



Universidad Nacional
SAN LUIS GONZAGA



[Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

Esta licencia permite a otras combinar, retocar, y crear a partir de su obra de forma no comercial, siempre y cuando den crédito y licencia a nuevas creaciones bajo los mismos términos.

http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0



NÚMERO:

2023 - 003

EVALUACION DE ORIGINALIDAD

CONSTANCIA

El que suscribe, deja constancia que se ha realizado el análisis con el software de verificación de similitud al documento cuyo título es:

“LA GESTIÓN DE OPERACIONES Y LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE TURÍSTICO SUISPER S.A.C., 2022”

presentado por: **ASTORAYME HUAMAN, JOHN RICHA**, del nivel de Pre Grado de la **FACULTAD DE CCTYA**, Escuela Profesional de Turismo. El resultado obtenido es: **PORCENTAJE DE SIMILITUD 13 %** por el cual se otorga el calificativo de:

APROBADO, según el Reglamento de Evaluación de Originalidad.

Se adjunta al presente el reporte de evaluación con el software de verificación de originalidad.

Observaciones:

Ninguna

Ica, 19 de Enero del 2022

UNIVERSIDAD NACIONAL SAN LUIS GONZAGA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y ARQUEOLOGÍA
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dr. **ROSA MARÍA DE OCHOA**
DIRECTORA DE LA UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD NACIONAL "SAN LUIS GONZAGA"
**Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y
Arqueología**



ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO

Trabajo de Investigación

**“La gestión de operaciones y la Calidad del Servicio en la
Empresa de Transporte Turístico SUISPER S.A.C., 2022”.**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Turismo

Presentado por la Bachiller en Turismo

Astorayme Huaman, John Richar

Ica – Perú

2022

ÍNDICE

TABLA DE CONTENIDOS.....	6
I. INTRODUCCION.....	7
II. TITULO.....	9
III. FUNDAMENTACION DEL PROBLEMA.....	10
3.1 DESCRIPCION DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	10
3.2. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	11
3.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	11
3.2.2. PROBLEMAS ESPECIFICOS.....	11
IV. MARCO TEORICO.....	12
4.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.....	12
A) A NIVEL INTERNACIONAL.....	12
B) A NIVEL NACIONAL.....	13
C) A NIVEL REGIONAL O LOCAL.....	16
4.2. MARCO CONCEPTUAL.....	17
V. PLANTEAMIENTOS DE OBJETIVOS.....	19

5.1. OBJETIVO GENERAL.....	19
5.2. OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	19
VI. HIPOTESIS Y VARIABLES.....	19
6.1. SUPUESTOS HIPOTETICOS O HIPOTESIS.....	19
6.1.1. HIPOTESIS GENERAL.....	19
6.1.2. HIPOTESIS ESPECIFICAS.....	20
6.2. SISTEMAS DE VARIABLES.....	20
6.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE.....	20
6.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE.....	20
6.3. OPERACIONALIZACION DE VARIABLES.....	20
VIII. JUSTIFICACION E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACION.....	22
I. JUSTIFICACION.....	22
II. IMPORTANCIA.....	22
A) LIMITACIONES DE LA INVESTIGACION.....	22
B) DELIMITACION DE LA INVESTIGACION.....	22
I. DELIMITACION TEORICA.....	23

II. DELIMITACION ESPACIAL.....	23
III. DELIMITACION TEMPORAL.....	23
7.1. BASES TEORICAS.....	23
7.1.1. TEORIAS SOBRE GESTION DE OPERACIONES.....	23
7.1.2. CALIDAD DE SERVICIO.....	25
7.1.2.1. DEFINICION.....	25
7.1.2.2. IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	27
7.1.2.3. DIMENCIONES DE LA CALIDAD DE SERVICIO.....	27
7.1.3. HISTORIA DE LA EMPRESA.....	29
VIII. DISEÑO DE LA INVESTIGACION.....	30
8.1. TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACION.....	30
8.1.1. TIPOS.....	30
8.1.2. NIVELES.....	30
8.2. DISEÑO DE INVESTIGACION.....	30
8.3. POBLACION Y MUESTRA DE LA INVESTIGACION.....	30
8.3.1. POBLACION.....	30

8.3.2. MUESTRA.....	31
IX. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION.....	31
9.1. METODOS DE RECOLECCION DE DATOS.....	31
9.2. TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS..	31
9.3. TECNICAS DE ANALISIS DE DATOS.....	31
X. CRONOGRAMA DE INVESTIGACION.....	32
XI. PRESUPUESTO.....	33
XII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	34
XIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	36
ANEXOS.....	39

