
| TABLA 17: TIEMPO DE RESPUESTA ANTE CONSULTAS O RECLAMOS | 70 |
| TABLA 18: HORARIOS DE TREN DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 71 |
| TABLA 19: FRECUENCIA DE SALIDA MACHUPICCHU - OLLANTAYTAMBO | 72 |
| TABLA 20: FRECUENCIA DE SALIDA OLLANTAYTAMBO - MACHUPICCHU | 73 |
| TABLA 21: CAPACITACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 74 |
| TABLA 22: SERVICIOS OFRECIDOS EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 75 |
| TABLA 23: AMABILIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 76 |
| TABLA 24: NECESIDADES Y CONTRATIEMPOS | 77 |

| | |
|--|----|
| TABLA 25: TIEMPO DE COMPRA DE BOLETOS DE TREN..... | 78 |
| TABLA 26: TIEMPO ANTICIPADOS DE COMPRA DE BOLETOS DE TREN..... | 79 |
| TABLA 27: MEDIOS DE INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO TURÍSTICO..... | 80 |
| TABLA 28: CANTIDAD DE CANALES DE COMUNICACIÓN DEL DESTINO..... | 81 |
| TABLA 29: FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 82 |
| TABLA 30: FLUJO TURÍSTICO EN LA RUTA OLLANTAYTAMBO Y MACHUPICCHU | 83 |
| TABLA 31: FLUJO TURÍSTICO EN LA RUTA MACHUPICCHU - OLLANTAYTAMBO | 84 |
| TABLA 32: PERIODO DE ESPERA DE TREN | 85 |
| TABLA 33: PERIODO DE DÍAS PARA LLEGAR A MACHUPICCHU | 86 |
| TABLA 34: PROCESO DE EMBARQUE A LOS TRENES | 87 |
| TABLA 35: INFRAESTRUCTURA DE EMBARQUE DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU..... | 88 |
| TABLA 36: PRUEBAS DE HIPÓTESIS | 89 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|--|----|
| FIGURA 1: MAPA DE LA POBLACIÓN DE AGUAS CALIENTES ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 60 |
| FIGURA 2: ORGANIGRAMA | 62 |
| FIGURA 3: GENERO | 65 |
| FIGURA 4: EDAD..... | 66 |
| FIGURA 5: FIABILIDAD DE LOS SERVICIOS | 67 |
| FIGURA 6: FIABILIDAD DE LOS TRABAJADORES DE LA ESTACIÓN..... | 68 |
| FIGURA 7: TIEMPO DE ESPERA EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU..... | 69 |
| FIGURA 8: TIEMPO DE RESPUESTA ANTE CONSULTAS O RECLAMOS | 70 |
| FIGURA 9: HORARIOS DE TREN DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU..... | 71 |
| FIGURA 10: FRECUENCIA DE SALIDA MACHUPICCHU - OLLANTAYTAMBO..... | 72 |
| FIGURA 11: FRECUENCIA DE SALIDA OLLANTAYTAMBO - MACHUPICCHU..... | 73 |
| FIGURA 12: CAPACITACIÓN DE LOS COLABORADORES DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 74 |
| FIGURA 13: SERVICIOS OFRECIDOS EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 75 |
| FIGURA 14: AMABILIDAD DE LOS COLABORADORES DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 76 |
| FIGURA 15: NECESIDADES Y CONTRATIEMPOS | 77 |
| FIGURA 16: TIEMPO DE COMPRA DE BOLETOS DE TREN | 78 |
| FIGURA 17: TIEMPO ANTICIPADOS DE COMPRA DE BOLETOS DE TREN | 79 |
| FIGURA 18: MEDIOS DE INFORMACIÓN SOBRE EL DESTINO TURÍSTICO..... | 80 |
| FIGURA 19: CANTIDAD DE CANALES DE COMUNICACIÓN DEL DESTINO | 81 |
| FIGURA 20: FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 82 |
| FIGURA 21: FLUJO TURÍSTICO EN LA RUTA OLLANTAYTAMBO Y MACHUPICCHU | 83 |
| FIGURA 22: FLUJO TURÍSTICO EN LA RUTA MACHUPICCHU – OLLANTAYTAMBO | 84 |
| FIGURA 23: PERIODO DE ESPERA DE TREN | 85 |
| FIGURA 24: PERIODO DE DÍAS PARA LLEGAR A MACHUPICCHU | 86 |
| FIGURA 25: PROCESO DE EMBARQUE A LOS TRENES | 87 |
| FIGURA 26: INFRAESTRUCTURA DE EMBARQUE DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU | 88 |

RESUMEN

El estudio de investigación analizó los flujos turísticos que se encuentran en la estación de Machupicchu, respecto a la incidencia que tiene en la satisfacción de los usuarios del servicio local de tren, esta investigación fue titulada “SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN MACHUPICCHU 2019”. Donde se percibió el estado actual de la satisfacción de los usuarios, y su percepción respecto al flujo turístico actual. El objetivo principal de la presente investigación fue determinar el nivel de satisfacción de los usuarios del servicio local de tren en relación al flujo turístico en la estación Machupicchu, Cusco en el periodo del 2019.

El enfoque de la presente investigación fue cuantitativo porque se encarga de inspeccionar la información de manera numérica, apoyándose en la información primaria y secundaria de los pobladores y turistas que son usuarios del servicio de tren local en la estación de Machupicchu además de ser de tipo correlacional que busca medir el grado de relación que tienen las variables de estudio. En la presente investigación se concluyó que, existe una relación de dependencia entre las dos variables, indicando que el flujo turístico que existe en la estación de Machupicchu influye significativamente en la satisfacción de los usuarios, esto en razón a la prueba de hipótesis realizada, en la cual se afirma que existe una relación entre variables de acuerdo al coeficiente de Pearson, es por eso que se afirma dicha relación como la primera conclusión de la investigación. Además se concluyó que existe una moderada satisfacción de los usuarios debido a distintas características planteadas como indicadores situacionales en la investigación como el tiempo de espera de compra y uso del servicio de tren local, la fiabilidad que se percibe por parte de los colaboradores de la estación de Machupicchu, y el tiempo de respuesta ante inconvenientes.

Palabras Claves: Flujo turístico, satisfacción, calidad, infraestructura, fiabilidad

ABSTRACT

The research study analyzed the tourist flows that are in the Machupicchu station, regarding the impact it has on the satisfaction of the users of the local train service, this research was titled “SATISFACTION OF THE USERS OF THE LOCAL TRAIN SERVICE IN RELATIONSHIP TO TOURIST FLOW IN MACHUPICCHU STATION 2019 ”. Where the current state of user satisfaction was perceived, and their perception regarding the current tourist flow. The main objective of the present investigation was to determine the level of satisfaction of the users of the local train service in relation to the tourist flow at the Machupicchu station, Cusco in the period of 2019.

The focus of the present investigation was quantitative because it is in charge of inspecting the information in numerical way, based on the primary and secondary information of the inhabitants and tourists who are users of the local train service at the Machupicchu station in addition to being correlational which seeks to measure the degree of relationship that the study variables have. In the present investigation it was concluded that, there is a dependency relationship between the two variables, indicating that the tourist flow that exists in the Machupicchu station significantly influences the satisfaction of the users, this due to the hypothesis test performed, in which states that there is a relationship between variables according to the Pearson coefficient, that is why this relationship is affirmed as the first conclusion of the investigation. In addition, it was concluded that there is moderate user satisfaction due to different characteristics raised as situational indicators in the investigation such as the waiting time for the purchase and use of the local train service, the reliability that is perceived by the employees of the station Machupicchu, and the response time to inconveniences.

Keywords: Tourism flow, satisfaction, quality, infrastructure, reliability

1. TITULO

SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN MACHUPICCHU 2019

2. ÁREA PROBLEMÁTICA Y REFERENTE TEÓRICO

2.1. Planteamiento del problema

Plantear un problema de investigación, significa orientar previamente la correcta formulación de los objetivos e hipótesis, diseñar los instrumentos para recolectar toda la información, establecer las técnicas y los procesos metodológicos a utilizarse.

Es uno de los procesos más importantes de la investigación. Ya que es un proceso mediante el cual se fracciona la realidad en la mente a fin de dirigir la atención hacia una parte específica de la misma. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

La evolución y el desarrollo que el sector turístico ha experimentado en las últimas décadas han sido aún más significativos en el flujo de turistas, hasta el punto de convertirlo en uno de los principales pilares sobre los que se ha sustentado la economía a nivel mundial. Ha provocado que sea el objeto de estudio y análisis de muchos autores e incluso de tesis doctorales elaboradas en base a la revisión de la literatura, que trata este tema de la actividad turística como motor de crecimiento (Camarena, Ramirez, & Zambrano, 2017).

Así, en unos países el turismo ha servido de verdadera barrera que ha impedido que los efectos de la crisis vivida en los últimos años fueran tan negativos como se preveían, mientras que, en otros, ha sido el sector clave para mantener, o incluso para mejorar, la posición económica. El turismo es un fenómeno mundial que no implica procesos productivos más que la calidad de los servicios, sin embargo esto requiere que

exista una gran inversión en infraestructura en vías de transporte, lugares de estadía e información para que se logre una calidad del servicio turístico a todo nivel.

El turismo en el Perú es una actividad con un creciente desarrollo, representa alrededor del 4% del PBI y gracias a esfuerzos continuos, el Perú goza ahora de una imagen turística importante en el mercado internacional. Las actividades que se vienen desarrollando para mejorar el desempeño de los operadores turísticos y otros relacionados, poco a poco van teniendo mejores resultados. (Dominguez & Solano, 2008). Respecto a las actividades que se vienen realizando, la labor estatal viene encargado por, PROMPERÚ que tiene como misión liderar la promoción del producto turístico peruano y la imagen del país, tanto en el ámbito nacional como en el internacional; así, además de contar con indicadores del desenvolvimiento del sector como entradas de extranjeros, capacidad hotelera instalada, centros de Información turística, guías, etc. Desde hace veinte años que el servicio ferroviario del sur y sur oriente del Perú está a cargo de la empresa concesionaria Transandino S.A. y la administración de la infraestructura ferroviaria Perú Rail, S.A. (Valer & Alvarez , 2015).

En tanto al flujo ferroviario en la ciudad de Cusco con respecto a la ciudadela de Machupicchu se pueden percibir otros inconvenientes. Primeramente existe un incremento de este flujo a lo largo de los años, esto ha determinado un incremento y saturación de los flujos de salida y llegada en las estaciones respectivas. Es por ello que para el año 2019, se cuantificó que ascendió a 116 735 visitantes solo en el mes de enero, compuesto por turistas en su mayoría extranjero, siendo un 72% de la totalidad de visitantes de origen extranjero, mientras que en las épocas altas es decir de Julio y Agosto ascendió a 164 944 y 182 261 visitantes respectivamente, mucho mayor a la de años anteriores habiendo un incremento promedio del 8% anual, es así que existe una tendencia hacia el incremento anual prolongado, además a lo mencionado se debe tomar

en cuenta la saturación del flujo local respecto al contexto geográfico de la población de Machupicchu, que se considera el punto de articulación para seguir con el recorrido a la ciudadela Inca. (MINCETUR, 2019)

Es por ello que existe una aglomeración pronunciada en los flujos turísticos de la estación de Machupicchu, esta al ser más preponderante respecto a las demás estaciones. Se estima que existe un promedio de 971 turistas nacionales que ingresan al día, teniendo en cuenta que estos en su mayoría utilizan el servicio local de tren, que al día solo cuenta con 8 salidas diarias, es por ello que la infraestructura de la estación y la calidad del servicio se ve afectado por esta cifra, es por ello que se percibe en la comunidad peruana y local un incomodidad y la existencia de reclamos a la empresa ferroviaria, específicamente en la capacidad de infraestructura de la estación y el trato brindado por la empresa.

La problemática de la investigación se focaliza en la carencia de infraestructura de la estación de Machupicchu, está referida a la incapacidad para mantener correctamente los flujos turísticos de espera en la estación respectiva, esta es la causa esencial de la insatisfacción propia del usuario, debido a la existente deficiencia en infraestructura de salas de espera, ya que la estación no cuenta con una capacidad de aforo suficiente para albergar el flujo turístico a la ciudadela Inca de Machupicchu esto se refleja en la insuficiencia de lugares de espera, bancas, sillas y de servicios higiénicos acordes a el flujo turístico. El problema se agrava teniendo en cuenta la diversidad de usuarios del tren local dado que tienen que esperar varias horas antes para conseguir disponibilidad de su pasaje de tren para embarcar siendo el mismo trato para infantes madres embarazadas y adultos mayores. Finalmente otro problema está determinado por la calidad de servicio que brinda la empresa, dado que la carencia de infraestructura limita esta calidad de servicio no solo en la cantidad de oferta sino en la propia calidad en

la que se brinda, es decir, se produce un maltrato por parte de los funcionarios y trabajadores de la empresa, debido a la insuficiencia de infraestructura, lo cual determina una baja calidad de servicio. Es por ello que el presente estudio se centrará mayormente en la empresa que ocupa mayor parte de estos flujos ferroviarios, Perú Rail, dado que esta empresa a diferencia de Inca rail tiene mayor participación de mercado en referencia a los usuarios nacionales y locales, ya que estos son lo que experimentan mayor insatisfacción. La empresa Perú Rail posee distintos vagones, diferenciados por la calidad y precio de estos. El servicio ferroviario más económico, es el servicio local el cual es solo de uso netamente de los pobladores de la localidad, es decir, de la región del Cusco y usuarios nacionales que deseen hacer uso de esta prestación. Este es el servicio más saturado, el cual por un incentivo de responsabilidad social por parte de Perú Rail lo brinda a un precio social, a favor del uso de las personas del sector para poder transportarse y realizar sus actividades económicas y culturales, es gracias a esta evasiva que logra brindar los servicios sin ningún estándar de calidad sobre este. Permitiendo mantener largas colas en la estación sin que el usuario tenga certeza sobre su viaje, manteniendo personas paradas con equipaje en los pasadizos de la estación, sin poseer ninguna responsabilidad por las personas más vulnerables, entre estos infantes, mujeres embarazadas o adultos mayores. Actualmente el servicio local cuenta con 8 salidas diarias de Ollantaytambo a la estación de Machupicchu a diferencia de sus servicios turísticos exclusivos los cuales cuentan con 14 salidas diarias a la ciudadela de Machupicchu, esto ocasiona un desequilibrio en los flujos turísticos por lo que genera saturación y cuellos de botella en un solo servicio de transporte.

De continuar con esta problemática se seguirán suscitando la insatisfacción del turista, esto a su vez expresándose en la existencia de quejas y reclamos por parte de los usuarios del tren local, es así que el problema de investigación determina un progresivo

malestar de los turistas lo cual puede reflejarse e influir en la imagen percibida por los usuarios y esto a su vez influir en su decisión a la hora de optar por una ruta turística a nivel nacional e internacional. Esto generando una inadecuada imagen turística en la calidad del servicio y no en el producto turístico de Machupicchu lo cual podría afectar significativamente a el flujo turístico de manera negativa.

El problema descrito se puede reducir si se realiza una adecuada organización y planificación en los nudos o aglomeraciones más relevantes del flujo turístico, que permita la mayor satisfacción del turista local y nacional. La organización y planificación nacen a partir de investigaciones que se deben realizar sobre la percepción de la satisfacción del turista. Los nudos o aglomeraciones más representativas del flujo turístico son la preparación del viaje y el transcurso al lugar turístico. Pues son estas fases donde se pretende mejorar la satisfacción del turista ya que son estas las que componen todo un flujo turístico. En consecuencia del malestar se puede realizar una mayor inversión por parte de las entidades públicas y privadas relacionadas al tema, como en la propia empresa de Perú Rail y la municipalidad propia de Machupicchu. También se puede realizar mayor difusión de información respecto a los preparativos del viaje hacia la estación de Machupicchu que permita una adecuada planificación del turista, además de incorporar un sistema virtual que realice el manejo adecuado de las reservas locales, que prontamente podría mitigar parte de la insatisfacción de los usuarios respecto a la utilización de este servicio.

3. PROBLEMA OBJETO DE INVESTIGACIÓN E INTERROGANTE

3.1 Problema General (PG)

¿Cuál es el nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios de la estación de Machupicchu 2018?

3.2 Problemas Específicos (PE)

- PE1 ¿Cuál es la situación actual del servicio en la estación Machupicchu en relación a la satisfacción del usuario 2018?
- PE2 ¿De qué manera los servicios de la estación Machupicchu satisfacen al flujo turístico 2018?
- PE3 ¿Cómo mejora el servicio en la estación Machupicchu para la satisfacción del flujo turístico 2018?

4. OBJETIVOS

4.1 Objetivo General (OG)

Determinar cuál es el nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios de la estación Machupicchu 2018.

4.2 Objetivos Específicos (OE)

- **OE1:** Evaluar la situación actual del servicio en la estación Machupicchu en relación a la satisfacción del usuario 2018.
- **OE2:** Determinar de qué manera los servicios satisfacen al flujo turístico en la estación Machupicchu 2018.
- **OE3:** Definir como mejora el servicio de la estación Machupicchu para la satisfacción del flujo turístico 2018.

5. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se realizará, debido a que existe por un largo tiempo, la insatisfacción permanente de los clientes por la gran saturación en algunas clases de servicio que se presta la empresa, esto debido por el gran flujo de turistas y la incapacidad productiva actual de la infraestructura de trenes en las estaciones de Machupicchu y Ollantaytambo, es por ello que surge la necesidad de realizar los estudios correspondientes para el adecuado manejo de flujos ferroviarios para así lograr brindar un adecuado servicio turístico y de transporte, que brinde la satisfacción correspondiente, no solo en distintas clases de servicios, sino en la totalidad de sus servicios, siendo esta investigación la actividad para que la empresa logre brindar sólidamente y concretamente sus servicios manteniendo los estándares de calidad en todas sus prestaciones.

Los estudios se elaboran para que se logre realizar un aporte académico que permita una mejor administración respecto a la afluencia de los trenes, y como estos deben ser utilizados según su frecuencia, vagones y utilización de cada uno, para que la calidad estandarizada se pueda percibir en todas las clases de sus servicios, así manteniendo solida las características de calidad como en la actualidad posee Perú Rail, la certificación internacional del ISO 9001.

5.1 Justificación metodológica

Para la presente investigación se utilizaran técnicas y métodos de investigación existentes los cuales servirá de apoyo para la obtención de información necesario para la investigación, la obtención de datos se realizara mediante encuestas, es una investigación correlacional descriptiva y no experimental.

5.2 Justificación social

La presente investigación permitirá describir y conocer el nivel de insatisfacción social por parte de los usuarios en los servicios de tren local prestados,

es por ello que permitirá conocer realmente su nivel de satisfacción y frente a ello plantear propuestas que ayuden a mitigar y resolver esta problemática, que en última instancia pretende mejorar el nivel de calidad en la prestación de este tipo de servicio de transporte local.

5.3 Justificación practica

El trabajo de investigación presente mediante un análisis sobre la satisfacción de los usuarios del servicio del tren local, lo cual contribuirá a mejorar la satisfacción de los usuarios que acuden al servicio del tren, por tanto existirán mayores beneficios para los habitantes ya que se incrementara la actividad turística.

6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

6.1 Limitación geográfica

La limitación geográfica está determinada por todo lo que abarca el servicio de transporte local de tren, en otras palabras por las estaciones correspondientes de Ollantaytambo y Machupicchu conjuntamente con los usuarios que recorren esta vía hasta llegar a su destino. Es por ello que la limitación geográfica se da en la aplicación del instrumento dado que se tendrá que aplicar a lo largo del recorrido como también en la estación correspondiente, que se encuentran a 3 horas de la ciudad del Cusco.

6.2 Limitación temporal

La disponibilidad de tiempo suficiente, ha sido una de las principales limitantes, por ser los investigadores, trabajadores a tiempo completos en la actividad turística.

6.3 Limitación metodológica

Carencia de medios teóricos y bibliográficos del ámbito de estudio, ha retrasado el desarrollo de la presente investigación.

No contamos con la experiencia suficiente en el manejo teórico, técnico y metodológico en el campo de la investigación.

7. MARCO TEÓRICO

7.1 Antecedentes de estudio

7.1.1 Antecedente Internacional

Autor: Favio Damian Atlas

Título: “SISTEMA DE GESTIÓN FERROVIARIO”

Año de publicación: 2012

Universidad: Universidad Nacional de San Martín

País: Argentina

Resumen:

La Empresa Metrovías, la cual brinda una importante fuente de inspiración en la dedicación a innovaciones tecnológicas a través de su Centro Integral de Mantenimiento Electrónico, ha obtenido un nuevo know how al permitir la implementación de una creatividad e innovación llevada a cabo por sus recursos humanos. El sistema propuesto por el autor, como Innovación Tecnológica, al cual se lo ha denominado “Sistema de Gestión Ferroviario (Aplicado al Material Rodante)”, realizado por medio de una robusta herramienta, el “SCADA-Sistema de Control y Adquisición de Datos”, brinda las soluciones a las necesidades comentadas en el proyecto de tesis, donde por medio de determinados puestos de trabajo ubicados estratégicamente y conectados a una red de comunicación dentro de la propia compañía, posibilitan la interacción entre los procesos de “Operación” y “Mantenimiento del Material Rodante” (usuarios del sistema), obteniendo información en tiempo y forma del estado de la flota de trenes, teniendo conocimiento si la compañía está cumpliendo a cada instante con el servicio requerido (según servicio efectuado establecido para cada línea), obtención de la trazabilidad del material rodante, cálculo automático de los indicadores de la gestión

del mantenimiento del material rodante, además de la gestión de reportes a los usuarios del sistema, a detallar: 1) Reporte del estado de la flota en las horas picos del servicio comercial, o ante solicitudes de los usuarios del sistema.

2) Reporte ante la generación de una boleta con coche con desperfecto, producto de cualquier tipo de falla producida en el material rodante. Dicho reporte es direccionado a los responsables del mantenimiento.

3) Reporte que brinda la trazabilidad de cada flota disponible para el servicio comercial, direccionado a los distintos responsables del mantenimiento.

4) Reporte con los indicadores de mantenimiento generados en un determinado tiempo, como ser “A-Disponibilidad”, “MTBF-Tiempo Medio Entre Fallas”, “MTTR-Tiempo Medio a la Reparación de la Falla, Correctiva o Preventiva”, “MMantenibilidad”, “R-Confiability”. Todos ellos, indicadores necesarios para una adecuada gestión del mantenimiento. Finalmente y debido al desarrollo basado en un sistema SCADA, se adiciona la posibilidad de gestionar datos en tiempo y forma desde el material rodante hacia la base de datos “Tele-supervisión” (mediante redes de comunicación apropiadas), con el objetivo de tomar acciones proactivas que originan una mayor confiabilidad en los equipamientos abordo. Todas las variables monitoreadas pueden ser consultadas on-line a la base de datos, permitiendo la trazabilidad de los equipamientos analizados, y generando un importante valor agregado a la gestión del mantenimiento.

Conclusiones:

El sistema de gestión ferroviario, como innovación tecnológica propuesto e implementado en el proyecto de tesis realizado por el autor, muestra cómo fueron atendidas las distintas necesidades de mejora citadas en el capítulo “Introducción”.

Esta innovación ha demostrado durante su avance de implementación, el crecimiento obtenido en la gestión de información (interacción entre los procesos Mantenimiento de Material Rodante y Gestión de Operaciones) en tiempo y forma hacia los usuarios del sistema, siendo esta única y confiable. El contar con un sistema desarrollado íntegramente por la compañía, además de la incorporación de un nuevo know-how, brinda flexibilidad e independencia en cuanto a las adecuaciones que se van realizando, producto del proceso de mejora continua. La integración temporal de información es una de las principales fortalezas del sistema. La gestión de indicadores históricos permite realizar acciones orientadas a la mejora continua de procesos, y la gestión de indicadores en tiempo real permite realizar acciones correctivas en el momento en el que suceden los eventos. La gestión combinada de indicadores claves genera un importante valor agregado a la hora de optimizar la disponibilidad del material rodante que afecta directamente a la calidad del servicio de la red de Subterráneos de Buenos Aires. Mediante la gestión de reportes se optimiza el acceso a la información clave en tiempo y forma destinada a los usuarios responsables de la toma de decisiones. La gestión de información monitoreada en tiempo real y en forma remota desde el área de material rodante, incorpora una herramienta vital para los responsables del mantenimiento a la hora de tomar decisiones en búsqueda de la mejora de la Disponibilidad, Confiabilidad y Mantenibilidad de sus equipamientos a bordo. Esta innovación tecnológica implementada almacena en una base de datos todos los cambios originados en la gestión del material rodante, permitiendo contar con la trazabilidad del material rodante.

Deslinde: La innovación se puede realizar no solo en el capital físico o industrial sino también en el capital humano, es lo que se presencié en la empresa Metrovias, el

cual con el nuevo sistema de gestión ferroviario posibilitó una mejora en los procesos de operación y mantenimiento obteniendo mayor y mejor información en el tiempo necesario para el estado actual de los trenes su posición y seguimiento. Esto lo realiza a través del denominado “Sistema de Gestión Ferroviario” el cual posee una herramienta de adquisición de datos llamada SCADA, la cual es el pilar de solución de problemas respecto al sistema ferroviario, los cuales coadyuvan directamente, a la operación y mantenimiento de la infraestructura y por ende dando un mejor servicio a los usuarios del sistema. Dando información respecto a que si la compañía esta concediendo los tiempos de embarcación y respuesta de los usuarios, además de información relevante en horas saturadas.

Autor: Francisco José Contreras

Título: “EL TRANSPORTE FERROVIARIO COMO ELEMENTO BÁSICO DE LA POLÍTICA DE TRANSPORTES Y SUS EFECTOS SOBRE LA COHESIÓN Y LA POLÍTICA REGIONAL DE LA UNIÓN EUROPEA”

Año de publicación: 2017

Universidad: Universidad Nacional de Educación a Distancia

País: España

Resumen:

La realización del presente trabajo de fin de máster me incitó a profundizar en el conocimiento del ferrocarril, que ayude a comprender mejor sus implicaciones y efectos más allá de la política de transportes de la UE en el que tradicionalmente se encuadra. La actividad del transporte es muy antigua, y su objetivo principal era el de trasladar personas y mercancías, necesitando de una infraestructura para ello. El vínculo entre modo de transporte e infraestructura ha sido analizado, y es

comúnmente aceptado que cuanto mayor es la calidad y dotación de las infraestructuras, más actúan estas como motor del desarrollo económico, para el aumento de cohesión social, económica y territorial. La política de transportes y de infraestructuras había sido utilizada con anterioridad a nivel país para mejorar sus desequilibrios regionales. La Unión Europea apoya este planteamiento, y más aún con la incorporación de los países PECO's (países de Europa central y oriental), que acentúan y ponen de relieve los serios desequilibrios y diferencias existente en el territorio comunitario. Además, en las relaciones transfronterizas de los miembros de la UE, y de esta con los países vecinos, el transporte y las infraestructuras juegan un papel significativo, por lo que buena parte la política ferroviaria se encamina a la eliminación de las dificultades en los puntos transfronterizos. Junto a la cohesión, la sostenibilidad es uno de los grandes retos del transporte del futuro. En la sostenibilidad hay que contar con su componente medioambiental, en el que el ferrocarril tiene un papel relevante en la contaminación acústica, del aire y en la lucha contra el cambio climático.

Conclusiones:

El objetivo principal de esta tesis era demostrar la importancia del ferrocarril como política transversal. Queda claro a partir de esta investigación el papel relevante que el ferrocarril tiene para que los objetivos que las siguientes políticas comunitarias: transportes, medioambiente, regional, redes transeuropeas de transporte, ampliación y vecindad, cumplan sus objetivos. Por tanto, se puede afirmar que la transversalidad es una de las características de la política ferroviaria. En esa línea, se suscribe y se hace extensiva al ferrocarril la afirmación de Dousset, J. y Rees, J.H. (1982) sobre la transversalidad del transporte, de que el éxito o fracaso de la política ferroviaria

común debe ser evaluada en función del resultado de los objetivos de la comunidad en conjunto que por los suyos específicos. A pesar de la importancia del ferrocarril, la carretera es el modo hegemónico para el transporte de viajeros y mercancías en las principales economías del mundo analizadas. Sin embargo, el papel del ferrocarril en la UE es importante en términos de empleo, generando ingresos para unos 350 mil hogares. Además, de lo expuesto a lo largo de esta tesis, se puede constatar de forma general que la Política Ferroviaria Europea no ha logrado hasta el momento alcanzar en la Unión Europea tres de sus objetivos prioritarios: crear un mercado interior ferroviario, la plena liberalización del transporte por ferrocarril e instaurar un único modelo de gobernanza para la actividad de la gestión de las infraestructuras ferroviarias, como se observa a partir de la aprobación del modelo de gobernanza del Cuarto Paquete Ferroviario. El mercado interior ferroviario no se ha alcanzado ni en su dimensión mercado ni en su dimensión de red de ámbito comunitario. En su dimensión mercado, aún persisten mercados cerrados al transporte nacional de viajeros por ferrocarril. Se estima en torno al 68% del total de tráfico nacional en pasajeros – kilómetro.

Deslinde:

La cohesión regional política de la unión europea representa un avance tanto como entidad estatal como privada para el uso del transporte ferroviario, dado que como un medio básico de transporte corresponde una arista para el manejo político. Es por ello que la interacción entre la infraestructura y los nudos de articulación de afluencia de personas es proporcionalmente correspondiente a la calidad que se brinda, que actúan como causa y dinámica del crecimiento económico. Es por ello que los países de Europa central y oriental han utilizado el sistema ferroviario como un sistema de

estabilización entre países y sobre todo en políticas medioambientales, regionales y de crecimiento económico conjunto de los países Europeos.

7.1.2 Antecedente Nacional

Autora: Milena Yesenia Coaquera Mayta

Título: “ESTACIÓN CENTRAL FÉRREA PARA MEJORAR EL TRANSPORTE URBANO DE PASAJEROS DEL DISTRITO CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA”

Año de publicación: 2017

Universidad: Universidad Privada de Tacna

País: Perú

Resumen:

El presente documento desarrolla el tema “Estación Central férrea para mejorar el transporte urbano de pasajeros del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa” abarca el estudio de infraestructura orientada a la mejora de las condiciones del transporte urbano público abordando la problemática de la insatisfecha demanda entre la conexión de las áreas urbanas del centro de Tacna y el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, ocasionado por el crecimiento poblacional acelerado de la ciudad y la carente estructura de planificación del sistema de transporte público hacia este distrito, el cual concentra el mayor volumen poblacional con necesidades de accesibilidad adecuada y eficiente a la centralidad principal de Tacna. Esta investigación de tipo proyectual desarrolla variables e indicadores emplazados en el contexto actual de la ciudad guiándose por el objetivo de proponer infraestructura para el transporte urbano de pasajeros, con espacios para el recorrido, espera del peatón, complementar necesidades en los viajes, además de albergar al tren, estos

determinaran los criterios y programas necesarios para el desarrollo de la propuesta. Este documento se estructura en tres capítulos, el primero el de generalidades referente a la formulación de la propuesta, el segundo capítulo de marco teórico que antecedentes precedente a la propuesta, el tercer capítulo de propuesta arquitectónica trata las particularidades del contexto donde se emplaza la propuesta y el desarrollo del proyecto arquitectónico.

Conclusiones:

DE LAS GENERALIDADES

- Los problemas en el transporte público y el estado evolutivo de la ciudad precisan de mecanismos que fomenten su desarrollo, implementando medidas tanto en infraestructura como en sistemas integrales que consideren y se anticipen a las necesidades de movilidad.
- El diseño de la estación Central Férrea resolvería la demanda insatisfecha distrital sin embargo la evolución del sistema de transporte urbano implica la integración y planificación dentro de los ámbitos administrativos, sociales y culturales de la ciudad.
- La estación central férrea brinda una alternativa al transporte convencional, con la versatilidad de integrarse al sistema de transporte existente y con opción de proyectarse al resto de la ciudad por sus medios de alta capacidad, y menor impacto ambiental.
- La base de la infraestructura propuesta se fundamenta en los objetivos de organización, seguridad y eficiencia en el servicio de transporte urbano, que moviliza a grandes cantidades de pasajeros de forma rápida, utilizando un menor espacio urbano.

- La delimitación del área de estudio fue fundamental para la determinación de un modelo viable dentro del contexto urbano, considerando los elementos urbanos existentes y la dinámica poblacional del DCGAL, basándose en las potencialidades de la Ciudad.
- La investigación estuvo sujeta a una constante retroalimentación basada en indicadores del contexto y de fuentes que normalizan y anteceden a la propuesta.

DE LA PROPUESTA

- La ubicación de la propuesta responde a las características idóneas del emplazamiento en un área central de la ciudad, favorece el transbordo de pasajeros, su articulación a las vías del Tren y el aprovechamiento de espacios públicos, en base a la escasez de espacio libre en áreas urbanas consolidadas.
- El proyecto revaloriza el sector urbano donde se ubica la Estación central Férrea, favoreciendo un ambiente ordenado y consecuente con las necesidades de transporte de los pasajeros en el área urbana, convirtiéndose en un referente de la Ciudad.
- El proyecto por su emplazamiento en un área central de la Ciudad se articula al contexto, sin embargo, crea interés en sus formas para situarse como hito que direcciona los flujos peatonales a la edificación.
- El proyecto se establece como un hito de la ciudad que direcciona los flujos peatonales desde el centro de Tacna al distrito Coronel Gregorio Albarracín.

Deslinde:

Así como se vio en la gestión ferroviaria internacional como tema de avance regional e internacional a nivel Europeo, también se puede observar los efectos económicos y comunitarios que puede brindar el mayor acceso y rapidez de una ruta entre regiones propias del Perú, es así como lo desarrolla en la tesis correspondiente, la

estación central férrea en la región de Tacna, la cual brinda como aporte de la investigación el necesario malestar e insatisfacción por parte de las personas respecto a las vías de transporte existentes, dado que la demanda presenta una necesaria insatisfacción, además se tiene que observar que las que una implicancia técnica se presenta una implicancia en la gestión pública, es decir debido a que el desinterés público por parte de sus funcionarios no determinan una solución a mediano plazo sobre esta gran problemática, además de que no se trata de una región con aspectos tradicionales del territorio peruano sino una región que mantiene una permanente relación internacional por ser límite territorial peruano.

Autor: Segura Lezama Genaro Marcial

Título: “LA CALIDAD DE SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO EN EL TRAMO 2 DE LA LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA Y LA SEGURIDAD DE LAS PERTENENCIAS DE LOS USUARIOS DE LIMA METROPOLITANA, 2015”

Año de publicación: 2015

Universidad: Universidad Cesar Vallego

País: Perú

Resumen:

El resumen planteado es una síntesis del problema: “La calidad de servicio de transporte urbano en el tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima y la seguridad de las pertenencias de los usuarios de Lima metropolitana, 2015”. Según la percepción de 1’369.566 de usuarios del tren eléctrico que recorre el tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima construido por el gobierno Peruano, quienes afirman que no se ha logrado solucionar el problema del transporte urbano masivo en el Distrito de San Juan de Luringancho, Distrito del Agustino y Sector de Jicamarca del Distrito de San Antonio de la Provincia de Huarochirí. El objetivo de la investigación fue estudiar el

fenómeno, encontrar las posibles deficiencias del servicio y hacer las recomendaciones para dar solución a los problemas. La metodología aplicó el método de observación descriptiva, hipotético deductivo de enfoque cuantitativo. El diseño aplicó como técnica la encuesta y el cuestionario como instrumento para recolectar los datos muestrales directamente del campo. El cuestionario consideró la muestra por conveniencia de 84 usuarios, para que mediante la encuesta contesten 33 items acerca de las variables y sus dimensiones del transporte urbano. Para el procesamiento de los datos se aplicó el programa Excel 2013 y el software SPSS versión 22. El análisis descriptivo y la correlación de variables se realizó a través del coeficiente de Rho de Spearman, se halló un resultado de $Rho = 0,308^{**}$, interpretándose como alta relación, con un $p = 0.00$ ($p < 0.05$), con el cual se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de trabajo por lo tanto los resultados señalan que existe relación directa y significativa entre las variables. El valor positivo del Rho confirma que las variables tienen una relación directa y significativa, confirma que si una de ellas aumenta la otra también aumenta. La investigación ha demostrado que mientras la variable: La calidad de servicio de transporte urbano en el tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima es de mala y pésima calidad, la variable la calidad de la seguridad de las pertenencias de los usuarios también es de mala y pésima calidad. El enfoque científico podría aseverar también de otra forma: Mientras la mala y pésima calidad del servicio de transporte urbano en el tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima aumenta, la mala y pésima calidad de la seguridad de las pertenencias de los usuarios también aumenta.

Conclusiones:

Primera conclusión: El proyecto del tren eléctrico que presta el servicio de transporte urbano masivo que recorre la ruta de la línea 1 del metro de Lima construido por el Estado Peruano es una obra de mala y pésima calidad, por lo tanto la calidad de servicio de transporte urbano en el tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima también es de pésima calidad por ende la calidad de la seguridad de las pertenencias de los usuarios también es de pésima calidad.

Segunda Conclusión: El proyecto desde su inicio tubo deficiencias de ejecución no se ha aplicó las normas de construcción peruanas ni las normas internacionales de ferrocarriles, las obra de la infraestructura no tiene las dimensiones necesarias, la implementación del sistema de rodamiento no tiene capacidad de transporte por cuyas razones la demanda de usuarios a llegado a un máximo de 320 mil pasajeros por día y como es imposible que pueda llevar más gente el servicio ha colapsado, por tanto se requiere hacerle un mejoramiento y ampliaciones del proyecto por parte del Estado, con obras bien ejecutadas, caso contrario el problema del transporte urbano subsistirá, aparecerá más vehículos, más población, los problemas sociales aumentaran, el tren eléctrico de la línea 1 del metro de Lima será una obra más que no ha logrado los fines sociales para lo que fue construido.

Tercera conclusión: El proyecto de la línea 1 del metro de Lima ha colapsado dejando sin servicio a una demanda actual de 364, 783 pasajeros por día, por lo cual las calles y avenidas siguen llenas con todo tipo de vehículos que en horas punta se crea un caos vehicular, por lo que el servicio de transporte urbano no ha sido solucionando sigue igual y peor que antes, la gente se demora demasiado para ir a trabajar, estudiar o realizar sus actividades diarias, de igual manera no puede regresar

a sus domicilios de manera feliz y rápida, y no ha logrado mejoras de condiciones de vida.

Cuarta conclusión: La línea 1 del metro de Lima pasa muy alejado del centro de Lima por lo cual la población de cualquier Distrito que quiere ir al centro de Lima no usa el tren porque todas las estaciones están alejadas y obliga a pagar otro pasaje con pérdida de tiempo, este caso es otra falla de construcción de la línea 1 del metro de Lima, porque los usuarios tienen que gastar más y perder tiempo solo por el hecho de usar el tren para ir al centro de Lima.

Quinta conclusión: El proyecto de factibilidad del tramo 2 de la línea 1 del metro de Lima, la construcción de la infraestructura no ha considerado la población del sector Jicamarca del Distrito de San Antonio de la Provincia de Huarochirí, según la investigación ya se dijo que el proyecto se ha realizado con un expediente desactualizado, por lo cual ha producido un servicio de transporte urbano masivo insuficiente de mala calidad, de igual manera las obras de ingeniería han resultado con dimensiones pequeñas e insuficientes que no solucionan la demanda total de población que requiere el servicio.

Sexta conclusión: El proyecto de la línea 1 del metro de Lima se ha construido con tecnología desfasada, de los años 30 del siglo XX, en aquella época los trenes ya viajaban a 200 kilómetros por hora, los metros del siglo XXI están equipados con trenes de alta velocidad, prestan servicio de alta calidad con confort también de primera calidad, los países desarrollados de Asia y Europa construyen metros con trenes eléctricos con tecnología del futuro Levitación Magnética con velocidades mínimas de 400 kilómetros por hora, con confort y altamente seguros, recorren los puntos estratégicos de las ciudades a fin que los usuarios tengan que realizar un viaje sin desplazamiento urbano rápido y seguro y ahorro de dinero.

Sétima conclusión: El Perú no tiene un reglamento ni normas técnicas para la construcción de trenes eléctricos ni metros, tampoco ferrocarriles, todo se basa en las normas internacionales, las cuales son indicadas en cada proyecto de factibilidad contenido en un expediente que reúne las especificaciones técnicas, memorias descriptivas, planos, presupuesto, estudio de impacto ambiental, documentos legales de saneamiento físico legal, títulos de propiedad caso contrario la ejecución se paralizan incluso se generan sanciones y juicios en contra del estado por no entregar los terrenos de construcción de las obras, este caso tiene que resolverse por la comisión de adjudicación la que está obligada a realizar las expropiaciones requeridas a fin que las obras civiles se construyan sin contratiempo.

Deslinde:

El servicio de transporte a lo largo del Perú es utilizado para distintos segmentos, así como vía tradicional de una ciudad o como vía de acceso a sitios arqueológicos, en la tesis referente al aspecto nacional se tomó la infraestructura más importante respecto al transporte urbano más grande del país, el cual es el tramo 2 del metro eléctrico de la capital, es entonces que se debe mantener una gestión ferroviaria adecuada que permita solventar medianamente la gran brecha del mercado causado por la gran demanda existente, en donde la oferta actual es incapaz de solventar actualmente, es por eso que se tomó esta tesis como referencia porque permite mitigar esta problemática de un gran flujo de transporte.

7.1.3 Antecedente local

Autor: Zenaida Valer Sanchez

Título: “INFRAESTRUCTURA Y CALIDAD DE SERVICIO DEL TREN LOCAL DE PERURAIL RUTA OLLANTAYTAMBO – MACHUPICCHU AÑO 2015”

Año de publicación: 2015

Universidad: Universidad Andina del Cusco

País: Perú

Resumen:

En el año de 1999 cuando el Estado peruano otorgó el servicio ferroviario a la empresa concesionaria Transandino S.A. y la administración de la infraestructura ferroviaria a Perú Rail, S.A., en el servicio de tren local se observó cambios favorables como: la construcción de módulos de venta de pasajes en la estación de Ollantaytambo y Machupicchu, enrejado para el control de ingreso y salida de pasajeros, colocaron tapices a los asientos de los vagones, atención y trato cortés, facilidades de cambio de fecha de viaje o reembolso. Lamentablemente con el transcurso de los años estos cambios que aparentemente iban en progreso se detuvieron a pesar que el flujo de usuarios ha ido incrementando. En la actualidad no se percibe una infraestructura que abastezca ni mucho satisfaga las necesidades actuales de los usuarios y con respecto a la atención esta no es amable ni mucho menos existe cambios de fecha de viaje o reembolso. A raíz de esta problemática se desarrolló la presente tesis “Infraestructura y calidad de servicio del tren local de PeruRail ruta Ollantaytambo – Machupicchu año 2015” que servirá como aporte a la solución del problema, fue elaborado bajo los parámetros de la metodología de investigación de la escuela profesional de turismo de la universidad Andina del Cusco, con cinco capítulos donde se podrá observar a fondo las situaciones que conllevaron a este estudio: En el primer Capítulo se desarrolló el planteamiento del problema determinando el problema objeto de investigación; el segundo Capítulo está enfocado al marco teórico, se describe los antecedentes de estudio, bases teóricas, definiciones y conceptos, estado del arte hipótesis, variable y

operacionalización; en el tercer Capítulo se da a conocer la Metodología, técnicas e instrumentos, población y muestra; en el cuarto Capítulo se describe todo lo concerniente al análisis estadístico; en el quinto Capítulo se realiza la discusión y se plantea las propuestas que permitirá mejorar la calidad de servicio del tren local de PeruRail.

Conclusiones:

PRIMERA: El objetivo de la tesis fue determinar en qué medida la infraestructura contribuye con el nivel de calidad de servicio del tren local de PeruRail ruta Ollantaytambo Machupicchu, se ha comprobado con el desarrollo de la investigación que esta relación es fundamental para determinar el nivel de calidad de servicio

SEGUNDA: Se ha determinado que las características de la infraestructura que repercuten en el servicio de tren local de PeruRail son: - Los elementos tangibles que comprenden los vagones modernos y cómodos, las instalaciones físicas apropiadas para todas las edades y condiciones; la publicidad, comunicados sobre el servicio y horarios de atención oportuna y accesible. Todas estas características fueron evaluadas y procesadas estadísticamente dando como resultado que son de regular calidad con un 39,74%. - La empatía que corresponde a brindar una atención individualizada, horarios convenientes para todos los usuarios, preocuparse por los intereses de los usuarios y comprender las necesidades específicas de los usuarios. Procesadas y evaluadas estadísticamente dieron como resultado que son de regular calidad con un 36,84%. TERCERA: Se ha demostrado con la investigación y a través de una evaluación estadística que el nivel de calidad de servicio del tren local de PeruRail es deficiente con un resultado del 33%.

Deslinde:

La tesis “INFRAESTRUCTURA Y CALIDAD DE SERVICIO DEL TREN LOCAL DE PERURAIL RUTA OLLANTAYTAMBO – MACHUPICCHU AÑO 2015”, tiene un ámbito de investigación referente al presente trabajo de investigación, en el cual los autores realizaron el estudio concerniente al servicio que brinda la empresa Perú rail enfocándose a la calidad prestada por esta empresa respecto a su infraestructura brindada, ya sea ferroviaria como inmueble. La investigación de nuestro trabajo se diferencia en el enfoque, porque estudiamos la satisfacción de los usuarios del servicio de tren local en relación al flujo turístico y no la calidad de servicio de una empresa sino a la sobredemanda que existe en la estación de Machupicchu. Sin embargo, la información del trabajo anterior ayudara a direccionar de manera clara el presente trabajo de investigación.

7.2 Macroteorías y microteorías**7.2.1 Teoría del flujo turístico**

Se consideran a todas las acciones comerciales y operativas de captación y sostenimiento de corrientes de viajeros; punto de enlace entre la oferta y demanda turística internacional. El flujo turístico corresponde a la aglomeración de visitantes en un determinado atractivo turístico, el cual este flujo será determinado en medida en la que se llegue a los umbrales de capacidad de carga, esta saturación se expresa en términos como ambientales como, escasez de tierra, calidad del agua y del aire, así como de planta física es decir como el alojamiento y el medio de transporte. En razón al flujo turístico se caracteriza un determinado atractivo dada la acogida que este tenga a lo largo de su existencia, ya que el crecimiento de visitantes posteriormente

determinara una actividad estándar, hasta que culmine con la capacidad del área. (Fernandez, 2005).

Es por ello que esta tendencia determinara un ciclo de vida del destino turístico, este enfoque determina las características de las fases de un ciclo sobre un atractivo turístico como son el dinamismo o cambio en la demanda que genera cambios en la oferta y viceversa, proceso evolutivo, capacidad o límites al crecimiento. Esto siendo un modelo estático de oferta es decir, que mientras que el entorno dinámico sufra caídas e incrementos, y la oferta se mantenga constante sufrirá un ciclo del destino turístico (Fernandez, 2005).

7.2.2 Teoría de la satisfacción del cliente

Juicio del resultado que un producto o servicio ofrece para un nivel suficiente de realización en el consumo.

La presente teoría nos menciona. Que el grado de satisfacción del turista se puede percibir a través del servicio prestado por una entidad, institución, o empresa. Así indica que es la reacción emocional del consumidor en respuesta a un producto o servicio obtenido, una experiencia obtenida en un determinado tiempo y espacio, por lo que para lograr un nivel de satisfacción total o parcial de un público es necesario brindar los servicios de manera óptima, oportuna y de calidad desarrollando una gestión de atención al consumidor adecuado con los servicios necesarios. (Richard, L, 2014)

7.2.2.1 La teoría de la satisfacción al turista

Sostienen que la definición más común de satisfacción del cliente es aquella en que se comparan las expectativas del cliente con sus percepciones

respecto del contacto real del servicio, en pocas palabras, si las percepciones de un cliente satisfacen sus expectativas, se dice que el cliente está satisfecho y si es todo lo contrario el cliente está insatisfecho. No se puede exagerar la importancia de la satisfacción del cliente, sin clientes, la empresa de servicios no tiene motivos para existir. (Hoffman & Bateson , 2012)

Existen dos tipos de medición de la satisfacción del cliente

- **Mediciones Indirectas:** Incluyen el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes. Las empresas que solo dependen de las mediciones indirectas adoptan un método pasivo para determinar si las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas.
- **Mediciones Directas:** Se obtienen por medio de encuestas de satisfacción del cliente. Sin embargo, no están estandarizadas entre las empresas. Por ejemplo, las escalas varían (hay escalas de 5 puntos a 100 puntos). Las preguntas que se formulan también varían (preguntas de generales a específicas), así como también los métodos para la recolección de datos (Entrevistas personales o cuestionarios) (Diaz Perez & Lama Nuñez , 2015)

Esta teoría ha sido sin duda la que posteriormente ha tenido más aplicaciones en el campo del estudio de la motivación turística y entre estas tenemos la aplicación elaborada por Pearce. A partir del modelo de Maslow propuso una adaptación incorporando el factor de la experiencia turística misma. Los niveles de motivación turística, según Pearce, quedan ordenados de la siguiente manera:

1. Necesidad de relajación (descanso / actividad)
2. Necesidad de estimulación (seguridad / emociones fuertes)
3. Necesidades sociales (de familia y relaciones íntimas de amistad)
4. Necesidades de autoestima (desarrollo personal, cultural, histórico, medioambiental)
5. Necesidades de autorrealización (búsqueda de la felicidad)

Aquí es importante señalar que este modelo está basado en conceptos occidentales, sin embargo, existen muchas partes del mundo donde la vida comunal predomina y el objetivo supremo de las necesidades no es la autorrealización individual, sino el servicio a la comunidad. (Gisolf, 2014)

La satisfacción de los turistas en un mercado es muy competitivo, porque las agencias de viaje buscan mejorar su imagen con respecto a los servicios que brindan, con la finalidad mostrar un prestigio alto en todos los servicios para los turistas.

La satisfacción al turista está en el centro del proceso de establecimiento de relaciones a largo plazo. Los turistas insatisfechos presentan un alto poder destructivo pues transmiten su insatisfacción a otros nuevos clientes potenciales. (Lambin, 2000)

Además, cerca del 90% de los clientes insatisfechos no realizan reclamos pero comienzan a consumir productos o servicios de otros oferentes lo cual constituye una cuestión bastante delicada pues dificulta saber incluso por qué se perdió el cliente.

Presenta los siguientes datos provenientes de estudios concernientes al comportamiento de clientes insatisfechos:

- $\frac{3}{4}$ Sólo el 3% de las transacciones dan origen a reclamos;

- $\frac{3}{4}$ Cerca del 15% de las transacciones ocurren por vía indirecta (amigos, vecinos y vendedores de las empresas);
- $\frac{3}{4}$ Aunque el 30% de las transacciones proporcionan problemas a los clientes, los mismos no son comunicados a las empresas.

Se observa así que, a pesar de que el 48% de las transacciones estudiadas proporcionaron algún tipo de insatisfacción, la mayoría no es comunicada formalmente a las respectivas organizaciones. (Lambin, 2000)

La satisfacción es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona. (Kotler & Keller, 2006)

Esas expectativas son formadas e influenciadas por experiencias de compra anteriores, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de los que participan de un determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad. Así, la expectativa debe ser administrada para que sea suficiente para atraer al turista y evitar que sea inalcanzable.

7.2.2.2 Importancia de la satisfacción del turista

Alcanzar la satisfacción de los clientes turistas es uno de los factores críticos para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

Seguidamente se presenta un decálogo de ideas para meditar:

1. Compromiso con un servicio de calidad: toda persona de la organización tiene casi la obligación de crear una experiencia positiva para los clientes.
2. Conocimiento del propio producto o servicio: transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto o servicio ayuda a ganar la confianza de éste.

3. Conocimiento de los propios clientes: aprender todo lo que resulte posible acerca de los clientes para que se pueda enfocar el producto o servicio a sus necesidades y requerimientos
4. Tratar a las personas con respeto y cortesía: cada contacto con el cliente deja una impresión, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, personalmente, etc.). Esta impresión debe denotar siempre corrección en el trato.
5. Nunca se debe discutir con un cliente: desde luego que no siempre tiene la razón, pero el esfuerzo debe orientarse a recomponer la situación. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resuelven un problema a su favor.
6. No hacer esperar a un cliente: los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es fundamental tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones.
7. Dar siempre lo prometido: una falla en este aspecto genera pérdida de credibilidad y de clientes. Si resulta inevitable un incumplimiento, se debe pedir disculpas y ofrecer alguna compensación.
8. Asumir que los clientes dicen la verdad: aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda.
9. Enfocarse en hacer clientes antes que ventas: mantener un cliente es más importante que cerrar una venta. Está comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.
10. La compra debe ser fácil: la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catálogo, etc, debe ser lo más fácil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que están buscando. (Rose, 2005).

Confianza: La confianza es una hipótesis sobre la conducta futura del otro. Es una actitud que concierne el futuro, en la medida en que este futuro depende de

la acción de un otro. Es una especie de apuesta que consiste en no inquietarse del no control del otro y del tiempo. (Cornu, 2000).

Beneficios: Define todo aquello que es bueno o resulta positivo para quien lo da o para quien lo recibe, entiéndase como un beneficio todo aquello representativo del bien, la cuestión enmarca una utilidad la cual trae consecuencias positivas que mejoran la situación en la que se plantean las vicisitudes o problemas a superar. (Diccionario General Virtual, 2014).