TABLA DE CONTENIDOS

TABLA 1	Técnicas e instrumentos de investigación.....	31
TABLA 2	Cronograma de investigación.....	32
TABLA 3	Presupuesto.....	33

I. INTRODUCCIÓN

(FUENTE PROPIA, 2022) La Región Ica cuenta con una variada y amplia gama en recursos y atractivos turísticos que se encuentran bien posicionados en el mercado nacional, debido a ello, la concurrencia de turistas nacionales y extranjeros es masiva para conocer las hermosas islas Ballestas, la Reserva Nacional de Paracas, el bello oasis de Huacachina y las mundialmente enigmáticas líneas y geoglifos de Nasca entre los principales; sumado a esto la cercanía existente de la capital Lima a Ica, ayuda mucho a que la demanda nos considere como un destino turístico imperdible.

La presente investigación se ha organizado respetando la nueva estructura de la presentación de los trabajos de investigación en nuestra Universidad. Así, en la página número 8, se presenta el planteamiento del problema, donde se describe la realidad problemática y se formula el problema el problema general y los problemas específicos de la presente investigación.

En la página número 9, está referido al Marco Teórico, donde detallamos los antecedentes de la investigación a nivel internacional, nacional y regional. Se precisan también en la página número 14 el marco conceptual.

En la página número 16 se plantean los Objetivos Generales y Objetivos Específico, también se plantean las hipótesis y las variables, destacando en este punto la hipótesis principal y las hipótesis específicas, así como el sistema de las variables independiente y dependiente.

En la página número 26 se precisan detalles de la metodología, los tipos y niveles de investigación y en sí el diseño de la investigación, la población y la muestra de investigación, así como los métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

Teniendo en cuenta lo antes señalado se procedió a la presentación, interpretación y la discusión de los resultados a partir de lo cual se desprenden las conclusiones y recomendaciones las que ponemos a consideración de la academia y del público en general en el presente trabajo de investigación.

La presente investigación se propuso como objetivo identificar la influencia de la gestión de operaciones en la mejora de la calidad del servicio de la empresa de transportes SUISSPER S.A.C. y destacar la importancia de su rol empresarial dentro de la actividad turística en la región Ica. Así mismo, demostrar que desde el área de programación se gestiona de manera asertiva en la designación del personal calificado y de los servicios de traslado.

La investigación es básica de tipo descriptiva, con un enfoque de nivel cuantitativo y diseño no experimental, correlacional. En cuanto a la población, estuvo compuesta de 127 turistas y se consideró una muestra censal. La técnica e instrumento de recolección de datos que se empleó en nuestras unidades de estudio fue la técnica de la **encuesta** y el instrumento fue el cuestionario.

Los resultados que se han obtenido refieren claramente que, sí existe relación entre la variables independiente y dependiente, demostrando que los procesos de programación del personal calificado, la atención al cliente y servicios de traslado por parte de la empresa se dan de manera más que óptima, lo que significa que la prestación de servicios que viene otorgando son de calidad, no obstante estandarizar este criterio en todos sus indicadores es el reto que deben concretar.

Asimismo, se encuentran conscientes de la importancia de la actividad turística para su desarrollo, mostrando conocimiento, hospitalidad y buena actitud hacia los turistas.

El trabajo de campo se realizó durante el presente año y me ha permitido arribar a importantes conclusiones.

Palabras clave:

Transporte turístico, calidad de servicio, gestión de operaciones.

II. Trabajo de Investigación

**“LA GESTIÓN DE OPERACIONES Y LA CALIDAD DEL
SERVICIO EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE
TURÍSTICO SUISPER S.A.C., AÑO 2022”**

III. FUNDAMENTACION DEL PROBLEMA.

3.1 DESCRIPCIÓN DE LA REALIDAD PROBLEMÁTICA.

La actividad turística es una de las importantes en el Perú, durante los últimos años antes de la pandemia, el turismo registró una demanda de más de cuatro millones de turistas internacionales y la región Ica, posee relevantes atractivos turísticos de interés tanto para turistas nacionales como extranjeros. Por esta razón, es muy concurrida y para satisfacer esa demanda se requiere de diversos servicios turísticos por cubrir entre ellos el servicio de transporte turístico.

Actualmente las empresas de transporte turístico en la región son escasas, la mayoría de agencias de viajes y turismo en su mayoría durante muchos años han venido alquilando movibilidades de transportes ajenos al uso turístico; de ahí nace la necesidad de cubrir este servicio que hoy en día la empresa de transporte turístico como SUISPER S.A.C, viene dando de manera exclusiva servicios de traslado a los turistas que visitan a nuestra región.