Turista: “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado” (Escuela Universitaria de Turismo de Murcia, 2004).

Toda persona que voluntariamente viaja dentro de su territorio nacional o a un país distinto de su entorno habitual, que efectúa una estancia de por lo menos una noche pero no superior a un año y cuyo motivo principal de la visita no es el de ejercer una actividad que se remunere en el país visitado. (MINCETUR, 2011).

Servicios Turísticos: Los servicios turísticos está acompañado de la información en función de servicios que se ofrecen al turista con el objetivo de informarle, orientarle, facilitarle y atenderle durante su viaje o estancia vacacional en oficinas de información turística a través de guías, correos de turismo, instituciones que tienen como misión informar facilitar y orientar al turista durante su estancia vacacional o viajes facilitando gratuitamente información.

Los servicios turísticos prestados según (Yángüez, 2009) son:

- Servicio de alojamiento: Cuando se facilite hospedaje o estancia a los usuarios de servicios turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de alimentación: Cuando se proporcione alimentos o bebidas para ser consumidas en el mismo establecimiento o en instalaciones ajenas.
- Servicio de guía: Cuando se preste servicios de guianza turística profesional, para interpretar el patrimonio natural y cultural de un lugar.
- Servicio de acogida: Cuando se brinde organización de eventos como reuniones, congresos, seminarios o convenciones.
- Servicio de información: Cuando se facilite información a usuarios de servicios turísticos sobre recursos turísticos, con o sin prestación de otros servicios complementarios.
- Servicio de intermediación: Cuando en la prestación de cualquier tipo de servicio turístico susceptible de ser demandado por un usuario, intervienen personas como medio para facilitarlos.
- Servicios de consultoría turística: Está dado por especialistas licenciados en el sector turismo para realizar la labor de consultoría turística.

7.2.2.3 Características del Servicio Turístico

- El servicio se produce en el momento en que se ofrece; es instantáneo.
- El servicio no se inspecciona ni se guarda en el almacén. Se entrega donde esté el cliente, por personas que están muy cerca del cliente.
- El servicio no puede demostrarse, ni darse a probar al cliente.
- El servicio es intangible, de tal manera que su valor, depende de la experiencia propia de cada cliente.
- La experiencia del cliente cuando recibe un servicio, es de su exclusiva propiedad; por lo tanto, no es posible venderla o pasarla a otra persona.
- En el servicio, el cliente además de ser juez de calidad, es el más importante multiplicador (positivo o negativo).

- Si no se ofrece con calidad, no se puede recoger, no se puede repetir.
- El nivel de calidad, contrario al de los productos, se mide después de haberlo ofrecido.
- Sucede entre personas; por eso entre más personas intervengan es más difícil que resulte bien.
- Tiene un ciclo de desarrollo formado por los diferentes “actos” de quienes participan en la prestación del servicio (inicia en el primer contacto y termina cuando el cliente regresa). (Yángüez, 2009)

7.2.3 Teoría general de la calidad

La calidad puede referirse a diferentes aspectos d la actividad de una organización: el producto servicio, el proceso, la producción o sistema de prestación del servicio o bien, entenderse con una corriente de pensamiento que impregna toda la empresa. Sin embargo, tanto en el ámbito general como en el sanitario, existen unos criterios erróneos acerca de la calidad y de su control que suponen un obstáculo al necesario entendimiento entre quienes la exigen y los que deben conseguirla. Nada es más importante para el éxito de un servicio que la forma en la cual los clientes perciben el producto o servicio por el cual han pagado. Todo lo que se haga debe basarse en lo que el cliente desea, se debe examinar el servicio a través de los ojos del cliente y es necesario permanecer alerta a la forma como los clientes reaccionan ante el servicio que pagan. (Deming, 2012)

Por su parte, Deming, al igual que Crosby, la explica mediante diferentes situaciones:

La planificación de la calidad constituye el proceso de definición de las políticas de calidad, generación de los objetivos y establecimiento de las

estrategias para alcanzarlos. Es la actividad destinada a determinar quiénes son los clientes y cuáles son sus necesidades, desarrollar los procesos y productos requeridos para satisfacerlas y transferirlos a las unidades operativas. La organización para la calidad es el conjunto de la estructura organizativa, los procesos y los recursos establecidos para gestionar la calidad. Es la división de funciones y tareas y su coordinación. (Deming, 2012)

El control de la calidad abarca las técnicas y actividades de carácter operativo a la calidad. Consiste en determinar si la calidad de la producción se corresponde a la calidad del diseño. Es el proceso a través del cual se puede medir la calidad real, compararla con las normas y actuar sobre la diferencia.

La mejora de la calidad supone la creación organizada de un cambio ventajoso. No es sólo eliminar los picos esporádicos de mala calidad -objeto del control-, sino un proceso planificado de búsqueda del perfeccionamiento. El sistema de calidad es el conjunto de la estructura de la organización, las responsabilidades, los procedimientos, los procesos y los recursos que se disponen para llevar a cabo la gestión de la calidad. Es el conjunto de los planes formales de calidad. (Deming, 2012)

El manual de calidad es el documento utilizado en la descripción e implantación del sistema de calidad. En él se establecen las políticas, sistemas y prácticas de calidad de una empresa.

La garantía de calidad o sistema de aseguramiento de calidad comprende el conjunto de acciones, planificadas y sistematizadas, necesarias para infundir la confianza de que un bien o servicio va a cumplir los requisitos de calidad exigidos. Incluye el conjunto de actividades realizadas por las empresas dirigidas a asegurar que la calidad producida satisface las necesidades del

consumidor. La calidad total es el conjunto de principios, de estrategia global, que intenta movilizar a toda la empresa con el fin de obtener una mejor satisfacción del cliente al menor coste.

7.2.4 Teoría del sistema ferroviario

Los distintos componentes del sistema ferroviario presentan un considerable nivel de holgura en sus interacciones. Se trata de un sistema de bajo nivel de integración que permite lidiar con el alto nivel de complejidad. Capacidad de absorción de demoras en el servicio, variabilidad de las secuencias productivas, equidad, flexibilidad y capacidad de sustitución de suministros, equipamiento y personal junto con los múltiples dispositivos de redundancia determinan el bajo nivel de integración del sistema ferroviario. (Cantero & Gonzales, 2015).

Asumiendo que la corrida del tren constituye el proceso esencial de prestación de servicio del sistema ferroviario, la dimensión temporal reviste importancia pero no necesariamente excluye la capacidad de absorción de demoras. De hecho, las recurrentes paradas no programadas (en andenes de estaciones y entre estaciones) es una prueba irrefutable de que el sistema de transporte ferroviario es tolerante y tiene margen para detener el servicio y reiniciarlo una vez resuelto el inconveniente (e.g. accidente, problemas con pasajeros, condiciones meteorológicas), más allá del deterioro de la calidad del servicio especialmente la puntualidad y el cumplimiento del cronograma de servicios (Cantero & Gonzales, 2015).

7.2.5 Teoría del producto turístico

La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: *“es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista”* (Iglesias, 2007).

Es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y acceso.” Todos estos elementos que conforman el producto turístico se resumen en tres: recursos turísticos, infraestructuras, y empresas y servicios turísticos.

Los recursos turísticos pueden ser relacionados con la naturaleza, con la historia, o con la cultura viva del destino turístico. Ej. Para el producto turístico de aventura son importante los recursos naturales, es decir aquellos recursos turísticos que aporta el espacio natural. En cuanto a las infraestructuras, son los elementos físicos, públicos y privados necesarios para el acceso del destino y disfrute de su oferta turística por parte del turista como pueden ser por ejemplo; infraestructuras de transporte (carreteras, aeropuertos, aparcamientos), de sanidad (hospitales, centros de salud) de seguridad y protección del turista, (policía, protección civil, embajadas), de energía (alumbrado de calles), de señalización turística (paneles, monolitos con información turista de los destinos), hidráulicas (abastecimiento y evacuación de aguas). (Iglesias, 2007).

7.2.6 Teoría de los servicios turísticos

“Es el servicio prestado por las empresas, instituciones y organismos relacionados con el turismo y los viajes a los clientes, consumidores o usuarios,

es una actividad del sector terciario de la economía, el turismo es considerado una industria de servicios” Fuente especificada no válida.

Esta teoría nos orienta en el diseño de nuestra propuesta de estandarización y capacitación de los actores involucrados que ofrecen estos talleres, lo cual creemos que es un factor importante dentro del estudio que se realiza. (Iglesias, 2007).

7.2.7 Teoría del marketing turístico

Marketing Turístico se entiende la adaptación sistemática y coordinada de las políticas de las que dependen y emprenden negocios turísticos, privados o estatales, sobre el plano local, regional, nacional e internacional, para satisfacción óptima de ciertos grupos determinados de consumidores y lograr de esta forma un beneficio apropiado. Esta definición abarca la naturaleza del macro-marketing, por cuanto se hace mención al requisito de la adaptación sistemática y coordinada de las políticas. (Iglesias, 2007).

7.3 Marco conceptual

a. Turismo

Según la Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas, el turismo comprende las actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

“Fenómeno por el cual uno o más individuos se trasladan a uno o más sitios diferentes, fuera de su residencia habitual por un periodo mayor al de 24 horas de los sitios visitados y cuyas motivaciones de viaje son diversas”.

Formas de Turismo

“...Existen tres formas fundamentales de Turismo: el turismo interno, turismo receptor y turismo emisor. Estas pueden combinarse de diferentes modos para dar lugar a las siguientes otras formas de turismo: turismo interior, turismo nacional y turismo internacional. (Organización Mundial del Turismo, 2018)

b. Turista

“Turistas son todos aquellos que se desplazan fuera de su domicilio habitual común con intención de regresar. Turismo es, por un lado, conjunto de turistas, que cada vez son más numerosos; por otro, son los fenómenos y relaciones que esta masa produce a consecuencia de sus viajes. Turismo es todo el equipo receptor de hoteles, agencias de viaje, transportes, espectáculos, guías intérpretes, etc., que el núcleo debe de habilitar para atender a las corrientes turísticas que lo invaden y que no promovería si no las recibiese. Turismo son las organizaciones privadas o públicas que surgen para fomentar la infraestructura y la expansión del núcleo; las campañas de propaganda que hay que planear, ejecutar y difundir; la creación de oficinas de información; la creación de escuelas para la enseñanza del turismo; el estudio del turismo para deducir las líneas generales de la política seguir; la promoción del turismo social”. (Fuster, 1989)

c. Planta turística

“Son las instalaciones físicas necesarias para el desarrollo de los servicios turísticos privados. Ejemplo: hoteles, albergues, hostales, lodges, restaurantes, agencias de viaje, etc.” (MEF, 2011).

d. Visitante

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual y cuya finalidad principal de viaje no es la de ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado. Los visitantes son parte de la población afectada por un problema que un proyecto de inversión pública, en el sector turismo, intenta solucionar. (MEF, 2011)

e. Prestadores de servicios turísticos

Personas naturales o jurídicas que participan de la actividad turística con el objeto principal de proporcionar servicios turísticos directos, de utilidad básica e indispensable para el desarrollo de las actividades de los turistas. (MEF, 2011)

f. Infraestructura

“Es el conjunto de estructuras de ingeniería e instalaciones –por lo general, de larga vida útil– que constituyen la base sobre la cual se produce la prestación de servicios considerados necesarios para el desarrollo de fines productivos, políticos, sociales y personales” (BID, 2000)

g. Estación ferroviaria

Una estación ferroviaria o estación de ferrocarril es una instalación ferroviaria con vías a la que pueden llegar y desde la que se pueden expedir trenes. Se compone de varias vías, con desvíos entre ellas, y se delimita por señales de entrada y salida. Adicionalmente son un punto de acceso al ferrocarril

de pasajeros y mercancías, aunque no es una condición indispensable para ser una estación, Suelen componerse de andenes junto a las vías y un edificio de viajeros con servicios como venta de billetes y sala de espera. (Administrador de Infraestructuras Ferroviarias, 2008)

h. Transporte terrestre

“El transporte terrestre ofrece en la actualidad una variedad de servicios ocupando un lugar importante en la economía del país, los servicios que proporciona se dividen en:

-Servicio colectivo (pool service): destinado a turistas individuales o grupos pequeños sin relación a agencias de viaje”

Servicio privado (private or charter): Destinado a agencias de viajes, las cuales manejan grupos grandes y pequeños. (Administrador de Infraestructuras Ferroviarias, 2008)

i. Transporte turístico

Los diferentes tratadistas indican, que es un servicio básico de accesibilidad del turista a la zona, área, complejo, centro, unidad o atractivo turístico que exista. Sin embargo se debe diferenciar, los diferentes tipos de transporte turístico existen tales como: aéreo marítimo, fluvial, lacustre, terrestre (vehicular ferroviario u otros).

Todos estos tipos de transporte turístico en nuestra patria consideran que no poseen servicios eficientes debido a muchos factores, entre los que se puede indicar la infraestructura básica para dicha actividad, carreteras pésimas en conservación, puertos inadecuados para la actividad, líneas férreas monopolizadas, falta de regulación de precios en el transporte turístico. (UPN, 2010)

j. Infraestructura básica del transporte turístico

Se considera que es la acción gubernamental clave para la existencia del transporte turístico pero las condiciones económicas, políticas, sociales o de política sectorial desde muchos años atrás han imposibilitado la construcción de obras es necesario reconocer que a pesar de ciertos esfuerzos de los diferentes gobiernos, no se ha llegado a tangibilizar las pocas obras proyectadas a nivel nacional en los diferentes departamentos de nuestra nación. (Administrador de Infraestructuras Ferroviarias, 2008)

k. Los organismos de control

Las entidades centrales y regionales que tienen a cargo la administración, en la que consideran la promoción, organización, dirección, planeación y control de la actividad turística específicamente vendría a ser el ministerio de transporte y comunicaciones que regula el área de transporte turístico en la ciudad del cusco es la dirección regional de comercio exterior y turismo. (MINCETUR, 2017)

l. Diversificación de la oferta turística

Esto significa desarrollar un turismo con múltiples posibilidades de ocio en los destinos, con el fin de atender los nuevos requerimientos y promover acciones encaminadas a incrementar las potencialidades turísticas de los recursos naturales y culturales existentes en una geografía. (...) surge pues la necesidad de potenciar el desarrollo de nuevos productos y actividades turísticas relacionadas con el disfrute de la naturaleza y de los recursos culturales, (...), que ayuden a la des estacionalización de la demanda y sean respetuosas con el medio físico y social, fomentando un turismo sostenible que contribuya a la elevación del nivel de vida de los habitantes de las zonas de destino. (MINCETUR, 2017)

m. Actividad turística

“Conjunto de operaciones directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista, ya sean realizadas en el lugar de origen del turista o en el de acogida. Por extensión, por actividad turística se entiende no solamente cualquier acción desarrollada por los agentes turísticos sino también por el turista, con el objetivo de satisfacer unas motivaciones o necesidades y realizar las acciones programadas con el tiempo libre vacacional (Turismo de aventura, turismo cultural, etc)” (Navarro, 2010)

n. Calidad de servicio

El servicio no puede estandarizar las expectativas del cliente, pues cada cliente es diferente y sus necesidades también, es por esta razón que no se puede dictar procedimientos inflexibles para mantener satisfechos a los clientes. La calidad de servicio se percibirá de forma diferente según el cliente, ya usuario del mismo. (Hoffman & Bateson , 2012)

El enriquecimiento de un servicio superior en calidad recae sobre todos provocando una reacción en cadena de los que se benefician ante él; consumidores, empleados, gerentes y accionistas, provocando el beneficio general y por ende el bienestar d la comunidad. La actitud del cliente respecto a la calidad de servicio cambia a medida que se va conociendo mejor el producto y mejore su nivel de vida. En un principio, el cliente suele contentarse con el producto base, sin servicios, y por lo tanto, es más económico. Poco a poco, sus exigencias en cuanto a Calidad aumentan para terminar esperando y deseando lo mejor. (Zeithmal, Parasuraman, & Berry, 1993)

7.4 Marco Normativo o Legal

En el presente trabajo de investigación es necesario citar los artículos importantes al transporte ferroviario relacionado con la actividad turística.

TRANSPORTE FERROVIARIO (LEY N° 27181)

7.4.1. Artículo 103°.- Accidentes en tren

En caso de accidente en un tren que transporte materiales y/o residuos peligrosos, que afecte o no a la carga, la tripulación procederá de la siguiente manera: 1) Dará aviso a la estación más próxima o al sector de control de tráfico, por el medio más rápido a su alcance, aplicando lo señalado en el Plan de Contingencia e informando lo ocurrido, el lugar del hecho, la clase y la cantidad del producto transportado. 2) Tomará las precauciones relativas a la circulación del tren; y 3) Adoptará las medidas indicadas en las instrucciones específicas de la empresa ferroviaria sobre el producto transportado.

7.4.2. Artículo 104°.- Riesgos Graves.

En los casos en que los accidentes afecten o puedan afectar manantiales, áreas de protección ambiental, reservas y estaciones ecológicas o centros urbanos, corresponderá a la empresa ferroviaria: 1) Llevar a cabo, junto a los organismos competentes, el aislamiento y severa vigilancia del área, hasta que sean eliminados todos los riesgos para la salud de personas y animales, la propiedad pública o privada y el medio ambiente. 2) Dar cuenta inmediatamente de lo ocurrido a las autoridades locales, movilizando todos los recursos necesarios, inclusive por intermedio de los órganos de defensa civil, medio ambiente, fuerzas de seguridad, Cuerpo General de bomberos Voluntarios del Perú y hospitales.

7.4.3. Artículo 105°.- Coordinaciones interinstitucionales.

En las vías férreas a través de las cuales se efectúe el transporte regular de materiales y/o residuos peligrosos, la empresa ferroviaria mantendrá contacto con la autoridad local competente, el Ministerio de Transportes y Comunicaciones , Ministerio de Salud, Policía Nacional del Perú, Cuerpo General de Bomberos Voluntarios del Perú , Sistema Nacional de Defensa Civil – SINADECI y otros organismos pertinentes, a fin de establecer, junto con ellos, planes de contingencia para la atención de situación de emergencia que necesiten del apoyo externo al ámbito de la línea ferroviaria. Para estos efectos se tendrá en cuenta lo siguiente: 1) El Plan de Contingencia definirá en cada localidad, al sector competente respecto al manejo de los materiales y/o residuos peligrosos transportados, el cual tendrá un contacto directo con la Empresa Ferroviaria y se encargará de accionar a los otros integrantes contemplados en el Plan de Contingencia. 2) El Plan de Contingencia establecerá la jerarquía de mando en cada situación.

7.4.4. Artículo 106°.- Transporte regular.

En caso de transporte regular de materiales y/o residuos peligrosos la empresa ferroviaria brindará a su personal capacitación sobre las normas de seguridad y entregará, por escrito, instrucciones específicas para cada material y/o residuo peligroso y para cada itinerario ferroviario. Dichas instrucciones se basarán en la información recibida del propietario y/o generador, según orientación del fabricante del producto, incluyendo procedimientos para la ejecución segura de las operaciones de manipuleo y transporte así como la atención en los casos de emergencia. Para estos efectos se tendrá en cuenta lo siguiente: 1) En esas instrucciones serán definidas las responsabilidades, actividades y atribuciones del personal que participa en las operaciones de manipuleo, transporte y atención en

caso de emergencia, destacando el orden de mando en cada caso. 2) Constarán en las instrucciones los teléfonos del propietario y/o generador, del destinatario final, de la autoridad competente y de las entidades involucradas, que a lo largo de cada ruta, pueden prestar auxilio en las situaciones de emergencia conforme a lo señalado en el Plan de Contingencia y en el presente Reglamento. 3) El programa de capacitación será autorizado por la autoridad competente, conforme a las regulaciones que se aprueben al respecto. 4) Esas instrucciones serán revisadas y actualizadas periódicamente y aprobadas por la Dirección General de Caminos y Ferrocarriles del Ministerio de Transportes y Comunicaciones.

7.4.5. Artículo 107°.- Unidades de apoyo.

La empresa ferroviaria, cuando efectúe transporte de materiales y/o residuos peligrosos, mantendrá adecuadamente localizados, en plenas condiciones de operación y prontos para partir, trenes y vehículos de socorro dotados de todos los dispositivos y equipamientos necesarios para la atención de situación de emergencia, así como personal entrenado para actuar en tales situaciones, conforme a lo estipulado en el artículo anterior.

7.4.6. Artículo 119°.- Organización ferroviaria y Operador de Servicio de Transporte

La Organización ferroviaria y el Operador de Servicio de Transporte deberán asegurar que el personal de las tripulaciones asignadas al servicio de transporte de materiales y/o residuos peligrosos cuenten con los conocimientos necesarios para el transporte seguro de dichos productos, conforme a los programas de capacitación y actualización señalados en el presente Título bajo responsabilidad, administrativa, civil y/o penal según fuere el caso.

El marco legal que regula ampliamente la satisfacción y bienestar del consumidor, lo realiza El instituto Nacional de Defensa de la Competencia de la Protección de la Propiedad Intelectual. El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) fue creado en noviembre de 1992, mediante el Decreto Ley N° 25868.

Tiene como funciones la promoción del mercado y la protección de los derechos de los consumidores. Además, fomenta en la economía peruana una cultura de leal y honesta competencia, resguardando todas las formas de propiedad intelectual: desde los signos distintivos y los derechos de autor hasta las patentes y la biotecnología.

El INDECOPI es un Organismo Público Especializado adscrito a la Presidencia del Consejo de Ministros, con personería jurídica de derecho público interno. En consecuencia, goza de autonomía funcional, técnica, económica, presupuestal y administrativa (Decreto Legislativo No 1033).

Como resultado de su labor en la promoción de las normas de leal y honesta competencia entre los agentes de la economía peruana, el INDECOPI es concebido en la actualidad, como una entidad de servicios con marcada preocupación por impulsar una cultura de calidad para lograr la plena satisfacción de sus clientes: la ciudadanía, el empresariado y el Estado.

8. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

8.1 Variable independiente

- VD: Satisfacción de los usuarios
- VI: Flujo Turístico

8.2 Indicadores

- Fiabilidad de los Servicios
- Fiabilidad del Personal
- Tiempo de espera
- Tiempo de respuesta de Reclamos
- Horario Conveniente
- Clientes seguros del servicio a brindar
- Habilidad de generar credibilidad
- Atención individualizada al turista
- Nivel de amabilidad de los colaboradores
- Comprensión por las necesidades de los turistas
- Periodo de tiempo en la compra del boleto
- Tiempo de días anticipados a la compra del boleto
- Medios de información para el viaje
- Cantidad de canales de comunicación del destino
- Afluencia de turistas en la estación de destino
- Afluencia de turistas en el vagón ferroviario
- Periodo de estadía en la estación
- Periodo de estadía en la población de Machupicchu
- Periodo de estancia en el nudo antecesor a la estación de viaje

9. HIPÓTESIS

9.1 HIPÓTESIS GENERAL

El nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios es bajo en la estación de Machupicchu 2018.

9.2 HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- **HE1** La situación actual del servicio en la estación Machupicchu es débil 2018.
- **HE2** Los servicios de la estación Machupicchu satisfacen al flujo turístico débilmente 2018.
- **HE3** El servicio en la estación Machupicchu mejora aplicando estrategias de gestión 2018.

9.2.1 Operacionalización de variables

Tabla 1: Operacionalización de Variables

| VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DIMENSIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | INDICADORES |
|------------------------------|---|--|-------------|---|---|
| Satisfacción de los usuarios | Según Kotler La satisfacción del turista depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas que este pide. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, éste estará Satisfecho. (Kotler & Keller, 2006) | El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio fue elaborado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización, identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio que sin fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. (Zeithaml, 2004) | Fiabilidad | Probabilidad de que desempeñe la función para la cual ha sido diseñado bajo unas condiciones determinadas y durante un espacio de tiempo especificado. (Zeithaml, 2004) | Fiabilidad de los Servicios |
| | | | | Capacidad de Respuesta | Se refiere a los recursos y aptitudes que tiene un individuo, entidad o institución, para desempeñar una determinada tarea o cometido y poder relacionarse con los clientes de manera proactiva. (Zeithaml, 2004) |
| | | | Seguridad | Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza. (Zeithaml, 2004) | Horario Conveniente |
| | | | Empatía | Empatía es una emoción vicaria congruente con el | Cientes seguros del servicio a brindar |
| | | | | | Habilidad de generar credibilidad |
| | | | | | Atención individualizada al turista |

| | | | | | |
|------------------------|--|--|--|---|--|
| | | | | <p>estado emocional del otro, o sea un sentimiento de interés y compasión orientados hacia otro, que resulta de tener conciencia del sufrimiento de esta. (Mercedes, 2015)</p> | <p>Nivel de amabilidad de los colaboradores</p> <p>Comprensión por las necesidades de los turistas</p> |
| <p>Flujo Turístico</p> | <p>Un destino turístico representa interés para muchos viajeros y los traslados hacia este entorno se suceden uno tras otro, alcanzando un número notorio, podemos calificar este tráfico constante como flujo turístico. Desde este enfoque el término estudiado representa el resultado de concentración de los traslados con fines turísticos hacia un destino concreto. (Povedskaya, 2013)</p> | <p>Cualquier viaje turístico como un todo puede ser representado esquemáticamente en tres fases, estructuradas a partir de las características espaciotemporales. La primera fase abarcaría el periodo anterior al viaje, durante el cual se recoge la información necesaria y se realiza su planificación y preparación. La siguiente consiste en el traslado hacia el destino de interés desde el entorno habitual, incluyendo también la vuelta. Y, finalmente, la tercera fase se relaciona con el periodo de estancia en el destino. (Povedskaya, 2013)</p> | <p>Periodo anterior de viaje</p> <p>Traslado hacia el destino de interés</p> | <p>Tiempo durante el cual se recoge la información necesaria y se realiza su planificación y preparación. (Povedskaya, 2013)</p> <p>Es el traslado hacia el destino de interés desde el entorno habitual, incluyendo también la vuelta. (Povedskaya, 2013)</p> <p>Es el periodo de tiempo en el cual, el turista se mantiene en el destino de interés. (Povedskaya, 2013)</p> | <p>Periodo de tiempo en la compra del boleto</p> <p>Tiempo de días anticipados a la compra del boleto</p> <p>Medios de información para el viaje</p> <p>Cantidad de canales de comunicación del destino</p> <p>Afluencia de turistas en la estación de destino</p> <p>Afluencia de turistas en el vagón ferroviario</p> <p>Periodo de estadía en la estación</p> <p>Periodo de estadía en la población de Machupicchu</p> <p>Periodo de estancia en el nudo antecesor a la estación de viaje</p> |

10. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

10.1 Enfoque de la investigación

El estudio es de enfoque cuantitativo porque se encarga de inspeccionar la información de manera numérica, apoyándose en la información primaria y secundaria de los pobladores y turistas que son usuarios del servicio de tren local en la estación de Machupicchu Cusco, 2019. El enfoque cuantitativo busca analizar el procesamiento de datos, explorándolos desde las perspectivas de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)

10.2 Modalidad de la investigación

De campo Es una investigación de campo porque fue necesario trasladarse a la estación de Machupicchu – Urubamba para hacer el reconocimiento de la estación, de esta manera conocer las molestias que tiene el turista al momento de acceder al tren.

De intervención social Es una investigación de intervención social porque al identificar las molestias del turista se busca optimizar el servicio que se brinda al turista local y nacional.

Documental bibliográfica – linkografías Para esta investigación se revisó libros actualizados en esta materia, también se revisó la información de sitios webs que incrementaron para tener mayor conocimiento.

10.3 Nivel o tipos de la investigación

Investigación descriptiva.- Implicó observar y describir la Satisfacción de los usuarios del servicio de transporte ferroviario en relación al flujo turístico en la estación de Machupicchu. Cusco. 2019 sin influir sobre ellos de ninguna manera, además como

lo señalan Hernández, Fernández Bautista (2003) “busca especificar diversas propiedades, dimensiones o componentes importantes de fenómenos a investigar” o que son sometidos a análisis.

Investigación Explicativa.- Va más allá de la descripción de conceptos o del establecimiento de relaciones entre conceptos; están dirigidas a responder a las causas de los eventos físicos y sociales; como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da. Su metodología es básicamente cuantitativa, y su fin último es el descubrimiento de las causas.

Este tipo de investigación está dirigido fundamentalmente a promover soluciones concretas, a partir de la identificación de las causas y reconocimiento de los efectos, es por ello que el trabajo se basó en este tipo de investigación.

Investigación Correlacional.- Consiste en permitir un estudio en el cual exista una relación entre dos o más variables, conceptos, ideas o teorías dentro de un tema de investigación. En el presente estudio de investigación, la intención es encontrar una relación entre la satisfacción del turista y el flujo turístico en la estación Machupicchu. Cusco. 2019.

10.4 Técnica de recolección de datos

- **Encuesta:** Utilizada para poder obtener información de pobladores, guías de turismo y operadores de turismo.
- **Observación directa:** Se recolectará información de los componentes de las variables, a través de una ficha de observación.

10.5 Instrumentos para recolectar información

- **Cuestionario:** Instrumento empleado en forma directa, que contiene preguntas cerradas para la investigación.

- **Ficha de observación:** Apropriadamente realizada organizada de acuerdo a las necesidades y prioridades del trabajo de investigación.

10.6 Procedimientos de recolección de datos

Para la presente investigación, la unidad de estudio son los usuarios del servicio de tren local en la estación de Machupicchu Cusco, 2019 a quienes se aplicaran las encuestas.

Los datos obtenidos serán tratados mediante el uso de herramientas de IBM SPSS Statistics versión 25, donde se realizará la tabulación respectiva de las encuestas para la posterior elaboración de los gráficos respectivos para cada ítem; finalmente concluir con la hipótesis planteada.

CAPITULO I

DIAGNOSTICO SITUACIONAL

1.1 ASPECTOS GENERALES

1.1.1 Reseña Histórica del Ferrocarril

La historia del ferrocarril hacia puente ruinas Machupicchu, dato del año 1817 año en el que comenzó la planificación de un servicio de transporte ferrocarrilero que uniese la costa sur del país y un punto navegable del río Urubamba, con la finalidad de establecer un corredor comercial entre el océano pacífico y el atlántico. Hacia el año 1872 da inicio la construcción del ferrocarril del sur oriente peruano. Posteriormente y con la finalidad de generar un desarrollo armónico y sostenible de la ceja de selva se continua la construcción del ferrocarril por la rivera del río Urubamba, ejecutándose por tramos hasta que en el año 1915 se llega al poblado de aguas calientes o distrito de Machupicchu desde aquí se proseguía por carretera, ya que en 1946 se reinicia, cuando en ese entonces se practicaba el turismo insipiente por estudiosos y profesionales en pequeños grupos. Durante el gobierno militar del presidente Juan Velasco Alvarado quien asumiera el poder el 3 de octubre de 1968, emprendió una nacionalización de varias empresas. En el caso de los ferrocarriles peruanos no sería la excepción, para esto contrato a una compañía francesa, para que hiciese un estudio sobre la rentabilidad de las vías férreas del país. Es así que el 1 de diciembre de 1972 se crea la empresa nacional de ferrocarriles más conocida como ENAFER Perú. En la que se reunio a todos los ferrocarriles. A consecuencia de la importancia de la actividad turística en el tramo Cusco – Machupicchu se da el contrato de concesión por el MTC a la empresa ferrocarril Trasandino S.A. conformado por Containers y Peruval Coop. Quien se encarga de administrar la infraestructura ferroviaria y la operadora Peru Rail S.A es la empresa encargada de la operación. El cual la firma del contrato fue el 19 de julio de

1999 por un periodo de 30 años y puede utilizar la línea férrea pagando una tarifa por ese servicio.

1.1.2 Estación Machupicchu

El origen de Aguas Calientes y conjuntamente de la estación Machupicchu se remonta al año 1901, cuando se armó por primera vez un campamento de obreros ferroviarios para unir las poblaciones de Cusco y Santa Ana. El campamento tenía el nombre de Maquinachayoq, se encontraba a 110 km de la ciudad del Cusco y se convertiría en el centro de operaciones del proyecto. Alrededor de dicho campamento, se ubicaron los trabajadores del ferrocarril, que se juntaron con las pocas familias de agricultores asentados en el lugar, hasta 1920, esta población fue el eje central para el alojamiento de los trabajadores y sus equipos hasta que el ferrocarril fue terminado en 1931, y la gente que se asentó en ese lugar se quedó.

El 1 de octubre de 1941, se crea oficialmente como Distrito. El pueblo está habitado aproximadamente por 6,000 personas residentes y es la última estación del tren a Machu Picchu. El pueblo ha crecido y cuenta con una buena infraestructura turística a todo nivel, capaz de albergar a 2500 turistas diarios. Es por eso que de venir en temporada alta, se recomienda hacer todas sus reservas con mucha anticipación. La Estación Machu Picchu, ubicada en Machu Picchu Pueblo antes conocida como Aguas Calientes por las aguas termales que posee el lugar, se encuentra rodeado por un paisaje natural de majestuosos valles, montañas y con varios puestos de artesanías a su alrededor, donde los pobladores ofrecen sus mejores trabajos a los visitantes antes que partan a su aventura en la Ciudadela de Machu Picchu.

Machu Picchu pueblo está ubicado en la provincia de Urubamba, a unos 2.040 m.s.n.m y es el lugar donde se encuentra la Estación Machu Picchu, última parada de

tren antes de disfrutar de la maravilla del mundo que posee el Perú. Llegar a la Ciudadela Inca, le tomará unos 25 minutos desde la estación de buses. Para abordar estos vehículos tendrá que caminar entre 10 a 15 minutos desde la Estación Machu Picchu.

Para llegar a la Estación Machu Picchu, se puede ir en tren desde la Estación Poroy (en un tiempo estimado de 3 horas y 30 minutos). Esta parada es una de las más cercanas a la ciudad de Cusco por encontrarse a tan solo 20 minutos aproximadamente. Además, la Estación Poroy ofrece una variedad de servicios de tren y de horarios para partir hacia Machu Picchu. Sin embargo, si usted se encuentra ubicado en el Valle Sagrado puede partir desde la Estación Ollantaytambo (llegando aproximadamente en 1 hora y 30 minutos) o desde la Estación Urubamba (llegando en un promedio de 2 horas y 30 minutos).

1.1.3 Los horarios del tren local

Tabla 2: Horarios Cusco Machupicchu
CUSCO - OLLANTAYTAMBO - MACHUPICCHU

| TREN | SALIDA | LLEGADA | SALIDA | LLEGADA |
|------|--------|---------|--------|---------|
| 21 | 07:02 | 09:45 | 09:50 | 11:49 |

Tabla 3: Horarios Machupicchu Cusco

| MACHUPICCHU- OLLANTAYTAMBO - CUSCO | | | | |
|------------------------------------|--------|---------|--------|---------|
| TREN | SALIDA | LLEGADA | SALIDA | LLEGADA |
| 22 | 18:30 | 20:17 | 20:22 | 23:13 |

Tabla 4: Horarios Ollantaytambo – Machupicchu

| OLLANTAYTAMBO - MACHUPICCHU | | |
|-----------------------------|--------|---------|
| TREN | SALIDA | LLEGADA |
| 71 | 05:05 | 06:36 |
| 21 | 09:50 | 11:49 |
| 73 | 12:55 | 14:25 |
| 75 | 19:04 | 20:45 |
| 51 | 21:00 | 22:45 |

Tabla 5: Horarios Machupicchu - Ollantaytambo

| MACHUPICCHU - OLLANTAYTAMBO | | |
|-----------------------------|--------|---------|
| TREN | SALIDA | LLEGADA |
| 50 | 05:35 | 07:44 |
| 72 | 08:53 | 10:52 |
| 74 | 14:55 | 16:31 |
| 22 | 18:30 | 20:17 |
| 76 | 21:50 | 23:35 |

Tabla 6: Horarios Machupicchu - Hidroeléctrica

| MACHUPICCHU - HIDROELECTRICA | | |
|------------------------------|--------|---------|
| TREN | SALIDA | LLEGADA |
| 71 | 06:45 | 07:29 |
| 21 | 12:35 | 13:30 |

Tabla 7: Horarios Hidroeléctrica - Machupicchu

| HIDROELÉCTRICA - MACHUPICCHU | | |
|------------------------------|--------|---------|
| TREN | SALIDA | LLEGADA |
| 72 | 07:54 | 08:35 |
| 22 | 16:35 | 17:22 |

1.1.4 Puntos de venta de boletos**– Cusco:**

Estación de San Pedro

Horario de atención: 7 a.m. a 2 p.m.

Dirección: Calle Cascaparo s/n, Cercado del Cusco.

Teléfono: (+51) 84 235201

Estación de Wanchaq

Horario de atención: 8 a.m. a 3 p.m.

Dirección: Av. Pachacútec s/n, Distrito de Wanchaq, Cusco.

Teléfono: (+51) 84 221931 / (+51) 84 238722

– **Ollantaytambo:**

Estación de Ollantaytambo

Horario de atención: 4 a.m. a 9 p.m.

Dirección: Av. Ferrocarril s/n, Ollantaytambo, Valle Sagrado, Cusco.

Teléfono: (+51) 84 581414.

1.1.5 Análisis FODA

Tabla 8: Análisis Foda

| FORTALEZAS | DEBILIDADES |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - La estación de Machupicchu de trenes es la vía más utilizada en la actualidad para llegar al santuario. - La estación de Machupicchu cuenta con servicios adicionales de información que proporciona ayuda a los turistas. | <ul style="list-style-type: none"> - La estación cuenta con una infraestructura limitada considerando la gran demanda hacia el santuario Machupicchu. - La estación de Machupicchu no cuenta con un adecuado plan de contingencia ante imprevistos. - Los directivos de la empresa no son sensibles ni empáticos con la necesidad de la población. |
| OPORTUNIDADES | AMENAZAS |
| <ul style="list-style-type: none"> - La estación de Machupicchu requiere únicamente de mayor inversión en la implementación de la planta para satisfacer la demanda. - La estación de Machupicchu posee de una moderada organización que le permite abastecerse con la demanda actual. - Se pueden crear sistemas en línea que permitan la mejor organización de los flujos turísticos. | <ul style="list-style-type: none"> - La pésima calidad de servicio ocasiona incentivos para utilizar otros medios para llegar al santuario de Machupicchu. - La estación de Machupicchu está generando una mala percepción sobre su utilización gracias a los servicios que presta la empresa Perú Rail. - La imagen turística del turista nacional sobre el santuario histórico de Machupicchu se encuentra en juego, dado que la baja calidad determina alternativas para optar por otros lugares turísticos. |

1.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

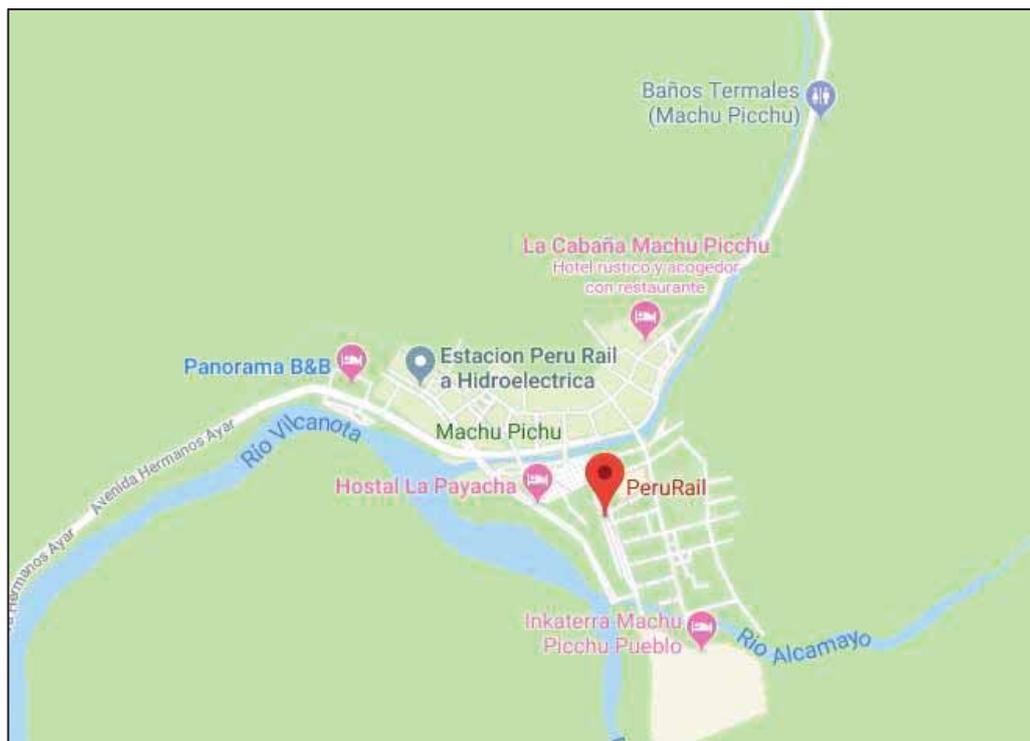
Tabla 9: Población Proyectada Distrito de Machupicchu

| | POBLACIÓN | AÑO | POBLACIÓN |
|-------------|----------------------|-------|-----------|
| MACHUPICCHU | Población Real | 2000 | 3,744 |
| | | 2001 | 3,971 |
| | | 2002 | 4,210 |
| | | 2003 | 4,457 |
| | | 2004 | 4,716 |
| | | 2005 | 4,986 |
| | | 2006 | 5,267 |
| | | 2007 | 5,560 |
| | | 2008 | 5,863 |
| | | 2009 | 6,178 |
| | 2010 | 6,507 | |
| | 2011 | 6,847 | |
| | 2012 | 7,201 | |
| | 2013 | 7,565 | |
| | 2014 | 7,943 | |
| | 2015 | 8,332 | |
| | Población Proyectada | 2016 | 8,634 |
| | | 2017 | 8,930 |
| | | 2018 | 9,468 |
| 2019 | | 9,769 | |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del INEI

La estación de Machupicchu se ubica en el distrito del mismo nombre, el cual tiene una población proyectada de 9 769 personas para el año 2019 que se obtuvieron a partir de los datos históricos que nos proporciona el Instituto Nacional de Estadística e Informática. Se debe tomar en cuenta que dicha población hace uso recurrentemente de los servicios sociales que presta PeruRail, dado que es la única forma de transporte para a anexos de la localidad de Machupicchu.

Figura 1: Mapa de la población de Aguas Calientes Estación de Machupicchu



Fuente: Google Maps

1.3 ASPECTOS SOCIALES

PeruRail, como parte de su Responsabilidad Social, ofrece el servicio del Tren Local, el cual tiene por objetivo facilitar la movilidad de las personas que viven en las comunidades asentadas a lo largo de la vía férrea en Cusco, que tienen como único medio de comunicación al tren para su traslado a Machupicchu Pueblo. Este servicio permite a los pobladores de dichas comunidades poder desarrollar a diario sus actividades sociales, culturales, económicas, productivas, etc., entre sus poblados con otras localidades a lo largo de la vía férrea, y por la naturaleza social del servicio, nuestra empresa ofrece este transporte a una tarifa local -no comercial.

Al ser un servicio local, se encuentra sujeto a términos y condiciones, por lo que es requisito fundamental que quien desee utilizar este servicio y comprar sus tickets debe acreditar a través del DNI que el lugar de residencia es una de las comunidades ubicadas

entre Cusco y Machupicchu o Hidroeléctrica. Por extensión del servicio, también se permite que las personas nacionales, peruanos acreditados con su DNI, puedan hacer uso también de este servicio, pero con ciertas limitaciones, no pudiendo acceder a todas las frecuencias (horarios) del servicio, sino a las que no tienen gran demanda por el residente. Asimismo, este servicio no permite el acceso de pasajeros extranjeros, por el carácter local del mismo. Sin embargo, todo pasajero sin excepción tiene la posibilidad de transportarse en los servicios turísticos que nuestra empresa ofrece en el mercado, tendiendo diferentes posibilidades y tarifas para un viaje turístico en su camino a la Ciudadela Inca.

1.4 ASPECTOS ECONÓMICOS

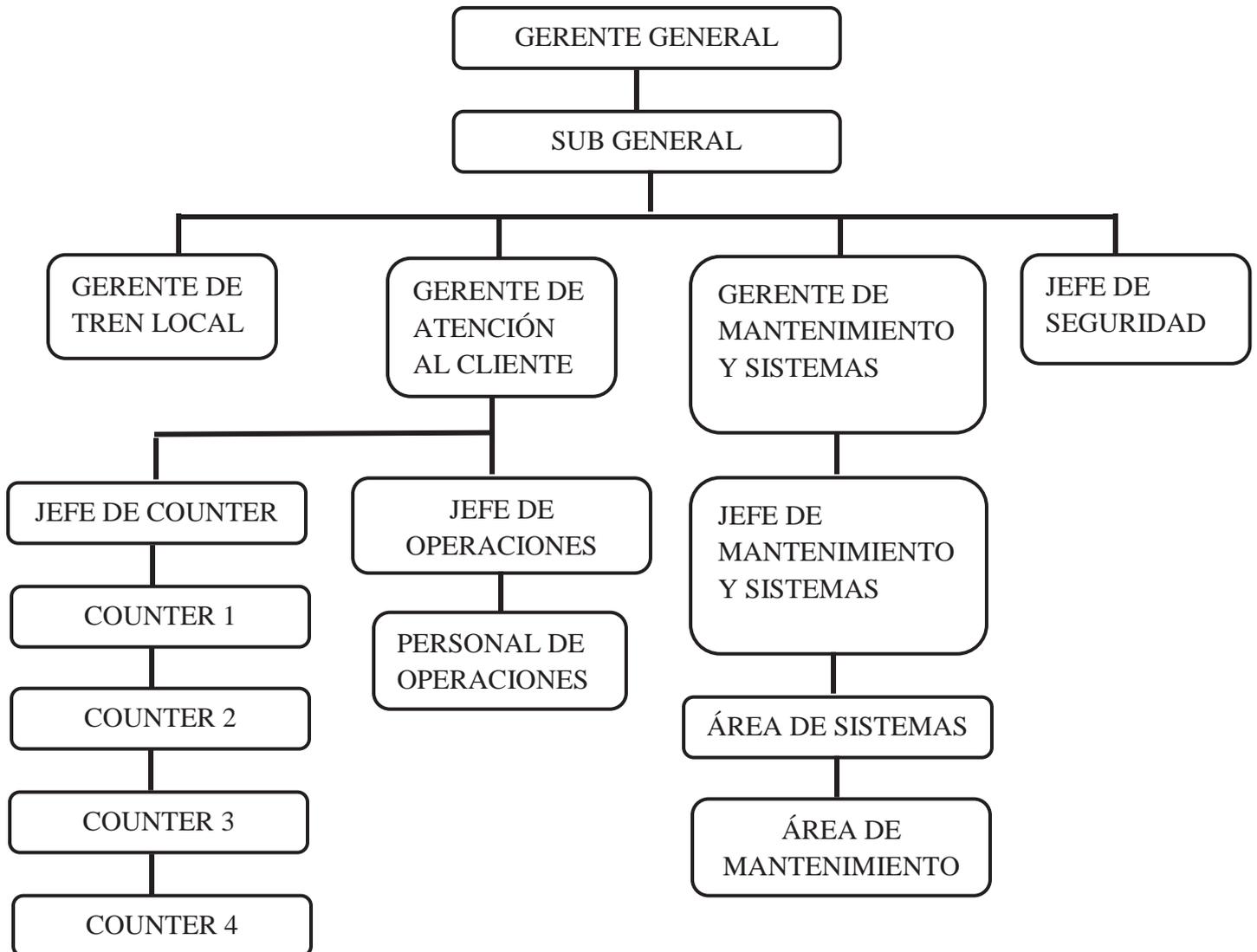
Tabla 10: **Tarifario del Servicio Local de Tren Estación de Machupicchu**

| Tarifa Tren Local a Machupicchu | |
|---|-------------------------|
| Ruta | Precio |
| Ollantaytambo-Machupicchu | S/. 10 (soles peruanos) |
| Machupicchu-Ollantaytambo | S/. 10 (soles peruanos) |
| Ollantaytambo-Machupicchu-Ollantaytambo | S/. 20 (soles peruanos) |

La tarifa del servicio local de transporte ferroviario, está determinado por S/.10.00 por viaje es decir, ida y retorno a un valor de S/.20.00.

1.5 ORGANIGRAMA EMPRESARIAL

Figura 2: Organigrama



CAPITULO II

ANÁLISIS DE PROCESAMIENTO DE DATOS

2.1. POBLACIÓN

La población está conformada por 971 usuarios del servicio de transporte ferroviario en la estación de Machupicchu Cusco, 2019.

Esta cifra está determinada por el promedio diario de usuarios del servicio de transporte ferroviario enfocado en el turista nacional y local que son los que mayoritariamente perciben la problemática de la investigación

Tabla 11: Población de Estudio

| | 2017 | | | 2019 | | |
|------------|------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|
| | Nacional | Extranjero | Total | Nacional | Extranjero | Total |
| Enero | 1233 | 2624 | 3857 | 1061 | 2830 | 3891 |
| Febrero | 849 | 1985 | 2835 | 936 | 2102 | 3037 |
| Marzo | 622 | 2437 | 3059 | 637 | 3109 | 3746 |
| Abril | 626 | 3029 | 3655 | 561 | 3404 | 3964 |
| Mayo | 629 | 3292 | 3921 | 721 | 3979 | 4700 |
| Junio | 711 | 3164 | 3875 | 693 | 3604 | 4297 |
| Julio | 1144 | 3794 | 4938 | 1146 | 4352 | 5498 |
| Agosto | 1468 | 3708 | 5176 | 1831 | 4245 | 6075 |
| Septiembre | 969 | 3283 | 4252 | 1059 | 3935 | 4993 |
| Octubre | 1315 | 3267 | 4582 | 1250 | 3646 | 4896 |
| Noviembre | 1012 | 2764 | 3776 | 1048 | 3085 | 4134 |
| Diciembre | 774 | 2343 | 3117 | 714 | 2523 | 3237 |
| Promedio | 946 | 2974 | 3920 | 971 | 3401 | 4372 |

Fuente: Datos de proyecciones estadísticas del MINCETUR (Elaboración propia del Promedio diario de llegada de visitantes al Santuario Histórico de Machupicchu)

2.2.MUESTRA

“Es una parte o fragmento representativo de la población cuyas características esenciales son las de ser objetiva y reflejo fiel de ella, de tal manera que los resultados obtenidos en la muestra puedan generalizarse a todos los elementos que conforman dicha población” (CARRASCO DIAZ, 2013)

2.3.DEFINICIÓN DE LA MUESTRA

La muestra está conformada por 275 usuarios del distrito de Machupicchu. Para definir el tamaño de la muestra se aplicará el método probabilístico y se aplicará la fórmula para población finita que es la siguiente:

$$n = \frac{(p \cdot q)^2 Z^2 \cdot N}{E^2 \wedge N - 1 + (p \cdot q)^2 Z^2}$$

De donde:

Sustituyendo:

$$n = \frac{(0.5)^2 (1.96)^2 \cdot 971}{(0.05)^2 (970) + (0.5)^2 (1.96)^2}$$

$$n=275$$

Por lo tanto, el tamaño de la muestra es de 275 usuarios.