Dentro del desarrollo de sus actividades la preocupación más importantes es la calidad del servicio a brindar, por ello los procesos de gestión de operaciones cumple un rol importante para mejorar la calidad, pues es en el área de programaciones donde radica la planificación, organización y control del personal y los servicios para atender la demanda requerida ya sean por agencias de viajes u otros operadores de turismo y que a su vez generen una mejora ante las deficiencias que se puedan identificar para convertirlas en fortaleza de crecimiento empresarial y nos permita buscar un óptimo equilibrio en el proceso de sus operaciones, así lograr alcanzar los objetivos organizacionales y la búsqueda de lo eficiente y creciente.

La empresa SUISPER S.A.C., ofrece sus servicios estandarizados de traslados, tours tanto la región Ica como en Lima, de manera responsable y bajo la premisa de que la calidad de sus servicios es la prioridad en la

empresa, donde el equipo profesional altamente calificado con la moderna flota de unidades de transporte con la que se cuenta, lo que permite ser el soporte necesario para satisfacer las expectativas de los clientes.

Para la cual el presente trabajo de investigación busca resolver la siguiente interrogante.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

3.2.1 PROBLEMA GENERAL:

PG: ¿Cómo se relaciona la gestión de operaciones y la calidad del servicio en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?

3.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS:

P.E.1: ¿Cómo influye la gestión de operaciones en la fiabilidad del cliente en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?

P.E.2: ¿De qué manera la gestión de operaciones se relaciona con la capacidad de respuesta de la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?

IV. MARCO TEÓRICO

A continuación, los antecedentes, así como aspectos teóricos y académicos que le darán soporte al presente trabajo de investigación.

4.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.

A) A NIVEL INTERNACIONAL

Aliatis (2022) en el proyecto de investigación para la obtención del título denominado “**Gestión administrativa y calidad de servicio: Caso cooperativa de transporte interprovincial Jipijapa, período 2012-2022**”, utilizó la metodología con los métodos inductivo, deductivo, análisis y síntesis con algunas herramientas de trabajo, como entrevista y encuesta, obteniendo establecer varios factores que sustentan los problemas que aquejan a la cooperativa, desde este punto de vista se aplicó la entrevista al presidente y la encuesta a los 87 socios de la institución, cabe mencionar que fue de gran utilidad para la recopilación de la información con los instrumentos que fueron eficaces para obtención de los resultados, ya que se pudo fundamentar la investigación, es decir se efectuó la discusión de los resultados con los estudios previos recopilados de otras investigaciones y que tienen similitud con el objeto de estudio. Entre los resultados más relevantes están los socios activos que en su mayoría tienen entre 10 a 20 años en la institución, se ha generado empleo para otras personas, además existe insatisfacción sobre cómo se administran los fondos que ingresan a la cooperativa y esto les perjudica en sus ingresos, aunque si han obtenido una mejor calidad de vida en cuanto a educación, salud y seguridad financiera para sí mismo y el de su familia. Otro aspecto importante que se evidenció es que la cooperativa aporta al desarrollo socioeconómico del cantón Jipijapa, además está prestando un servicio a los universitarios y a la comunidad en general. Se concluye que la Gestión Administrativa en la cooperativa de transporte no es adecuada

y, por lo tanto, la calidad del servicio percibida por los usuarios no satisface sus expectativas.

Letelier y Gamonal, (2020), en su proyecto de grado titulado “**Gestión de operaciones: Adaptando el almacenamiento y la producción ante cambios en el modelo de negocio**”, menciona que el objetivo de este trabajo fue plantear una gestión de almacenaje eficaz, incluyendo mejoras en el proceso productivo, con el fin de atender el incremento en la demanda debido al cambio de foco a productos importados. Para lograrlo se propone determinar los requerimientos en las capacidades de almacenamiento y de producción, desde la estimación de la demanda futura, y mejorando los niveles de servicio definidos por la empresa. Los resultados muestran que una nueva estructura productiva aumentaría en 5 veces la capacidad de producción adecuándose a los requerimientos proyectados de la demanda, a la vez permitiría una mejor utilización de la capacidad de la planta, aumentando el almacenamiento en un 333%, y reduciendo los ciclos productivos de 7 a 2 días. Se concluye que la nueva estructura propuesta podría atender las brechas que se generaron tras el aumento en la demanda que se ha gatillado con el cambio en el modelo de negocio, mejorando los niveles de utilización de capacidades y de servicio, con lo cual se confirma que es esencial alinear las operaciones con la estrategia de negocio.