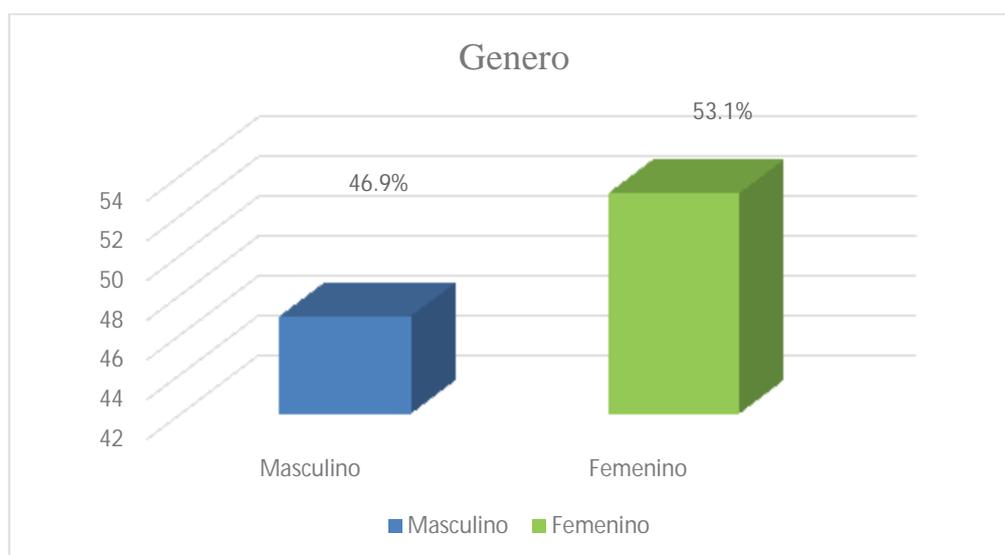
2.4.RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

Según las encuestas realizadas, se pudo determinar la percepción sobre la satisfacción

Tabla 12: Genero

| | | Genero | | | |
|--------|-----------|---------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Masculino | 129 | 46,9 | 46,9 | 46,9 |
| | Femenino | 146 | 53,1 | 53,1 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 3: Genero

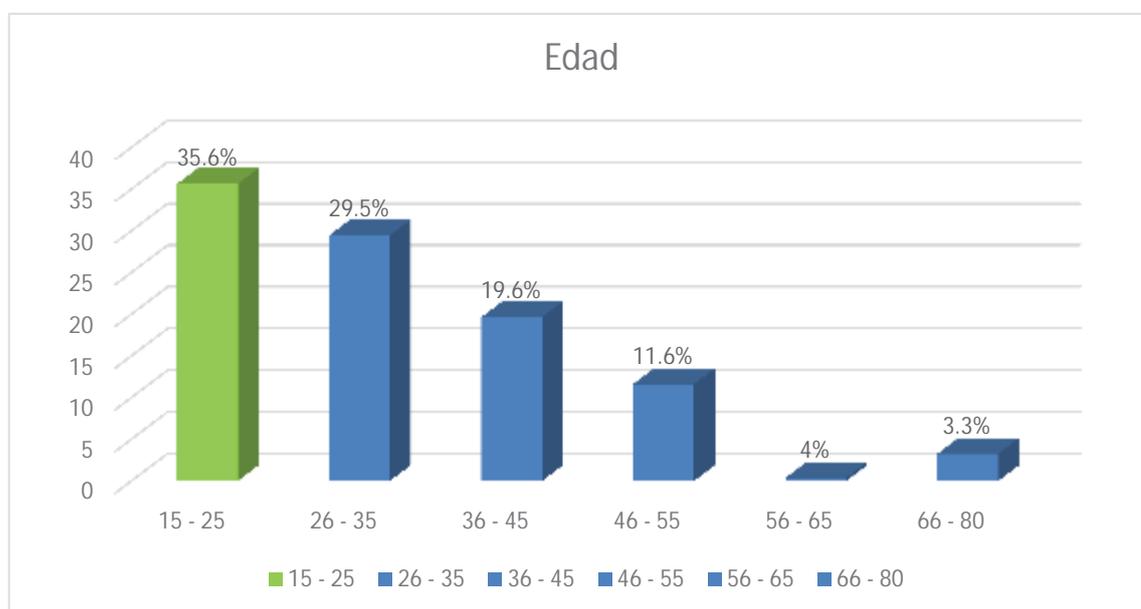


En la figura N°3 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre el género, se observó que el 53.1% de los encuestados es femenino, mientras que el mínimo porcentaje es masculino con el 46.9%.

Tabla 13: Edad

| | | Edad | | | |
|--------|---------|-------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | 15 - 25 | 98 | 35,6 | 35,6 | 35,6 |
| | 26 - 35 | 81 | 29,5 | 29,5 | 65,1 |
| | 36 - 45 | 54 | 19,6 | 19,6 | 84,7 |
| | 46 - 55 | 32 | 11,6 | 11,6 | 96,4 |
| | 56 - 65 | 1 | ,4 | ,4 | 96,7 |
| | 66 - 80 | 9 | 3,3 | 3,3 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 4: Edad

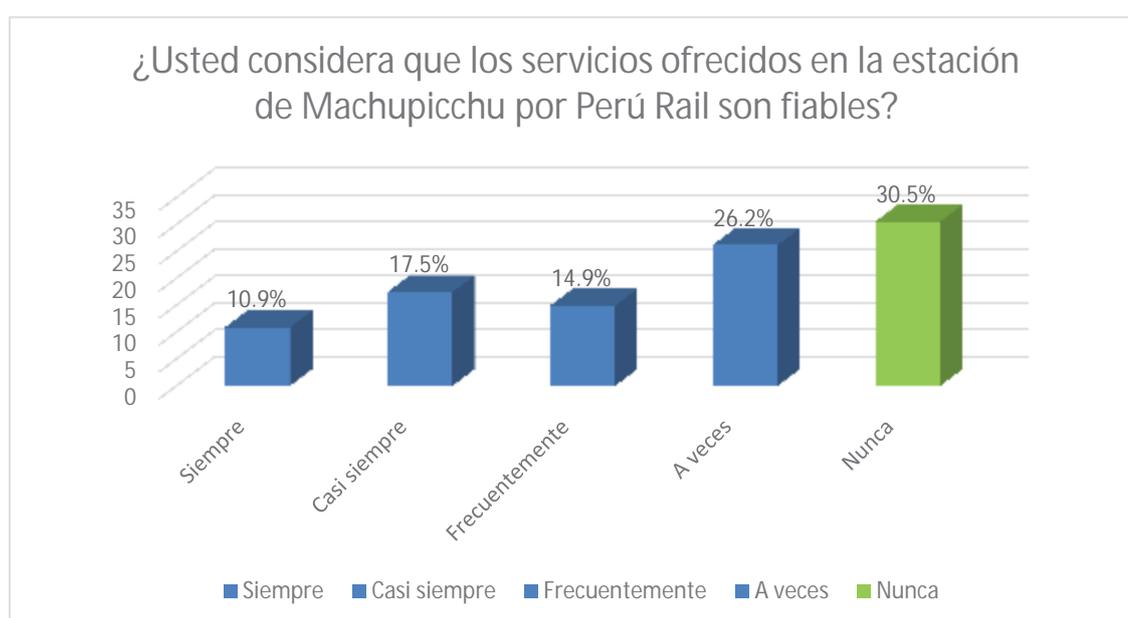


En la figura N°4 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre la edad, se observó que el 35.6% de los encuestados están entre las edades de 15 a 25 años, mientras que el 29.5% de los encuestados están entre las edades de 26 a 35 años, por otro lado que el 19.6% de los encuestados están entre las edades de 36 a 45 años, en cambio el 11.6% de los encuestados están entre las edades de 46 a 55 años, en tanto que el 4% de los encuestados están entre las edades de 66 a 80 años, por último el minino porcentaje están entre las edades de 56 a 65 años con el 3.3%.

Tabla 14: Fiabilidad de los Servicios

| ¿Usted considera que los servicios ofrecidos en la estación de Machupicchu por Perú Rail son fiables? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 30 | 10,9 | 10,9 | 10,9 |
| | Casi siempre | 48 | 17,5 | 17,5 | 28,4 |
| | Frecuentemente | 41 | 14,9 | 14,9 | 43,3 |
| | A veces | 72 | 26,2 | 26,2 | 69,5 |
| | Nunca | 84 | 30,5 | 30,5 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 5: Fiabilidad de los Servicios

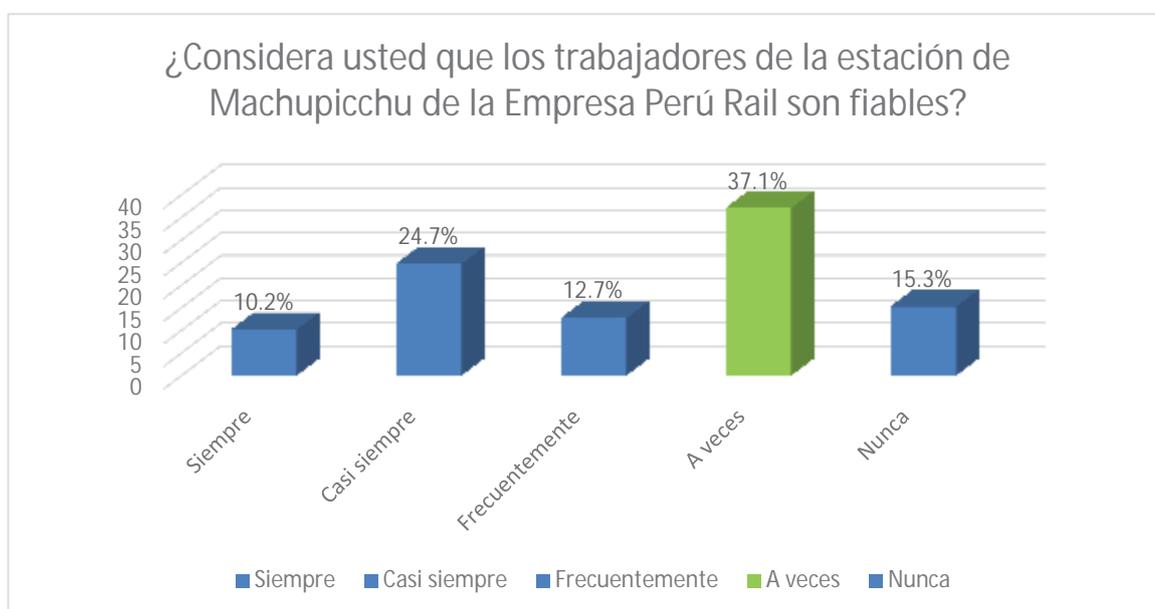


En la figura N°5 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si considera que los servicios ofrecidos en la estación de Machupicchu por Perú Rail son fiables, se observó que el 30.5% de los encuestados indica nunca, mientras que el 26.2% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 14.9% de los encuestados indica casi siempre, por otro lado que el 17.5% de los encuestados indica frecuentemente, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 10.9%.

Tabla 15: Fiabilidad de los trabajadores de la estación

| ¿Considera usted que los trabajadores de la estación de Machupicchu de la Empresa Perú Rail son fiables? | | | | | |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 28 | 10,2 | 10,2 | 10,2 |
| | Casi siempre | 68 | 24,7 | 24,7 | 34,9 |
| | Frecuentemente | 35 | 12,7 | 12,7 | 47,6 |
| | A veces | 102 | 37,1 | 37,1 | 84,7 |
| | Nunca | 42 | 15,3 | 15,3 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 6: Fiabilidad de los trabajadores de la estación

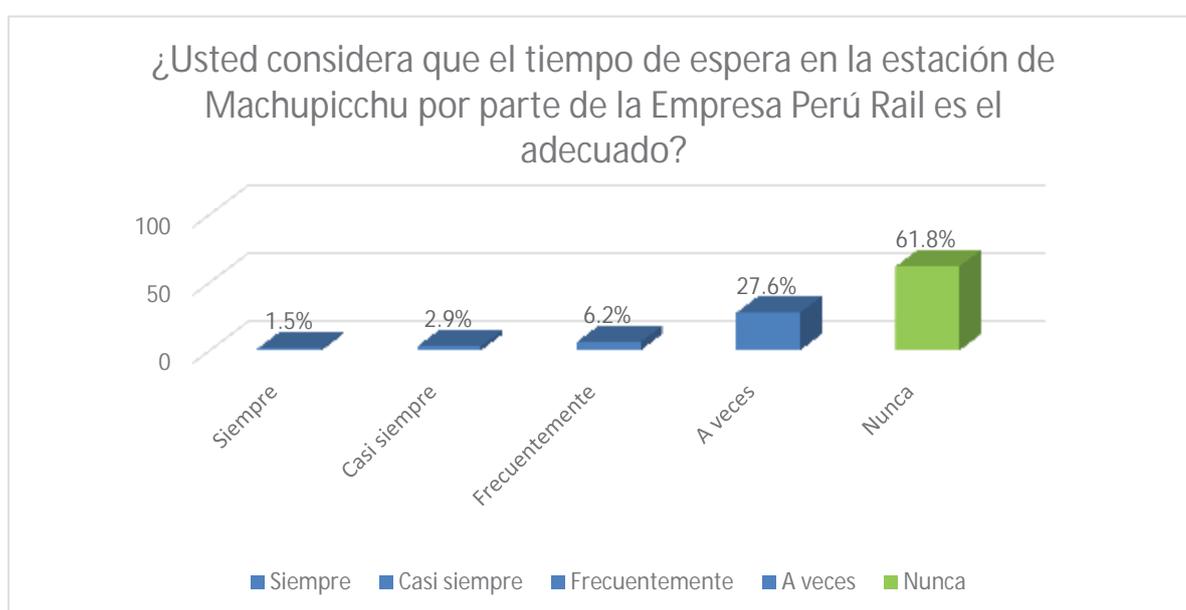


En la figura N°6 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si considera que los trabajadores de la estación de Machupicchu de la Empresa Perú Rail son fiables, se observó que el 37.1% de los encuestados indica a veces, mientras que el 24.7% de los encuestados indica casi siempre, en tanto que el 15.3% de los encuestados indica nunca, por otro lado que el 12.7% de los encuestados indica frecuentemente, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 10.2%.

Tabla 16: Tiempo de espera en la estación de Machupicchu

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 4 | 1,5 | 1,5 | 1,5 |
| | Casi siempre | 8 | 2,9 | 2,9 | 4,4 |
| | Frecuentemente | 17 | 6,2 | 6,2 | 10,5 |
| | A veces | 76 | 27,6 | 27,6 | 38,2 |
| | Nunca | 170 | 61,8 | 61,8 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 7: Tiempo de espera en la estación de Machupicchu

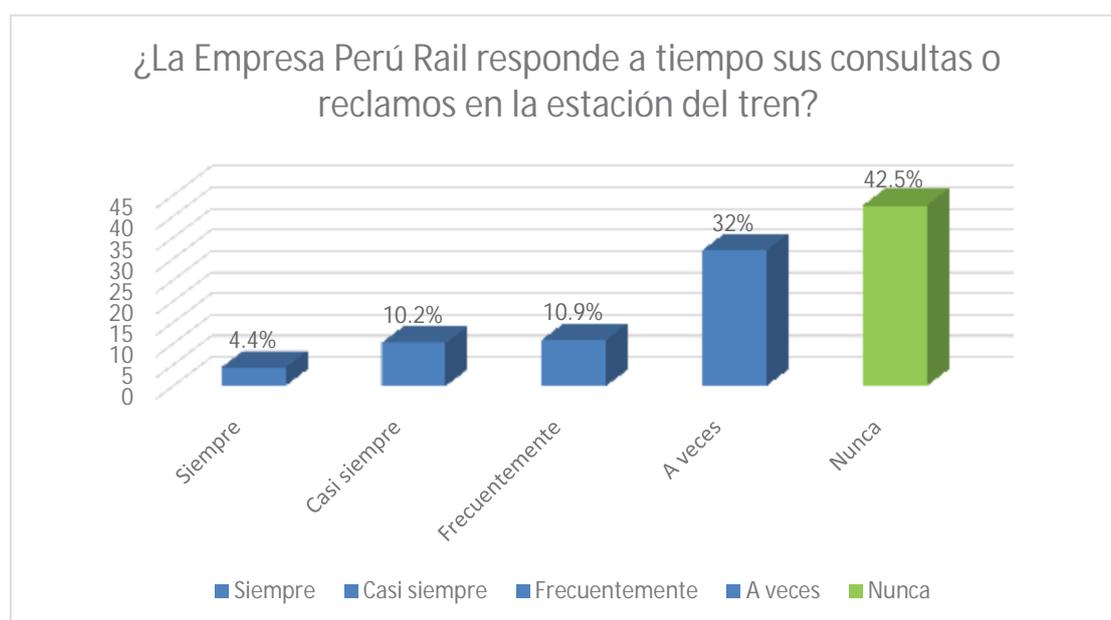


En la figura N°7 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si considera que el tiempo de espera en la estación de Machupicchu por parte de la Empresa Perú Rail es el adecuado, se observó que el 61.8% de los encuestados indica nunca, mientras que el 27.6% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 6.2% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 2.9% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 1.5%.

Tabla 17: Tiempo de respuesta ante consultas o reclamos

| ¿La Empresa Perú Rail responde a tiempo sus consultas o reclamos en la estación del tren? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 12 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| | Casi siempre | 28 | 10,2 | 10,2 | 14,5 |
| | Frecuentemente | 30 | 10,9 | 10,9 | 25,5 |
| | A veces | 88 | 32,0 | 32,0 | 57,5 |
| | Nunca | 117 | 42,5 | 42,5 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 8: Tiempo de respuesta ante consultas o reclamos

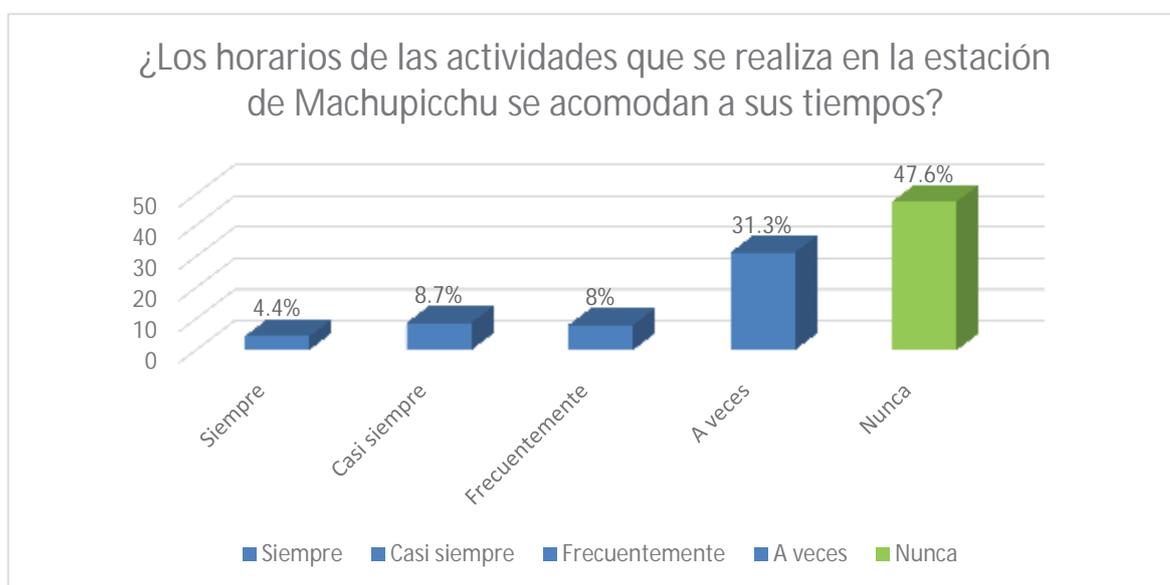


En la figura N°8 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si La Empresa Perú Rail responde a tiempo sus consultas o reclamos en la estación del tren, se observó que el 42.5% de los encuestados indica nunca, mientras que el 32% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 10.9% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 10.2% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 4.4%.

Tabla 18: Horarios de tren de la estación de Machupicchu

| ¿Los horarios de las actividades que se realiza en la estación de Machupicchu se acomodan a sus tiempos? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válid o | Siempre | 12 | 4,4 | 4,4 | 4,4 |
| | Casi siempre | 24 | 8,7 | 8,7 | 13,1 |
| | Frecuentemente | 22 | 8,0 | 8,0 | 21,1 |
| | A veces | 86 | 31,3 | 31,3 | 52,4 |
| | Nunca | 131 | 47,6 | 47,6 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 9: Horarios de tren de la estación Machupicchu

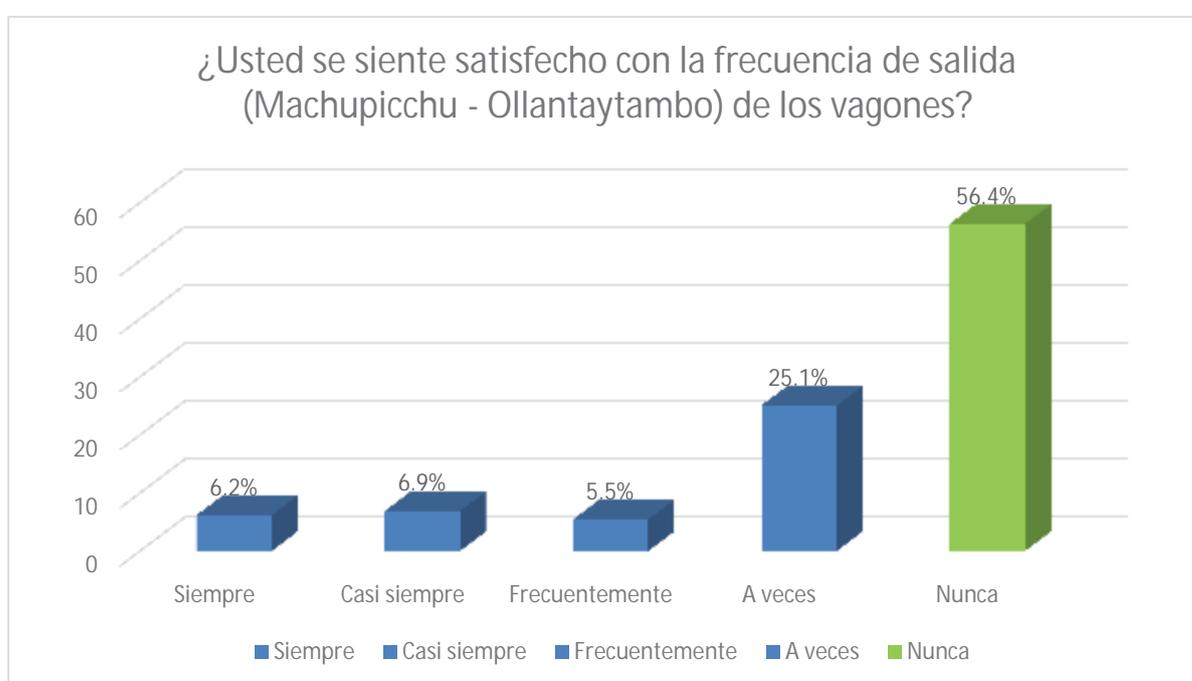


En la figura N°9 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si Los horarios de las actividades que se realiza en la estación de Machupicchu se acomodan a sus tiempos, se observó que el 47.6% de los encuestados indica nunca, mientras que el 31.3% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 8% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 8.7% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 4.4%.

Tabla 19: Frecuencia de Salida Machupicchu - Ollantaytambo

| ¿Usted se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Machupicchu - Ollantaytambo) de los vagones? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 17 | 6,2 | 6,2 | 6,2 |
| | Casi siempre | 19 | 6,9 | 6,9 | 13,1 |
| | Frecuentemente | 15 | 5,5 | 5,5 | 18,5 |
| | A veces | 69 | 25,1 | 25,1 | 43,6 |
| | Nunca | 155 | 56,4 | 56,4 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 10: Frecuencia de Salida Machupicchu - Ollantaytambo

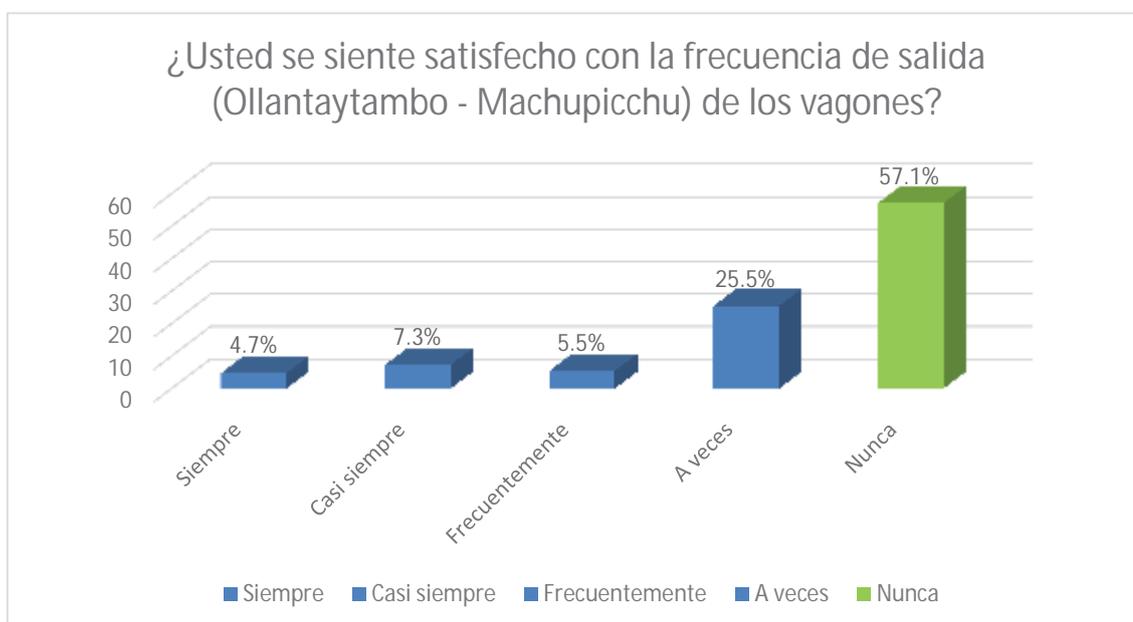


En la figura N°10 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Machupicchu - Ollantaytambo) de los vagones, se observó que el 56.4% de los encuestados indica nunca, mientras que el 25.1% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 6.9% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre 6.2% y frecuentemente con el 5.5%.

Tabla 20: Frecuencia de Salida Ollantaytambo - Machupicchu

| ¿Usted se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Ollantaytambo - Machupicchu) de los vagones? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 13 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | Casi siempre | 20 | 7,3 | 7,3 | 12,0 |
| | Frecuentemente | 15 | 5,5 | 5,5 | 17,5 |
| | A veces | 70 | 25,5 | 25,5 | 42,9 |
| | Nunca | 157 | 57,1 | 57,1 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 11: Frecuencia de Salida Ollantaytambo - Machupicchu

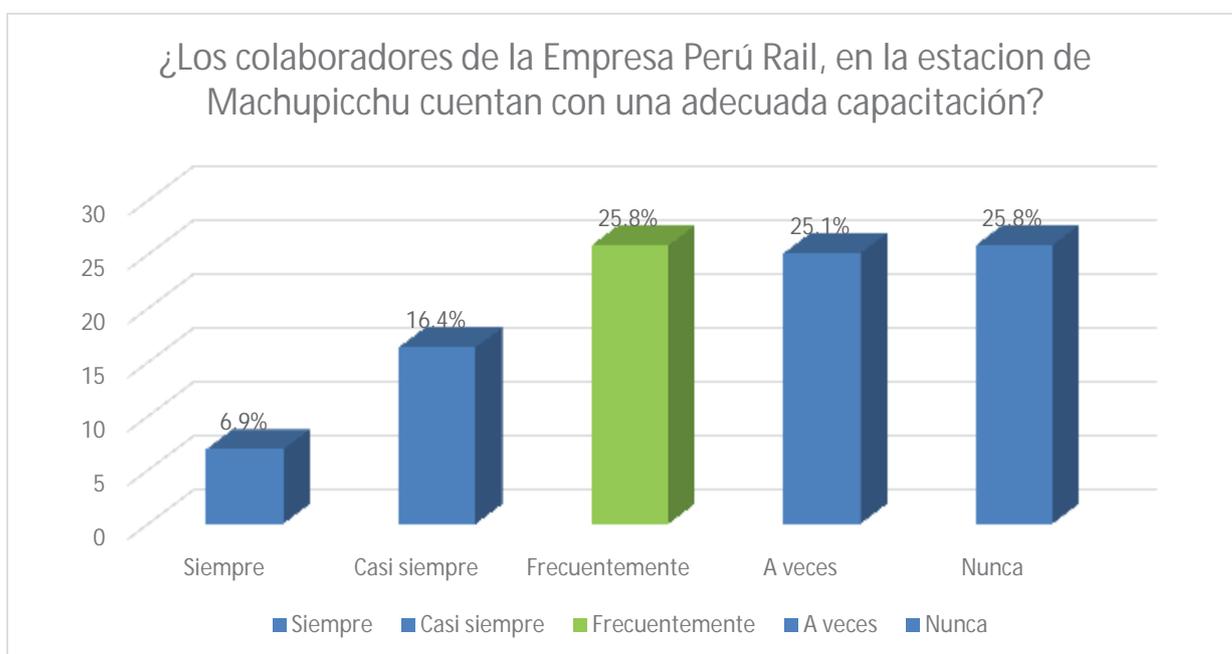


En la figura N°11 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Ollantaytambo - Machupicchu) de los vagones, se observó que el 57.1% de los encuestados indica nunca, mientras que el 25.5% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 7.3% de los encuestados indica casi siempre y frecuentemente 5.5%, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 4.7%.

Tabla 21: Capacitación de los colaboradores de la estación Machupicchu

| ¿Los colaboradores de la Empresa Perú Rail, en la estación de Machupicchu cuentan con una adecuada capacitación? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 19 | 6,9 | 6,9 | 6,9 |
| | Casi siempre | 45 | 16,4 | 16,4 | 23,3 |
| | Frecuentemente | 71 | 25,8 | 25,8 | 49,1 |
| | A veces | 69 | 25,1 | 25,1 | 74,2 |
| | Nunca | 71 | 25,8 | 25,8 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 12: Capacitación de los colaboradores de la estación de Machupicchu

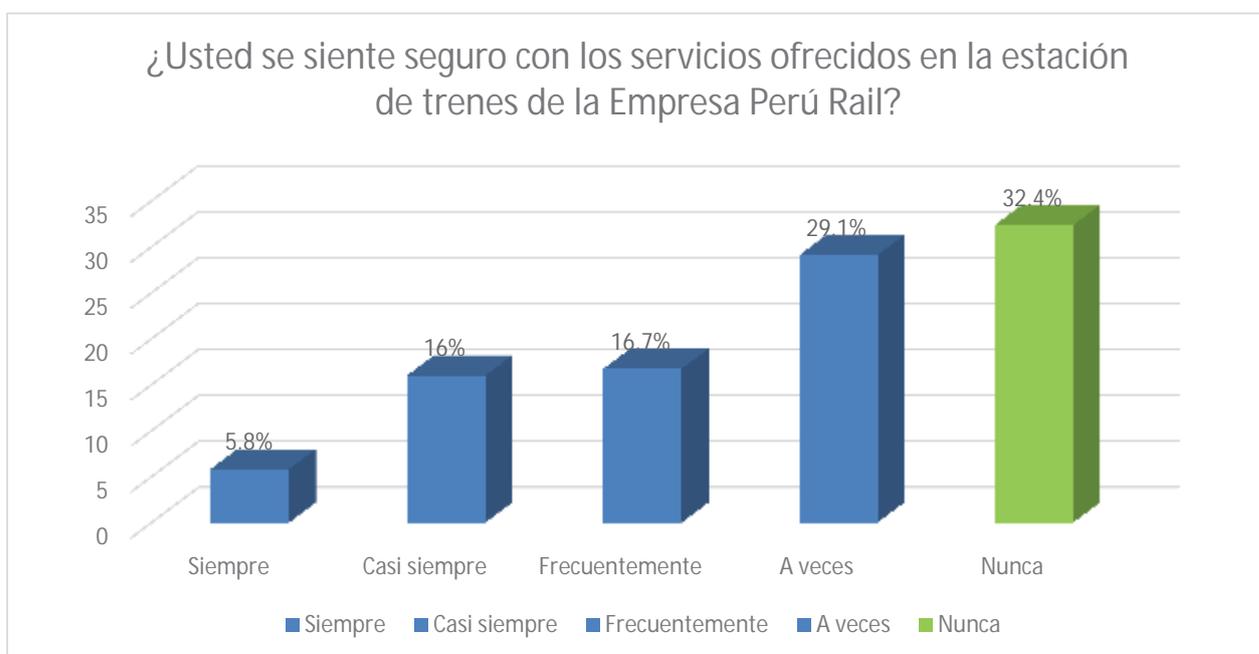


En la figura N°12 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si Los colaboradores de la Empresa Perú Rail, en la estación de Machupicchu cuentan con una adecuada capacitación, se observó que el 25.8% de los encuestados indica nunca, mientras que el 25.1% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 25% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 16.4% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 6.9%.

Tabla 22: Servicios ofrecidos en la estación Machupicchu

| ¿Usted se siente seguro con los servicios ofrecidos en la estación de trenes de la Empresa Perú Rail? | | | | | |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 16 | 5,8 | 5,8 | 5,8 |
| | Casi siempre | 44 | 16,0 | 16,0 | 21,8 |
| | Frecuentemente | 46 | 16,7 | 16,7 | 38,5 |
| | A veces | 80 | 29,1 | 29,1 | 67,6 |
| | Nunca | 89 | 32,4 | 32,4 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 13: Servicios ofrecidos en la estación Machupicchu

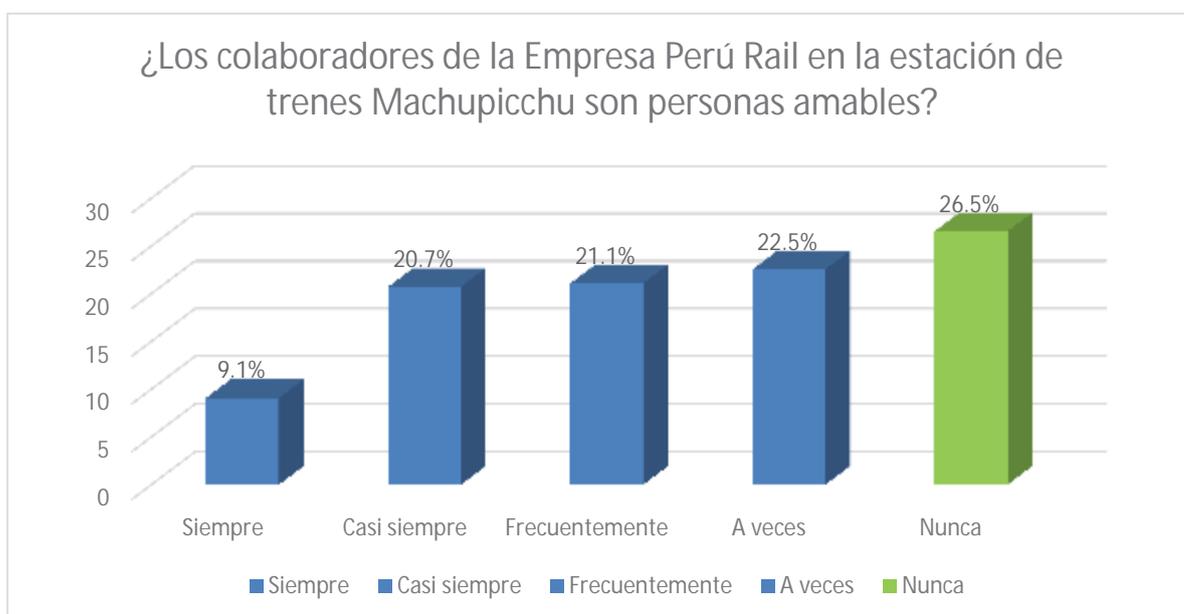


En la figura N°13 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si se siente seguro con los servicios ofrecidos en la estación de trenes de la Empresa Perú Rail, se observó que el 32.4% de los encuestados indica nunca, mientras que el 29.1% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 16.7% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 16% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 5.8%.

Tabla 23: Amabilidad de los colaboradores de la estación Machupicchu

| ¿Los colaboradores de la Empresa Perú Rail en la estación de trenes Machupicchu son personas amables? | | | | | |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 25 | 9,1 | 9,1 | 9,1 |
| | Casi siempre | 57 | 20,7 | 20,7 | 29,8 |
| | Frecuentemente | 58 | 21,1 | 21,1 | 50,9 |
| | A veces | 62 | 22,5 | 22,5 | 73,5 |
| | Nunca | 73 | 26,5 | 26,5 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 14: Amabilidad de los colaboradores de la estación Machupicchu



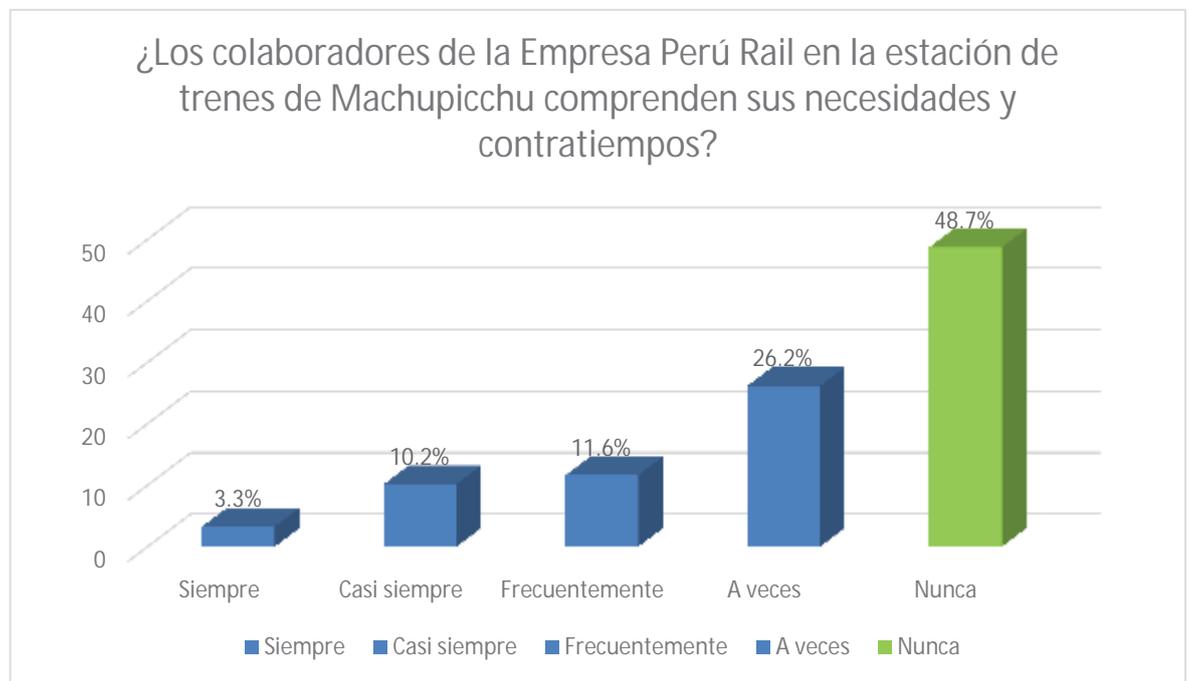
En la figura N°14 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si Los colaboradores de la Empresa Perú Rail en la estación de trenes de Machupicchu son personas amables, se observó que el 26.5% de los encuestados indica nunca, mientras que el 22.5% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 21.1% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 20.7% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 9.1%.

Tabla 24: Necesidades y contratiempos

¿Los colaboradores de la Empresa Perú Rail en la estación de trenes Machupicchu comprenden sus necesidades y contratiempos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 9 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | Casi siempre | 28 | 10,2 | 10,2 | 13,5 |
| | Frecuentemente | 32 | 11,6 | 11,6 | 25,1 |
| | A veces | 72 | 26,2 | 26,2 | 51,3 |
| | Nunca | 134 | 48,7 | 48,7 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 15: Necesidades y contratiempos

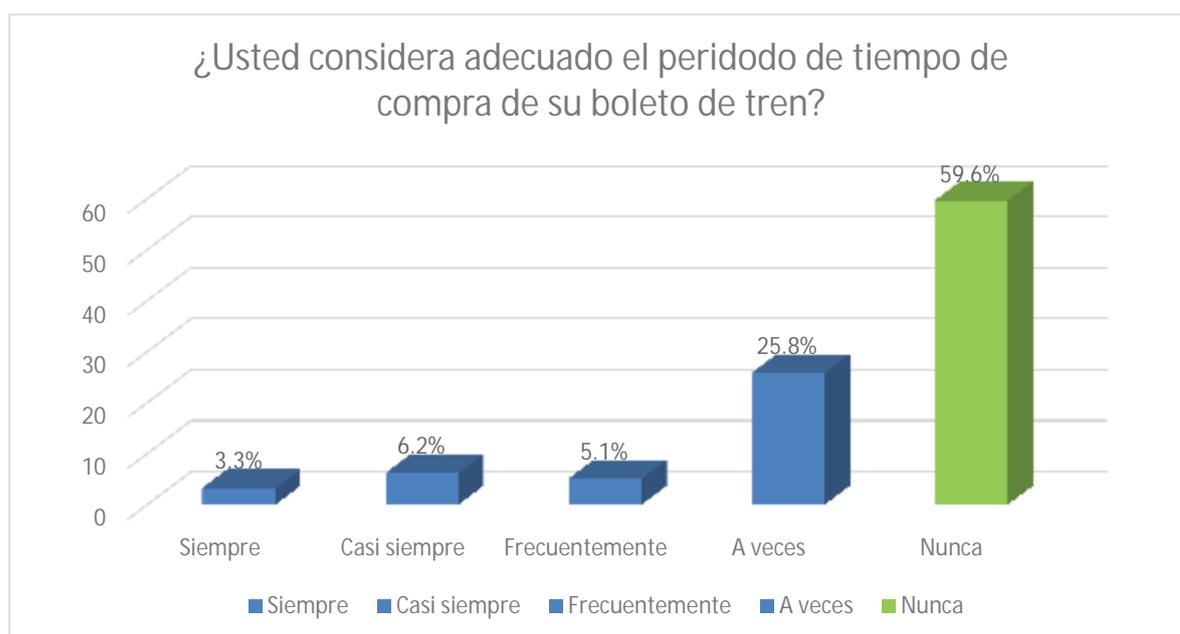


En la figura N°15 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si Los colaboradores de la Empresa Perú Rail en la estación de trenes de Machupicchu comprenden sus necesidades y contratiempos, se observó que el 48.7% de los encuestados indica nunca, mientras que el 26.2% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 11.6% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 10.2% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 3.3%.

Tabla 25: Tiempo de compra de boletos de tren

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 9 | 3,3 | 3,3 | 3,3 |
| | Casi siempre | 17 | 6,2 | 6,2 | 9,5 |
| | Frecuentemente | 14 | 5,1 | 5,1 | 14,5 |
| | A veces | 71 | 25,8 | 25,8 | 40,4 |
| | Nunca | 164 | 59,6 | 59,6 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 16: Tiempo de compra de boletos de tren

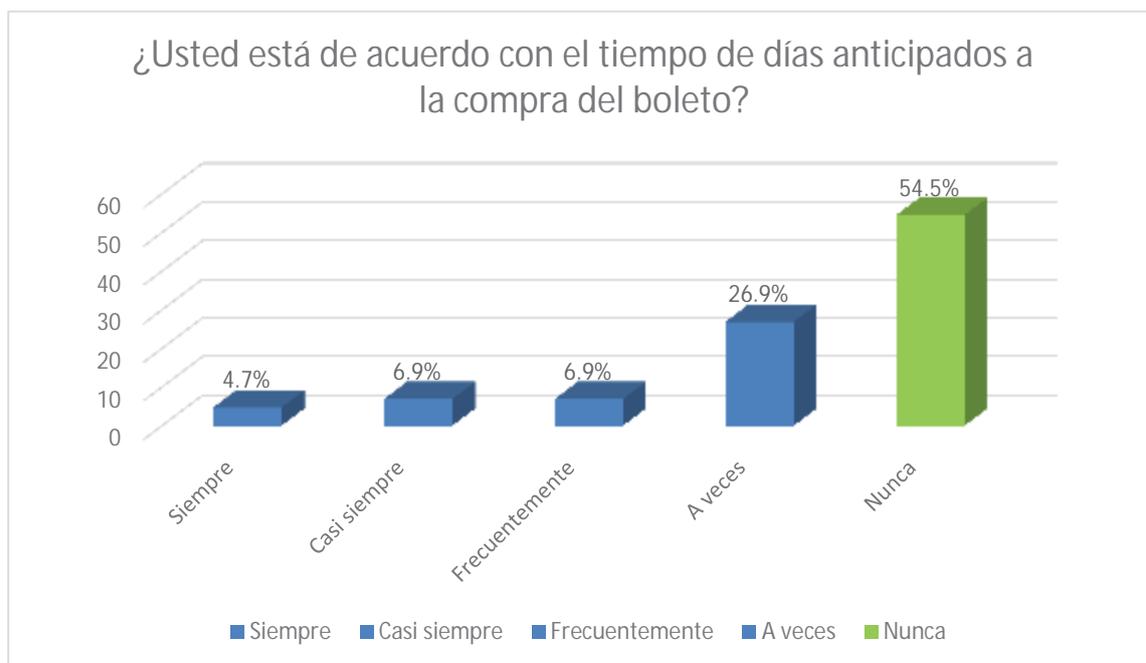


En la figura N°16 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera adecuado el periodo de tiempo de compra de su boleto de tren, se observó que el 59.6% de los encuestados indica nunca, mientras que el 25.8% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 6.2% de los encuestados indica casi siempre, por otro lado que el 5.1% de los encuestados indica frecuentemente, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 3.3%.

Tabla 26: Tiempo anticipados de compra de boletos de tren

| ¿Usted está de acuerdo con el tiempo de días anticipados a la compra del boleto? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 13 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | Casi siempre | 19 | 6,9 | 6,9 | 11,6 |
| | Frecuentemente | 19 | 6,9 | 6,9 | 18,5 |
| | A veces | 74 | 26,9 | 26,9 | 45,5 |
| | Nunca | 150 | 54,5 | 54,5 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 17: Tiempo anticipados de compra de boletos de tren



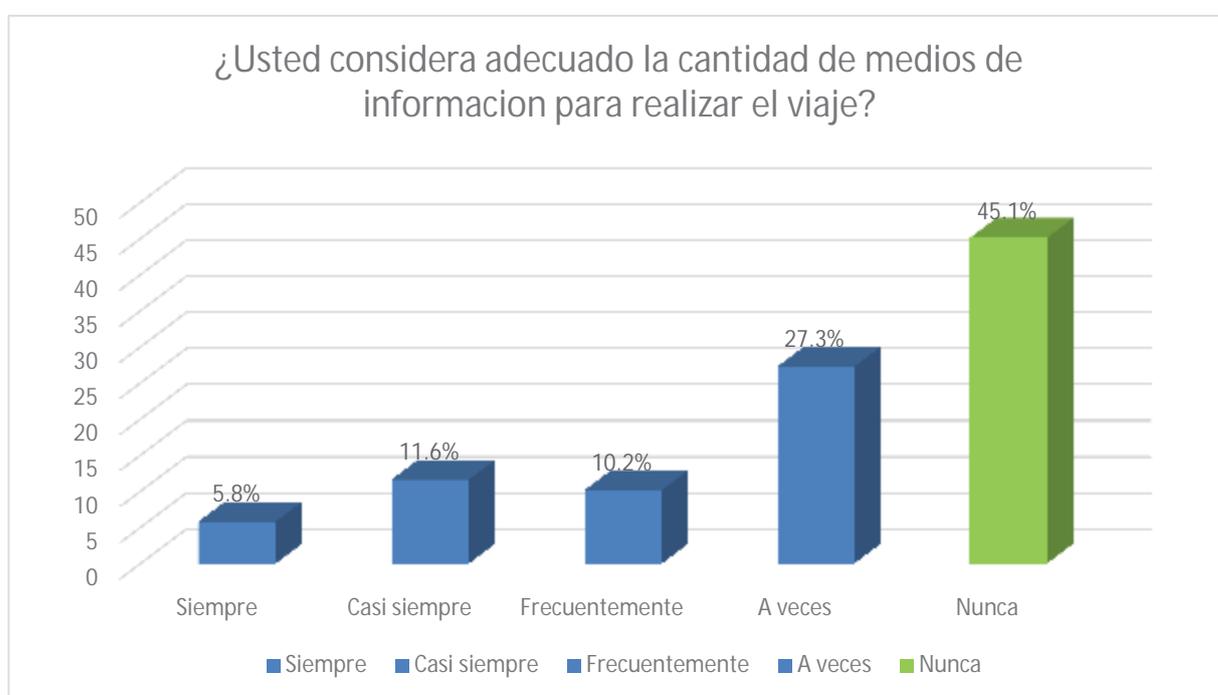
En la figura N°17 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si le parece de acuerdo el tiempo de días anticipados a la compra del boleto, se observó que el 54.5% de los encuestados indica nunca, mientras que el 26.9% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 6.9% de los encuestados indica casi siempre y frecuentemente, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 4.7%.

Tabla 27: Medios de información sobre el destino turístico

¿Usted considera adecuado la cantidad de medios de información para realizar el viaje?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 16 | 5,8 | 5,8 | 5,8 |
| | Casi siempre | 32 | 11,6 | 11,6 | 17,5 |
| | Frecuentemente | 28 | 10,2 | 10,2 | 27,6 |
| | A veces | 75 | 27,3 | 27,3 | 54,9 |
| | Nunca | 124 | 45,1 | 45,1 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 18: Medios de información sobre el destino turístico

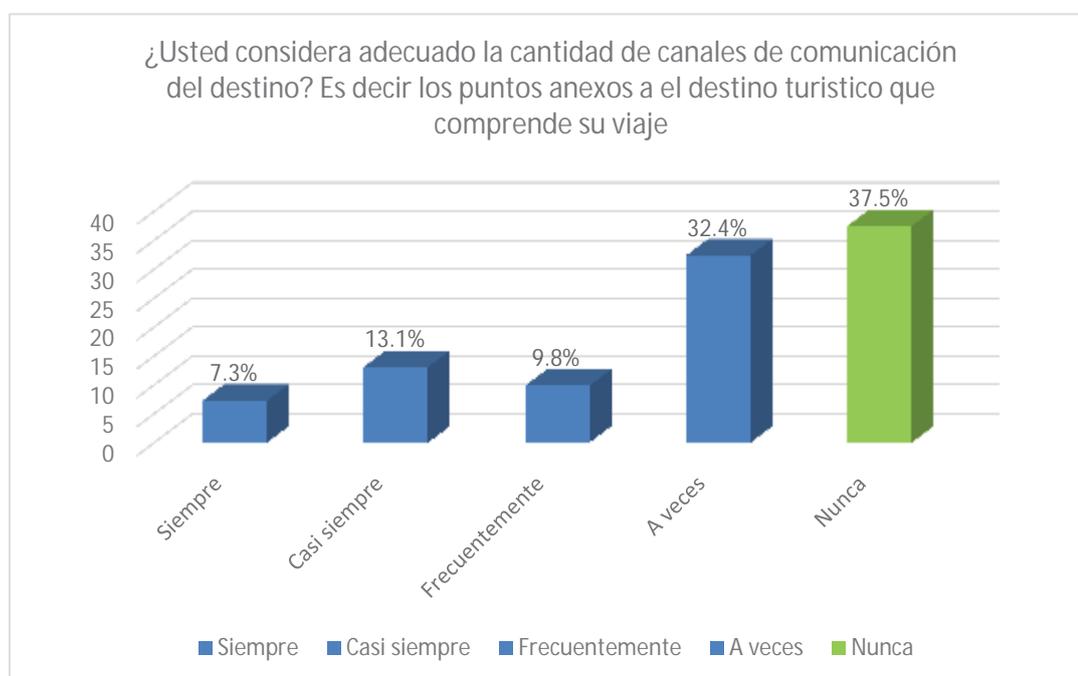


En la figura N°18 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera adecuado la cantidad de medios de información para realizar el viaje, se observó que el 45.1% de los encuestados indica nunca, mientras que el 27.3% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 11.6% de los encuestados indica casi siempre y frecuentemente 10.2%, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 5.8%.

Tabla 28: Cantidad de canales de comunicación del destino

| ¿Usted considera adecuado la cantidad de canales de comunicación del destino? Es decir los puntos anexos a el destino turístico que comprende su viaje | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 20 | 7,3 | 7,3 | 7,3 |
| | Casi siempre | 36 | 13,1 | 13,1 | 20,4 |
| | Frecuentemente | 27 | 9,8 | 9,8 | 30,2 |
| | A veces | 89 | 32,4 | 32,4 | 62,5 |
| | Nunca | 103 | 37,5 | 37,5 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 19: Cantidad de canales de comunicación del destino

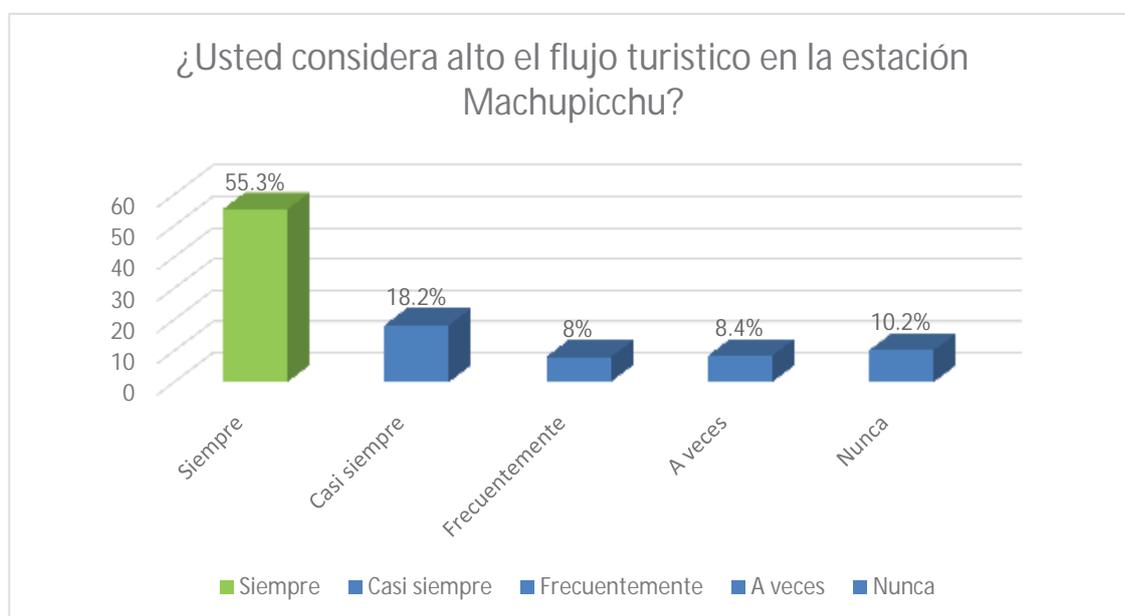


En la figura N°19 Según los datos recopilados a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera adecuado la cantidad de canales de comunicación del destino, es decir los puntos anexos a el destino turístico que comprende su viaje, se observó que el 37.5% de los encuestados indica nunca, mientras que el 32.4% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 9.8% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 13.1% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 7.3%.