B) A NIVEL NACIONAL

Meza y Quispe (2021) en su tesis titulada “**Gestión de procesos y calidad de servicio al turista en la empresa Explore los Andes E.I.R.L., periodo 2020**”, como objetivo principal, determinar la relación entre la gestión de procesos y la calidad de servicio al turista de la empresa Explore los Andes E.I.R.L., periodo 2020. Se desarrolló bajo los lineamientos de la metodología de la investigación, con un enfoque cuantitativo, diseño no experimental de tipo transversal, se utilizó la técnica de encuesta y el instrumento utilizado fue un cuestionario

aplicado a 11 colaboradores y 64 turistas de la empresa Explore los Andes. Se verificó un 27,27% de los encuestados mencionan que en los últimos años no vieron ninguna mejora de procesos en la empresa Explore los Andes, en cuanto un 27,27% de los colaboradores manifestaron estar totalmente de acuerdo que la empresa Explore los Andes cuenta con una buena gestión del talento humano. Por otra parte, se verificó que un 34% de los turistas mencionaron estar de acuerdo con la operación de la empresa Explore los Andes, en cuanto un 36% de los turistas mencionan estar de acuerdo con la rapidez en la atención al cliente en la empresa Explore los Andes. Se llega a la conclusión que al aplicar el coeficiente de correlación R de Pearson, entre las variables: gestión de procesos y calidad de servicio en la empresa Explore los Andes E.I.R.L, periodo 2020, se evidencia una correlación positiva alta, ($r= 0,801$); es decir, existe una relación significativa entre la gestión de procesos y calidad de servicio en la empresa Explore los Andes E.I.R.L, periodo 2020.

Velásquez, (2021) en su tesis denominada “**Calidad de servicio y competitividad de la empresa de transporte Turismo Brizas S.A. Huánuco -2019**”, para optar el título profesional señala que: El objetivo general de la investigación fue investigar qué relación hay entre la competitividad y la calidad de servicio en la empresa Turismo las BRIZAS. Por otro lado, en cuanto a la hipótesis que planteó fue, que si existe relación significativa entre la calidad de servicio y la competitividad Esta investigación tiene un diseño de tipo descriptivo-correlacional entre las variables competitividad y calidad de servicio, la población es de 7680 personas y la muestra de 366 personas; el instrumento que se aplicó para la recaudar los datos de las personas fue la técnica de la encuesta y fue validada por 3 jueces expertos. Los resultados se obtuvieron mediante el análisis de R de Pearson 0.769 y significancia ($p=0,000<0.05$), por lo tanto, se aceptó la hipótesis. Se concluye que la empresa Turismo las BRIZAS tiene que mejorar en

aspectos como la capacidad de respuesta, tangibilidad de los recursos y necesidades y expectativas del cliente ya que la encuesta nos arroja resultados de deficiencias en estas dimensiones. Finalmente, se realizó recomendaciones que la empresa tendrá que tomar en cuenta para mejorar la calidad de servicio y por lo tanto lograr tener competitividad en el mercado.

Gonzales y Pallarco, (2020) en su tesis titulada “**Gestión de operaciones para la mejora de servicios al cliente en la empresa de transporte terrestre de pasajeros Expreso Internacional Palomino S.A.C., 2020**”, hace mención que el estudio tuvo por objetivo Analizar de qué manera la gestión operacional influye en la mejora del servicio al cliente en la empresa de transporte terrestre de pasajeros Expreso Internacional Palomino SAC 2020. Mediante el uso de la encuesta dirigida a los clientes del transporte, donde se recolectó información acerca de cómo mejorar las expectativas y satisfacer las necesidades de los pasajeros. El tipo de investigación fue aplicado, descriptivo, transversal - explicativo, de diseño no experimental y de enfoque cuantitativo. El instrumento empleado fue el cuestionario y la técnica utilizada fue la encuesta virtual, con 10 preguntas para la variable independiente “Gestión de operaciones” y 10 preguntas para la variable dependiente “Servicio al cliente”, con una escala de Likert y fue sometida al criterio de 03 expertos. Se calculó la confiabilidad del coeficiente del Alfa de Cronbach que fue aplicado en el programa SPSS 25, el cual nos ayudó a obtener los gráficos y tablas que nos sirvieron de análisis para la interpretación y la obtención de los resultados, para las variables “Gestión de operaciones” y para la variable “servicio al cliente” se obtuvo 0.93 de muy alta, por lo tanto, es confiable su aplicación. Por otro lado, los resultados demuestran que el embarque tiene alta influencia sobre el servicio al cliente de los pasajeros de la empresa de transportes ($p=0,000$; $r=0.740$). Como también se demuestra que desembarque tiene influencia sobre el