Tabla 29: Flujo turístico en la estación Machupicchu

| ¿Usted considera alto el flujo turístico en la misma estación Machupicchu? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 152 | 55,3 | 55,3 | 55,3 |
| | Casi siempre | 50 | 18,2 | 18,2 | 73,5 |
| | Frecuentemente | 22 | 8,0 | 8,0 | 81,5 |
| | A veces | 23 | 8,4 | 8,4 | 89,8 |
| | Nunca | 28 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 20: Flujo turístico en la estación Machupicchu

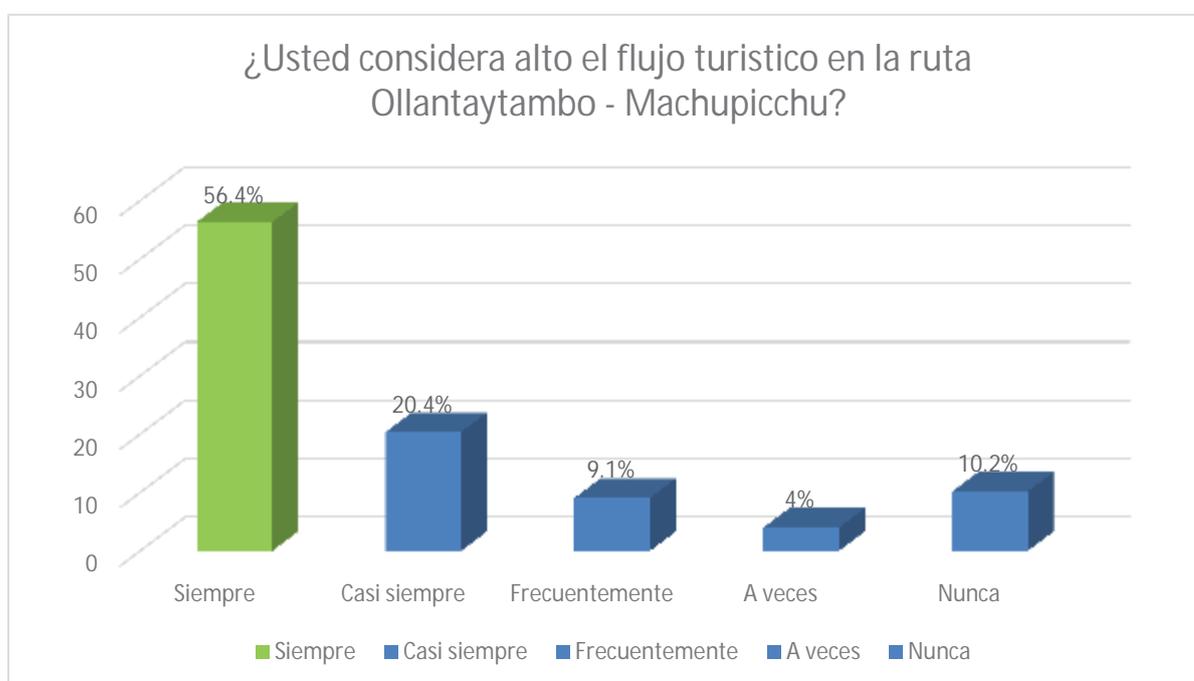


En la figura N°20 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera alto el flujo turístico en la misma estación Machupicchu, se observó que el 55.3% de los encuestados indica siempre, mientras que el 18.2% de los encuestados indica casi siempre, en tanto que el 10.2% de los encuestados indica nunca, por otro lado que el 8.4% de los encuestados indica a veces, por último el minino porcentaje indica frecuentemente que con el 8%.

Tabla 30: Flujo turístico en la ruta Ollantaytambo y Machupicchu

| ¿Usted considera alto el flujo turístico en la ruta Ollantaytambo - Machupicchu? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 155 | 56,4 | 56,4 | 56,4 |
| | Casi siempre | 56 | 20,4 | 20,4 | 76,7 |
| | Frecuentemente | 25 | 9,1 | 9,1 | 85,8 |
| | A veces | 11 | 4,0 | 4,0 | 89,8 |
| | Nunca | 28 | 10,2 | 10,2 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 21: Flujo turístico en la ruta Ollantaytambo y Machupicchu

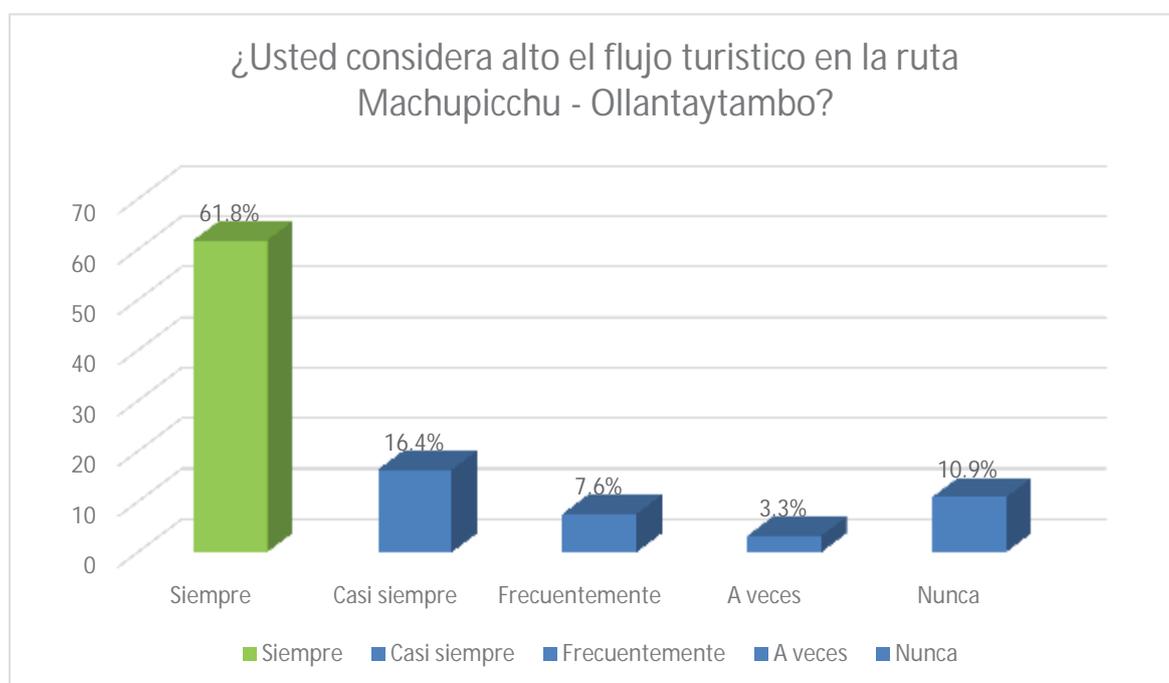


En la figura N°21 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si considera alto el flujo turístico en la ruta Ollantaytambo - Machupicchu, se observó que el 56.4% de los encuestados indica siempre, mientras que el 20.4% de los encuestados indica casi siempre, en tanto que el 9.1% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 10.2% de los encuestados indica nunca, por último el minino porcentaje indica a veces que con el 4%.

Tabla 31: Flujo turístico en la ruta Machupicchu - Ollantaytambo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 170 | 61,8 | 61,8 | 61,8 |
| | Casi siempre | 45 | 16,4 | 16,4 | 78,2 |
| | Frecuentemente | 21 | 7,6 | 7,6 | 85,8 |
| | A veces | 9 | 3,3 | 3,3 | 89,1 |
| | Nunca | 30 | 10,9 | 10,9 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 22: Flujo turístico en la ruta Machupicchu – Ollantaytambo

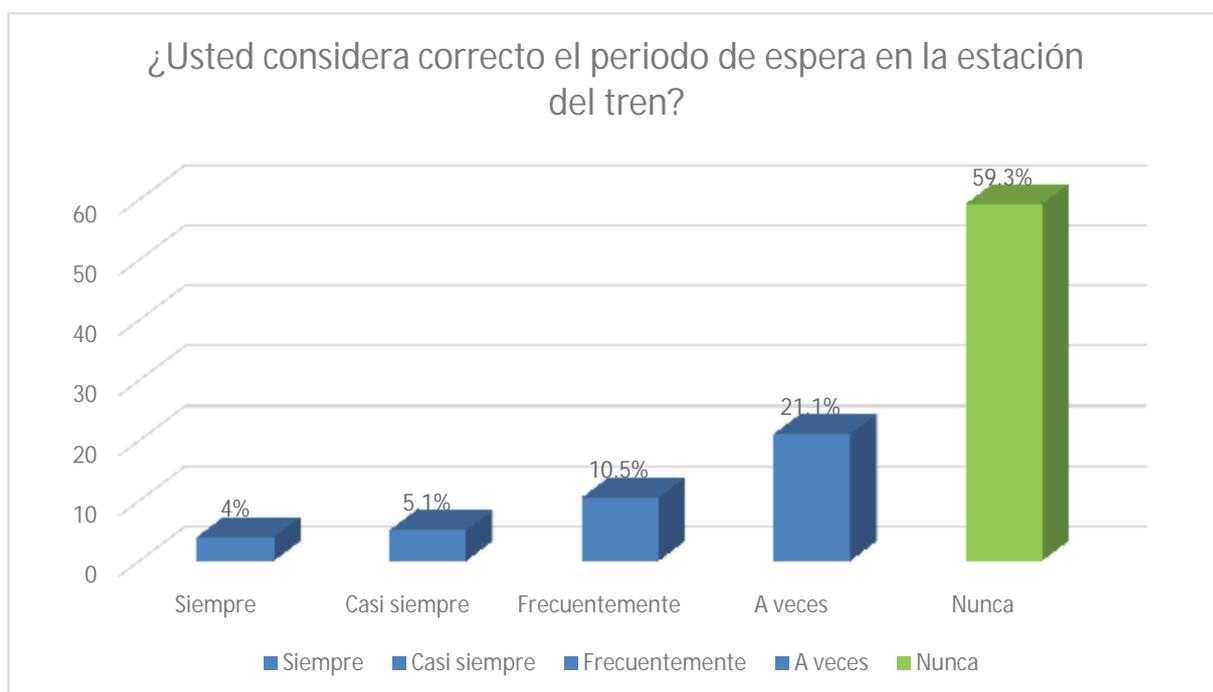


En la figura N°22 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación de Machupicchu, sobre si considera alto el flujo turístico en la ruta Machupicchu - Ollantaytambo, se observó que el 61.8% de los encuestados indica siempre, mientras que el 16.4% de los encuestados indica casi siempre, en tanto que el 10.9% de los encuestados indica nunca, por otro lado que el 7.6% de los encuestados indica frecuentemente, por último el minino porcentaje indica a veces que con el 3.3%.

Tabla 32: Periodo de espera de tren

| ¿Usted considera correcto el periodo de espera en la estación del tren? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 11 | 4,0 | 4,0 | 4,0 |
| | Casi siempre | 14 | 5,1 | 5,1 | 9,1 |
| | Frecuentemente | 29 | 10,5 | 10,5 | 19,6 |
| | A veces | 58 | 21,1 | 21,1 | 40,7 |
| | Nunca | 163 | 59,3 | 59,3 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 23: Periodo de espera de tren

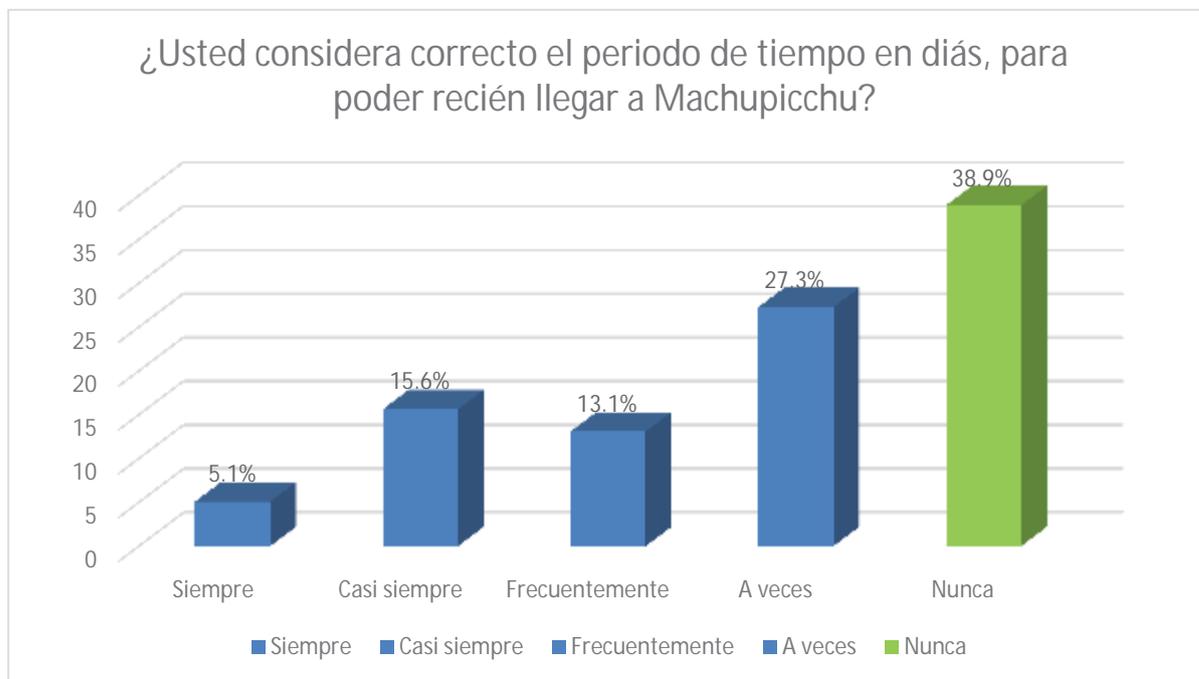


En la figura N°23 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera correcto el periodo de espera en la estación del tren, se observó que el 59.3% de los encuestados indica nunca, mientras que el 21.1% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 10.5% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 5.1% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 4%.

Tabla 33: Periodo de días para llegar a Machupicchu

| ¿Usted considera correcto el periodo de tiempo en días, para poder recién llegar a Machupicchu? | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Siempre | 14 | 5,1 | 5,1 | 5,1 |
| | Casi siempre | 43 | 15,6 | 15,6 | 20,7 |
| | Frecuentemente | 36 | 13,1 | 13,1 | 33,8 |
| | A veces | 75 | 27,3 | 27,3 | 61,1 |
| | Nunca | 107 | 38,9 | 38,9 | 100,0 |
| | Total | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 24: Periodo de días para llegar a Machupicchu

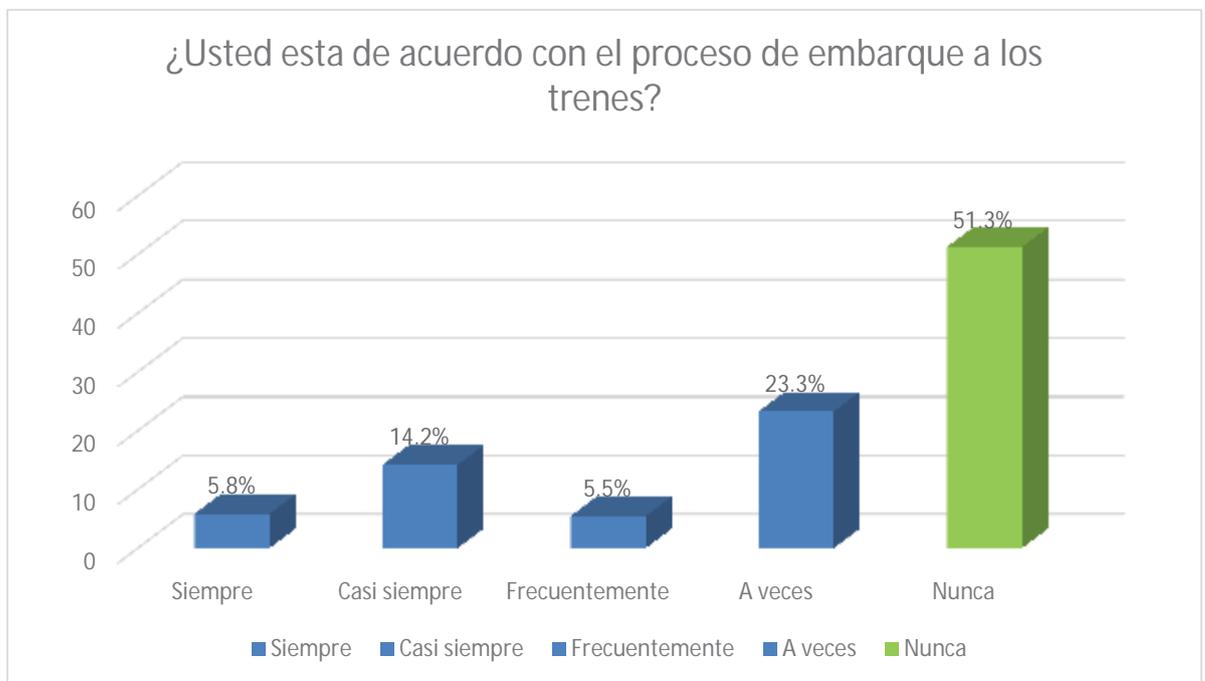


En la figura N°25 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si considera correcto el periodo de tiempo en días, para poder recién llegar a Machupicchu, se observó que el 38.9% de los encuestados indica nunca, mientras que el 27.3% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 16.6% de los encuestados indica casi siempre, por otro lado que el 13.1% de los encuestados indica frecuentemente, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 5.1%.

Tabla 34: Proceso de embarque a los trenes

| | | ¿Usted está de acuerdo con el proceso de embarque a los trenes? | | | |
|--------|----------------|---|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 16 | 5,8 | 5,8 | 5,8 |
| | Casi siempre | 39 | 14,2 | 14,2 | 20,0 |
| | Frecuentemente | 15 | 5,5 | 5,5 | 25,5 |
| | A veces | 64 | 23,3 | 23,3 | 48,7 |
| | Nunca | 141 | 51,3 | 51,3 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 25: Proceso de embarque a los trenes

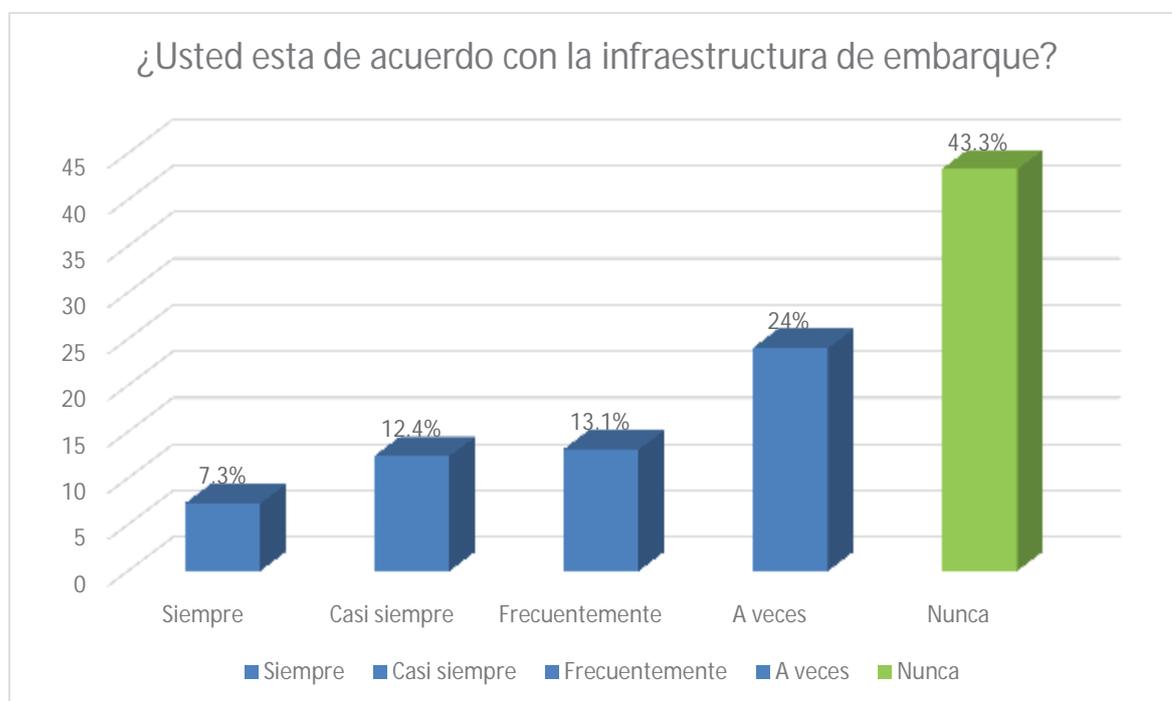


En la figura N°26 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si está de acuerdo con el proceso de embarque a los trenes, se observó que el 51.3% de los encuestados indica nunca, mientras que el 23.3% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 14.2% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre y frecuentemente con el 5.5%.

Tabla 35: Infraestructura de embarque de la estación de Machupicchu

| | | ¿Usted está de acuerdo con la infraestructura de embarque? | | | |
|--------|----------------|--|------------|-------------------|----------------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
| Válido | Siempre | 20 | 7,3 | 7,3 | 7,3 |
| | Casi siempre | 34 | 12,4 | 12,4 | 19,6 |
| | Frecuentemente | 36 | 13,1 | 13,1 | 32,7 |
| | A veces | 66 | 24,0 | 24,0 | 56,7 |
| | Nunca | 119 | 43,3 | 43,3 | 100,0 |
| Total | | 275 | 100,0 | 100,0 | |

Figura 26: Infraestructura de embarque de la estación Machupicchu



En la figura N°27 Según los datos recopilados mediante las encuestas realizadas a los usuarios por la satisfacción en la estación Machupicchu, sobre si está de acuerdo con la infraestructura de embarque, se observó que el 43.3% de los encuestados indica nunca, mientras que el 24% de los encuestados indica a veces, en tanto que el 13.1% de los encuestados indica frecuentemente, por otro lado que el 12.4% de los encuestados indica casi siempre, por último el minino porcentaje indica que siempre con el 7.3%.

2.5.PRUEBA DE HIPÓTESIS

Hipótesis General

Planteamiento de la hipótesis

H_0 = El flujo turístico y la infraestructura actual no influyen en la satisfacción de los usuarios en la estación Machupicchu. Cusco 2019.

→Son independientes

H_1 = El flujo turístico y la infraestructura actual si influyen en la satisfacción de los usuarios en la estación Machupicchu. Cusco 2019.

→No son independientes

Establecer nivel de significancia

- Nivel de Significancia (Alfa) $\alpha = 5\%$

Valor estadístico de contrastación

Tabla 36: Pruebas de Hipótesis

| Pruebas de chi-cuadrado | | | |
|------------------------------|----------------------|----|--------------------------------------|
| | Valor | df | Significación asintótica (bilateral) |
| Chi-cuadrado de Pearson | 185,786 ^a | 16 | ,000 |
| Razón de verosimilitud | 71,158 | 16 | ,000 |
| Asociación lineal por lineal | 52,756 | 1 | ,000 |
| N de casos válidos | 275 | | |

Prueba de hipótesis

Fuente: Elaboración Propia

Toma de decisiones

- $P_valor = 0.000 = 0.00\% < 5\%$ Lectura del p-valor: Con un error del 0.5 % se RECHAZA la Hipótesis NULA

Conclusión:

En la tabla N° 37 se precisa de acuerdo al cuadro obtenido que a un nivel del 95% de confianza, rechazamos la hipótesis nula (H_0), porque el Chicuadrado de Pearson es menor a cero, este es de 0.00, un valor positivo, se concluye que el flujo turístico y la infraestructura de la estación Machupicchu influye en la satisfacción de los usuarios.

CAPITULO III

PROGRAMA N° 01

PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA PLATAFORMA ONLINE DE RESERVA VIRTUAL EN EL SERVICIO DE TREN LOCAL

1.- DESCRIPCIÓN:

La insatisfacción a causa de la gran saturación de los flujos turísticos y sobre la incapacidad de infraestructura que se posee en la estación de Machupicchu conjuntamente con los vagones actuales, son el problema culmine de la presente investigación, esta problemática se puede mitigar optando por una mayor organización y puntualidad de los vagones, y esta organización se puede realizar elaborando un sistema virtual, mediante una plataforma en línea que permitirá a los pasajeros hacer el uso respectivo del servicio de transporte y asegurar su reserva por este medio, ya que el usuario tendrá la certeza de contar con el servicio respectivo, es por ello que este sistema permitirá dejar de hacer colas innecesarias, para así mitigar la insatisfacción del usuario el cual podrá realizar otras actividades teniendo en cuenta que su servicio ya está reservado.

Estas reservas se realizan a través de una plataforma en línea que pueda brindar la autoridad encargada de la correcta prestación de servicios turísticos el cual es el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Esta plataforma tendrá los horarios de salida y llegada establecidos y parametrados, además de contar con el aforo exacto de personas en los vagones correspondientes para así brindar un espacio adecuado a todos los usuarios, esto permitirá la organización de la empresa pero aún más importante cooperará con la organización del turista el cual pueda organizar con días anteriores su recorrido.

Finalmente el control de este sistema es muy necesario dado que la compra excesiva por parte de los usuarios determinara una demanda excesiva, sin embargo esto ocasionara que

ya estén comprados los boletos con días de anticipación, esto a su vez causara que el turista nacional deba comprar antes sus boletos para realizar su incursión, esto ocasionara una mayor organización del turista, que optara por tener planificado de inicio a fin su viaje.

Por otra parte se tendrá que determinar una cantidad promedio de pasajes para el usuario local y tradicional, es decir para los pobladores y empleados de otras instituciones locales, los cuales podrán realizar la compra en puntos de venta físico o como también por medio del sistema online. Esto determinara una mejor organización y orden en la compra de boletos además que no omitirá a ningún tipo del cliente ya sea local o nacional.

2.-COBERTURA:

Turistas nacionales que optaran por el servicio de tren local y los usuarios o pobladores locales.

3.- MONTO:

| DETALLE | CANTIDAD | TOTAL |
|---|---------------------------------|---------------------------------|
| · Servicios prestados por el diseño de la plataforma online | \$/ 1500.00 | \$/ 1500.00 |
| · Gastos operativos (Dominio) | \$/700.00 | \$/700.00 |
| Gastos por medios de pago Visa Mastercard | % de Comisión por este servicio | % de Comisión por este servicio |
| TOTAL | | \$/ 2,200.00 |

4.- DURACIÓN:

La propuesta planteada tendrá una duración indeterminada, dado que es muy necesario la incorporación de una plataforma online, la cual estará habilitada en los horarios de oficina hábiles, es decir de 9:00 am a 5:00 pm.

5.-JUSTIFICACIÓN:

La presente propuesta es importante y necesaria en cuestión de que existe una gran insatisfacción por parte de los usuarios del servicio local de tren, ya sean estos usuarios nacionales o locales. Es por ello que gracias a la presente insatisfacción, la justificación de esta propuesta es válida, ya que no solucionara definitivamente el problema pero mitigara de gran forma a dicha insatisfacción dado que el usuario tendrá certeza de su viaje gracias al sistema de reserva.

6.-OBJETIVOS:

6.1.- Objetivo General:

- Implementar una plataforma online de reserva virtual en el servicio local del tren de, Ollantaytambo –Machupicchu, Machupicchu- Ollantaytambo.

6.2.- Objetivos Específicos:

- Realizar una plataforma virtual online en la página web del MINCETUR
- Determinar la proporción de venta de pasajes a usuarios nacionales y locales
- Organizar adecuadamente los horarios y la supervisión del aforo por vagón

7.-BENEFICIARIOS:

7.1.- En forma directa:

- Usuarios del servicio de tren local

7.2.- En forma indirecta:

- La empresa encargada de prestar el servicio de transporte de tren local

8.- META:

Mediante la propuesta se pretende obtener:

- Mejorar el nivel de satisfacción de los usuarios de tren local
- Promover el un servicio de transporte accesible y de calidad
- Lograr una mejor organización empresarial y acorde a las tecnologías de información y comunicación

9.- ACTIVIDADES:

Las actividades se realizarán en tres etapas, así tenemos:

| | |
|--------------------------|--|
| PRIMERA ETAPA | <ul style="list-style-type: none">• Organizar la información necesaria que se pondrá a disposición de la plataforma de reserva online.• Determinar la segmentación de pasajes por una data histórica. |
| ACTIVIDADES: | <ul style="list-style-type: none">• Diseñar la incorporación de la plataforma de reserva en la página actual del MINCETUR CUSCO• Mantener la disponibilidad de reservas online durante el día. |
| SEGUNDA ETAPA | <ul style="list-style-type: none">• Habilitación de la página web con la información de reservar.• Capacitar a los colaboradores para la venta y reserva de pasajes. |

| | |
|-----------------------|--|
| ACTIVIDADES: | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar las reservas por medio de la plataforma online, y establecer relación con todos los puntos de venta de boletos. • Brindar capacitaciones a los colaboradores del área operativa de venta de boletos. |
| TERCERA ETAPA: | <ul style="list-style-type: none"> • Realizar el seguimiento y control de la plataforma de reservas. • Realizar un plan organizado de reservas a mediano plazo. |

10.- RESULTADOS ESPERADO DE LA PROPUESTA:

Después de realizar todo este proceso se tendrá como resultado:

- Una mejor percepción de calidad en el servicio turístico.
- Un incremento significativo en la organización del turista
- Mayor nivel de satisfacción por parte de los usuarios de todo del tren local

11.- FINANCIAMIENTO:

El financiamiento estaría brindado por parte del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, dado que es la principal institución que vela por la calidad de los servicios turísticos que se pueda brindar, es por ello que el financiamiento y los costos de operación de la plataforma informática estarían dados por esta institución.

PROGRAMA N° 02

PROPUESTA DE PLAN DE INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURA DE LA ESTACIÓN MACHUPICCHU PARA LA SATISFACCIÓN DE LA ESTACIÓN DE MACHUPICCHU

1.- DESCRIPCIÓN:

De acuerdo a el planteamiento del problema, se puede observar que la causa principal de la insatisfacción del turista parte de la carencia de infraestructura de la estación, que esto está dado por la falta de pasadizos, asientos, bancos, baños y salas de espera adecuados, es por ello que la incorporación de un plan de inversión en infraestructura propondrá la reducción del cuello de botella en la estación, esto permitirá que mientras los usuarios esperan su embarcación puedan hacerlo de manera correcta.

Una propuesta implica necesariamente la viabilidad de esta, dado que corresponde a mejorar o solucionar la problemática de investigación, es por ello que la propuesta de la presente investigación está determinada desde la óptica externa a la labor de la empresa, es decir, que lo indispensable e imperante sería promover la competencia del mercado con el incremento de horarios o empresas dispuestas a realizar esta actividad conjuntamente con las ya existentes, dado que la competencia siempre es causa de mejores procesos organizacionales y que se reflejan básicamente en la satisfacción de los usuarios, dado lo anterior mencionado se procede a plantear una propuesta que implique mejorar los procesos organizativos de la misma empresa y su restructuración respecto a los flujos de salida y entrada de la estación Machupicchu dado que una adecuada organización y planificación de los nudos o aglomeraciones más relevantes del flujo turístico, permiten la mayor satisfacción del turista local y nacional. La organización y planificación nacen a partir de investigaciones que se deben realizar sobre la percepción de la satisfacción del turista.

Es por eso que se debe realizar una restructuración en horarios habilitando el incremento de estos ya que implica un desahogo del flujo turístico por parte de la estación y los nudos referente a estos, es entonces que el flujo constante diario de la estación y en sus referentes nudos de aglomeración disminuirá con la habilitación de horarios más accesibles y se podrá incrementar la satisfacción del turista en las aglomeraciones de estadía y recorrido, es así que se podrá brindar una mejor experiencia que nos ofrece la ciudadela inca de Machupicchu.

2.-COBERTURA:

La cobertura está determinada por el flujo total de turistas, sin embargo se plantea obtener una mejor satisfacción del usuario considerando el flujo diario representativo de turistas locales y nacionales constituido por 971 usuarios en promedio, ya que los principales usuarios del servicio son los que perciben la satisfacción e insatisfacción del flujo turístico.

3.- DURACIÓN:

La propuesta planteada tendrá una duración determinada, no tendrá un horario diario, dado que su procedimiento se realiza a lo largo de los meses, en razón de que es un proceso que se debe ir mejorando a lo largo de los meses.

4.-JUSTIFICACIÓN:

La justificación de la presente propuesta está determinada por que se requiere mejorar la satisfacción del turista a partir de mejorar un flujo adecuado y permisible para que sea agradable la visita del usuario como también su conformidad en la estación Machupicchu.

5.-OBJETIVOS:

5.1.- Objetivo General:

- Implementar un plan de inversión en infraestructura de la estación Machupicchu

5.2.- Objetivos Específicos:

- Reducir la insatisfacción del turistas
- Promover el justo bienestar para turistas nacionales y locales.

7.-BENEFICIARIOS:

7.1.- En forma directa:

- Los usuarios del servicio de transporte local ferroviario

7.2.- En forma indirecta:

- Empresas del sector ferroviario – Perú Rail – Inca Rail

CONCLUSIONES

PRIMERA:

La situación actual del servicio de la estación Machupicchu, es pésima debido diferentes indicadores como el tiempo de espera de compra, aforo, uso del servicio de tren local, tiempo de respuesta ante inconvenientes así como la falta de señalética.

Es así como se puede apreciar en la tabla N° 32 el 59.3 % indica que nunca considera correcto el periodo de espera en la estación, es así como se percibe en la tabla N° 14, el 30.5% que indican que nunca se sienten satisfechos con las instalaciones brindados en la estación Machupicchu. Así también en la tabla N° 17 la inexistente respuesta a consultas o reclamos de los usuarios por parte de la entidad, el 42.5% de los encuestados e indican que nunca es favorable el tiempo de respuesta a inconvenientes.

SEGUNDA:

Los servicios satisfacen débilmente al usuario, como lo demuestran los resultados obtenidos el 68% de los usuarios manifiestan que los servicios nunca es adecuado, que en la tabla N° 18 que el 47.6 % de los usuarios indican que los horarios de tren no se acomodan a los tiempos esperados. También en la investigación, se puede observar en la tabla N° 31 que los usuarios consideran alto la afluencia de turistas en la ruta de retorno Machupicchu y Ollantaytambo siendo este el 61.8%, es por ello que se concluye que el flujo turístico determina una apreciación negativa.

TERCERA:

El servicio en la estación Machupicchu mejora con una adecuada innovación en la implementación de estrategias de gestión que contribuyen a la mejora del servicio en la estación Machupicchu considerando un sistema online que permita reservar los pasajes

locales de tren a fin de que las personas en horas de espera tengan la certeza de la compra de su boleto y de su respectiva utilización

RECOMENDACIONES

PRIMERA:

Recomendamos a la Municipalidad Distrital de Machupicchu, Así mismo estado peruano a través del Ministerio de Transportes y Comunicaciones supervise y exija el cumplimiento de la concesión firmada en el año de 1999 donde se comprometen a la administración, implementación de la infraestructura y el mantenimiento de la vía férrea

Es imprescindible que este servicio sea óptimo para que el desarrollo turístico en la región del Cusco no se vea afectado por la carencia de infraestructura y maltrato que reciben los turistas por los trabajadores de la estación Machupicchu,

SEGUNDA:

Respecto a la evaluación de la satisfacción de los turistas en tanto al flujo turístico, se recomienda que los cuellos de botella de los flujos turísticos se puedan desobstruir a partir de la implementación de nuevos horarios, esto a través de la Empresa PeruRail. Se sugiere mejorar la infraestructura tomando en cuenta las propuestas planteadas sobre la construcción de salas de embarque y arribo, implementación de rampas de acceso para personas con y sin discapacidad, ampliar el límite de berma establecido en el reglamento nacional de ferrocarriles, mejorar las características de los vagones, capacitación de personal y la incrementación de nuevas frecuencias de uso exclusivo para turista nacional y local.

TERCERA:

Respecto a la propuesta N°1 del plan de estrategias de gestión en infraestructura en la estación Machupicchu se puede evidenciar que esta propuesta depende colateralmente tanto de la empresa Perú Rail como también de la municipalidad distrital de

Machupicchu dado que sus funciones comprenden brindar un adecuado servicio de transporte y sobre todo en los procesos de espera. Así también la utilización de un sistema online de reservas permitirá mantener mayor organización y eficiencia en los procesos de embarque lo cual permite mantener al usuario informado es por ello las dos propuestas mantienen relación con la causa de la insatisfacción de los usuarios, es decir la carencia de infraestructura y la inadecuada calidad de servicios de tren local.

BIBLIOGRAFÍA

- Administrador de Infraestructuras Ferroviarias. (2008). *Conceptos Basicos Ferroviarios*. Mexico: Trial.
- ALVAREZ CUERVO, R. (2010). *Jerarquizacion de los recursos turísticos*. Mexico: Instituto de estudios turísticos.
- ASTETE SAAVEDRA, F. (2015). *Manual de terminologia especializada en tursmo, conceptos, definiciones y datos básicos que hay que recordar* . Cusco: D´GRAFICOS S.A. .
- Berry, L. L., Bennett, D. R., & Brown, C. W. (1989). *Calidad de Servicio una Ventaja Estratégica para Instituciones Financieras*. Madrid: Díaz de Santos.
- BID. (2000). *Un nuevo impulso para la integracion de la infraestructura regional en America del Sur*. Estados Unidos.
- BOGGIO, A. (1991). *Lógica del proceso de la investigación científica*. Cusco: Instituto de investigación UNSAAC NUFFIC (IIUN).
- BOULLON, R. (1991). *Planificación del espacio turístico*. Mexico: Trillas.
- Camarena, A., Ramirez, C., & Zambrano, G. (2017). *Una revision literaria del impacto del turismo en el desarrrlo economico*. Lima: Pontificie Universidad Catolica del Peru.
- Cantero, J., & Gonzales, N. (2015). LA NATURALEZA Y ESPECIFICIDAD DEL SISTEMA FERROVIARIO ARGENTINO. *Revista Digital de Ciencias Administrativas Argentina*, 83.
- Cantú, D. H. (2001). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw Hill.
- Cantú, D. H. (2001). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. México: McGraw Hill.
- CARRASCO DIAZ, S. (2013). *Metodología de la investigación científica, pautas metodologicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos E.I.R.L.
- Cornu, L. (2000). *La confianza en las relaciones pedagógicas*. Mexico: McGraw Hill.
- DAVID, F. (2008). *Conceptos de administración estratégica*. Mexico: Pearson educación de Mexico S.A.
- Deming. (2012). *Administracion de la calidad total*. Mexico.
- Denton, D. K. (1999). *Calidad en el Servicio a los Clientes*. Madrid: Díaz de Santos.
- Diaz Perez , L., & Lama Nuñez , G. (2015). *Estudios de la satisfaccion de los turistas extranjeros que visitan el poblado de bararrío Florido y alrededores, periodo 2014*. Iquitos: Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.
- Diccionario General Virtual*. (12 de Octubre de 2014). Recuperado el 14 de Noviembre de 2017, de conceptodefinition.de: <http://conceptodefinition.de/beneficio/>

- Dominguez , C., & Solano, O. (2008). *Factores que influyen en el nivel de satisfaccion de los turistas extranjeros que visitan Cusco*. Lima: PESQUIMAT.
- Escuela Universitaria de Turismo de Murcia. (2004). *El turismo: definiciones y conceptos, importancia actual*. Murcia: Universidad de Murcia.
- ESPINOZA, G. (2007). *Gestión y Fundamentos de Evaluación de Impacto Ambiental*. Chile: Chile.
- ESPINOZA, G. (2007). GESTIÓN Y FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL. En G. ESPINOZA, *GESTIÓN Y FUNDAMENTOS DE EVALUACIÓN DE IMPACTO AMBIENTAL* (pág. 45). SANTIAGO - CHILE .
- Evans, R. J. (1999). *La Administración y el Control de la Calidad*. International Thomson.
- Fernandez, M. (2005). *Cuestiones actuales de la teoria del turismo*. Habana.
- FLETCHER, J., GILBERT, A., FYALL, A., GILBERT, D., & WANHILL, S. (2005). *El turismo, teoria y práctica*. Madrid: Síntesis S.A.
- Fuster, F. (1989). *Teoria y tecnica del Turismo*. Madrid: Anticuaría.
- Gisolf, M. (07 de Febrero de 2014). *Turismo en teoria*. Obtenido de <http://www.tourismtheories.org/?p=329&lang=es>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ta Edic ed.). México: Mc Graw Hill.
- HILL, C., JONES, G., & SCHILLING, M. (2014). *Administración estrategica: teoría y casos. Un enfoque integral, 11a edición*. Mexico: Impresos Vacha S.A.
- HITT, M., IRELAND, R., & HOSKISSON, R. (2014). *Administración estratégica. Competitividad y globalización: conceptos y casos, 11a. edición*. Mexico: Impresos Vacha S.A.
- Hoffman, D., & Bateson , J. (2012). *Marketing de servicios*. Mexico : CENGAGE Learning .
- Ibañez, R. (2007). *Turismo alternativo, gestion y desarrollo local*. La Paz: UACBS.
- Iglesias, T. (2007). *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Barcelona: Sintesis.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Madrid: Pearson/Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). “*Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle*”. Sao Paulo: Pearson.
- Lambin, J. J. (2000). “*Marketing estratégico*”. Lisboa: McGraw-Hil.
- Llorens, M. F., & Fuentes, M. M. (2000). *Calidad Total Fundamentos e Implementación*. Madrid: Pirámide.
- MEF. (2011). *Guia para al formulacion de proyectos de inversion exitosos*. Lima: Arkabas.
- Mercedes, M. (2015). *Empatia y sus efectos primarios*. Montevideo - Uruguay.

- MINCETUR. (2006). *Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional*. Lima.
- MINCETUR. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Lima : MINCETUR.
- MINCETUR. (09 de Mayo de 2017). FASE 1: DIAGNÓSTICO DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCA. *ANALISIS GENERAL DEL ENTORNO*. Cusco, Cusco, Perú.
- MINCETUR. (2019). *Reportes Estadísticos de Turismo*. Perú: MINCETUR.
- MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO. (2012). *Guía metodológica para la elaboración de planes de desarrollo turístico local*. Lima: Servicios GráficosJMD S.R.L.
- MINISTERIO DE ECONOMIA Y FINANZAS. (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, formulación y evaluación social de proyectos de inversión pública del sector turismo, a nivel perfil*. Lima: Arkabas.
- Moliner, B. (2008). La formación de la satisfacción/insatisfacción del consumidor y del comportamiento de queja: aplicación al ámbito de los restaurantes. *Innovar, Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 18(31), 29-43.
- Müller, E. (1999). *Cultura de Calidad del Servicio*. México: Trillas.
- Navarro, D. (2010). *Recursos Turísticos y Atractivos*. España: Universidad de Murcia.
- Organizacion Mundial del Turismo. (12 de Agosto de 2018). *El turismo*. Obtenido de <https://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- OSCAR, T. G. (2003). *Los impactos del Turismo en el Perú*. Lima: Industrial Data.
- OSCAR, T. G. (2003). LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN EL PERÚ. *INDUSTRIAL DATA*, 15.
- OTERO, H. (1 de Enero de 1998). *Universidad Nacional Mayor de San Marcos*. Obtenido de http://sisbib.unmsm.edu.pe/bvrevistas/psicologia/1998_n1/calidad_vida.htm
- PALOMBA, R. (24 de Julio de 2002). *CEPAL*. Obtenido de Taller sobre calidad de vida y redes de apoyo de las personas adultas mayores: www.cepal.org
- Payne, A. (1996). *La Esencia de la Mercadotecnia de Servicios*. México: Prentice Hall Iberoamericana.
- PETRI, H., & GOVERN, J. (2006). *Motivación teoría. investigación y aplicaciones 5a. ed.* Mexico: International Thomson Editores S.A.
- Picornell, C. (s.f.). Los Impactos del Turismo. En C. Picornell, *Los Impactos del Turismo* (págs. 67-68).
- PIRCONELL, C. (s.f.). LOS IMPACTOS DEL TURISMO. En C. PIRCONELL, *LOS IMPACTOS DEL TURISMO* (págs. 83-84).

- Povedskaya, E. (2013). *Flujos Turísticos y accesibilidad universal*. Madrid: Liber Quare.
- PROMPERÚ - Comisión de promoción del Perú. (2002). *SITUACIÓN DEL ECOTURISMO EN EL PERÚ*. Lima.
- Richard, L. O. (2014). *Satisfaction. A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Routledge.
- Rose, K. H. (2005). *Project Quality Management: Why, What and How*. . Florida: Ross Publishing.
- Schlüter, R., & Winter, G. (2003). *Turismo, una perspectiva empresarial* (2da ed.). Buenos Aires: Centro de investigaciones y estudios turísticos.
- UPN. (2010). *Silabo del Transporte Turístico*. Barcelona: UPN.
- Valer, Z., & Alvarez, M. (2015). *Infraestructura y calidad de servicio del tren local de PeruRail*. Cusco.
- Yángüez, M. A. (12 de marzo de 2009). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/316536410/Tipos-de-Servicios-Turisticos>
- Zeithaml, P. (2004). *SERVQUAL Marketing de Servicios*. Mexico: Mary jo.
- Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios. Cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores*. Madrid: Díaz Santos.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: “SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN MACHUPICCHU. CUSCO 2018”

| PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | INDICADORES | TÉCNICAS | INSTRUMENTOS | |
|--|--|--|----------------------------------|---|---|--|--|--|
| PROBLEMA GENERAL ¿Cuál es el nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios de la estación de Machupicchu 2018? | OBJETIVO GENERAL Determinar cuál el nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios de la estación de Machupicchu 2018 | HIPÓTESIS GENERAL El nivel de satisfacción del flujo turístico en relación a los servicios es bajo en la estación de Machupicchu 2018. | VI: Flujo turístico | Según Kotler La satisfacción del turista depende del desempeño percibido del producto, en relación con las expectativas que este pide. Si el desempeño del producto no cubre las expectativas, el cliente se sentirá insatisfecho. Si el desempeño coincide con las expectativas, éste estará Satisfecho. (Kotler & Keller, 2006) | <ul style="list-style-type: none"> • Período de tiempo en la compra del boleto | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevista | <ul style="list-style-type: none"> • Cuestionario | |
| PROBLEMAS ESPECÍFICOS | OBJETIVOS ESPECÍFICOS | HIPÓTESIS ESPECÍFICAS | | | <ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad de los servicios • Habilidad de generar credibilidad | | | <ul style="list-style-type: none"> • Encuestas |
| PE1 ¿Cuál es la situación actual del servicio en la estación Machupicchu en relación a la satisfacción del usuario 2018? | OE1 Evaluar la situación actual del servicio en la estación Machupicchu en relación a la satisfacción del usuario 2018. | HE1 La situación actual del servicio en la estación de Machupicchu es débil 2018. | VD: Satisfacción de los Usuarios | Un destino turístico representa interés para muchos viajeros y los traslados hacia este entorno se suceden uno tras otro, alcanzando un número notorio, podemos calificar este tráfico constante como flujo turístico. Desde este enfoque el término estudiado representa el resultado de concentración de los traslados con fines turísticos hacia un destino concreto. (Povedskaya, 2013) | <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de días anticipados a la compra de boleto | <ul style="list-style-type: none"> • Revisión bibliográfica | <ul style="list-style-type: none"> • Cámara fotográfica | |
| PE2 ¿De qué manera los servicios de la estación de Machupicchu satisfacen al flujo turístico 2018? | OE2 Determinar de qué manera los servicios satisfacen al flujo turístico en la estación de Machupicchu 2018. | HE2 Los servicios de la estación de Machupicchu satisfacen al flujo turístico débilmente 2018. | | | <ul style="list-style-type: none"> • Medios de información para el viaje | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de días anticipados a la compra de boleto |
| PE3 ¿Cómo mejora el servicio en la estación de Machupicchu para la satisfacción del flujo turístico 2018? | OE3 Definir como mejora el servicio de la estación de Machupicchu para la satisfacción del flujo turístico 2018. | HE3 El servicio en la estación de Machupicchu mejora aplicando estrategias de gestión 2018. | | | <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo de espera • Atención individualizada al turista | | | <ul style="list-style-type: none"> • Observación directa |
| | | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de canales de comunicación de destino • Tiempo de respuesta de reclamos | <ul style="list-style-type: none"> • Pág. Web | | |

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES, ECONÓMICAS Y
TURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



CUESTIONARIO

INTRODUCCIÓN:

Estimado encuestado(a). Esta encuesta mediante el instrumento “cuestionario”, forma parte de una investigación titulada: “SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE TREN LOCAL EN RELACIÓN AL FLUJO TURÍSTICO EN LA ESTACIÓN MACHUPICCHU”.

A continuación, encontrará proposiciones sobre aspectos relacionados a cerca de su trabajo y de sus sentimientos en él. ROGAMOS LA MÁXIMA SINCERIDAD EN SUS RESPUESTAS

INDICACIONES:

Al responder cada uno de los ítems marcará con una “X” solo una de las alternativas propuestas. No existe respuesta correcta o incorrecta. Tómese su tiempo.

Datos Generales

1. ¿Cuál es su género?

| | |
|---------------|-----|
| I. Masculino | II. |
| III. Femenino | IV. |

2. ¿Cuál es su edad?

| | |
|---------|-----|
| V. Edad | VI. |
|---------|-----|

| | | | | | |
|------------|---------|--------------|----------------|---------|-------|
| RESPUESTAS | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| | Siempre | Casi siempre | Frecuentemente | A veces | Nunca |

| Nº | SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS | Siempre | Casi siempre | Frecuentemente | A veces | Nunca |
|----|--|---------|--------------|----------------|---------|-------|
| 1 | ¿Usted considera que los servicios ofrecidos en la estación de Machupicchu por Perú Rail son fiables? | | | | | |
| 2 | ¿Considera usted que los trabajadores de la estación Machupicchu de la empresa Perú Rail son fiables? | | | | | |
| 3 | ¿Usted considera que el tiempo de espera en la estación de Machupicchu por parte de la Empresa Perú Rail es el adecuado? | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|---------------------|------------------------------|---------------------------------|--------------------|-------------------|
| 4 | ¿La empresa Perú Rail responde a tiempo sus consultas o reclamos en la estación del tren? | | | | | |
| 5 | ¿Los horarios de las actividades que se realiza en la estación de Machupicchu se acomodan a sus tiempos? | | | | | |
| 6 | ¿Usted se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Machupicchu – Ollantaytambo) de los vagones? | | | | | |
| 7 | ¿Usted se siente satisfecho con la frecuencia de salida (Ollantaytambo – Machupicchu) de los vagones? | | | | | |
| 8 | ¿Los colaboradores de la empresa Perú Rail, en la estación de Machupicchu cuentan con una adecuada capacitación? | | | | | |
| 9 | ¿Usted se siente seguro con los servicios que ofrecidos en la estación de trenes de la empresa Perú Rail? | | | | | |
| 10 | ¿Los colaboradores de la empresa Perú Rail en la estación de trenes de Machupicchu son personas amables? | | | | | |
| 11 | ¿Los colaboradores de la empresa Perú Rail en la estación de trenes de Machupicchu comprenden sus necesidades y contratiempos? | | | | | |
| | FLUJO TURÍSTICO | Siem pre | Casi siem pre | Frecue ntemen te | A veces | Nu nca |
| 12 | ¿Usted considera adecuado el periodo de tiempo de compra de su boleto de tren? | | | | | |
| 13 | ¿A usted le parece de acuerdo el tiempo de días anticipados a la compra del boleto? | | | | | |
| 14 | ¿Usted considera adecuado la cantidad de medios de información para realizar el viaje? | | | | | |
| 15 | ¿Usted considera de acuerdo la cantidad de canales de comunicación del destino? Es decir los puntos anexos a el destino turístico que comprende su viaje | | | | | |
| 16 | ¿Usted considera alto el flujo turístico en la misma estación de Machupicchu? | | | | | |
| 17 | ¿Usted considera alto flujo turístico en la ruta Ollantaytambo – Machupicchu? | | | | | |
| 18 | ¿Usted considera alto flujo turístico en la ruta Machupicchu – Ollantaytambo? | | | | | |
| 19 | ¿Usted considera correcto el periodo de espera en la estación del tren? | | | | | |
| 20 | ¿Usted considera adecuado los días de estadía en la población de Machupicchu? | | | | | |
| 21 | ¿Usted considera correcto el periodo de tiempo en días, para poder recién llegar a Machupicchu? | | | | | |
| 22 | ¿Usted está de acuerdo con el proceso de embarque a los trenes? | | | | | |
| 23 | ¿Usted está de acuerdo con la infraestructura de embarque? | | | | | |
| | TOTAL | | | | | |

Fotografía 1: Tomada en la estación Machupicchu



Fotografía 2: Tomada desde los exteriores de la estación Machupicchi



Fotografía 3: Tomada en los exteriores de la estación Machupicchu



Fotografía 4: Tomada en el proceso de recolección de información



Fotografía 5: Tomada en el transcurso de espera para la compra de boletos



Fotografía 6: Usuarios esperando la compra de boletos en mano



Fotografía 7: Tomada en el proceso de espera de embarque



Fotografía 8: Tomada en los pasillos de la estación de Machupicchu