servicio ($p=0,000$; $r=703$). Por lo tanto, se concluye respecto al objetivo general planteado que el área de gestión de operaciones, influye sobre el servicio a los clientes de la empresa de transporte terrestre de pasajeros Expreso Internacional Palomino SAC 2020; hacia sus clientes los cuales se ven reflejados mediante la satisfacción de los mismos a través del servicio adquirido aceptándose así la hipótesis alternativa H1 y rechazándose la hipótesis nula H0 establecidas anteriormente. Si involucramos más a los clientes aumentará la demanda y la empresa se sentirá muy satisfecha con los resultados.

Fernández, (2016) en su tesis titulada “**Calidad en el servicio de la Empresa de Transportes Turismo COYURI S.A.C del distrito de Los Olivos, Lima**”, menciona que el objetivo principal de la investigación fue determinar el nivel de calidad de servicio de la Empresa de Transportes Turismo COYURI S.A.C., cuya metodología es de tipo descriptivo, la población que se tomó para dicho estudio fueron 200 clientes que visitan la empresa de transporte turístico mensualmente, para lo cual se aplicó una encuesta a la muestra de 131 clientes y se utilizó como técnica de recolección un cuestionario en base al modelo SERVPERF; la muestra se seleccionó con un error muestral de 0.5%. Con esta información se ha logrado concluir que el nivel de calidad de servicio es alto por lo que los resultados de sus dimensiones: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía son ubicados en un rango alto según la muestra encuestada, se recomienda ponerle interés en el tiempo de entrega de productos dando así mayor exactitud a los clientes.

C) A NIVEL REGIONAL. (No registra)

No se evidencio trabajos relacionados a mi presente trabajo de investigación, este trabajo servirá como fuente para futuras investigaciones.

4.2. MARCO CONCEPTUAL.

A continuación, algunas definiciones específicas con las que trabajamos la presente investigación.

Gestión de operaciones. – Según Singer, A (2021) es lo que impulsa a una empresa en la búsqueda de la excelencia. No importa cuál sea la industria, para cumplir con su función, debe ser capaz de satisfacer la demanda de sus clientes.

Calidad del servicio. – Según Molina (2014) La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Transporte turístico. - Bermejo (2011) nos dice que la hospitalidad es “Un valor ético, que evoca la apertura a un “nosotros” que genere en las personas la experiencia de que “nada humano me es ajeno”. Evoca realidades próximas como la responsabilidad, la compasión, la solidaridad, la acogida”.

Turismo. – Según la OMT (2008) Es “Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

Actividad turística. - El Congreso de la República (2009) indica que la actividad turística es “La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo” (p.8).

Turista. - Según el Congreso de la República (2009), el turista es: Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita, aunque no tenga que pagar por alojamiento, y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, u ocupación del tiempo libre; negocios; peregrinaciones; salud; u otra, diferente a una actividad remunerada en el lugar de destino.

Capacidad de respuesta. - Según Cuatrecasas, Lidia (2010, 47) indica que es la “Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido”.

Fiabilidad. - Según Sánchez, (2021) Es una palabra que define la probabilidad de buen funcionamiento de algo, derivada de la palabra fiable, que a su vez viene del verbo fiar y preceden del latín fidere “confiar, dar o prestar algo en confianza”.

V. PLANTEAMIENTO DE OBJETIVOS.

Formulado el problema, nos planteamos los siguientes objetivos:

5.1. OBJETIVOS GENERALES

O.G.: Determinar la relacion entre la gestión de operaciones y la calidad del servicio en la empresa de transporte turístico SUIPER S.A.C., año 2022.

5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

O.E.1.

Identificar la influencia de la gestión de operaciones en la satisfacción del cliente en la empresa de transporte turístico SUIPER S.A.C., año 2022.

O.E.2.

Identificar la relacion de la gestión de operaciones con la capacidad de respuesta de la empresa de transporte turístico SUIPER S.A.C., año 2022.

VI. HIPÓTESIS Y VARIABLES

6.1. SUPUESTOS HIPOTÉTICOS O HIPÓTESIS

A continuación, las hipótesis del trabajo de investigación que presentan una relación causa – efecto de dos variables, lo que permitió identificar y describir la influencia de la gestión de operaciones en la mejora de la calidad del servicio de la empresa de transportes turísticos SUIPER S.A.C., año 2022.

6.1.1. HIPÓTESIS GENERAL.

H₁: La gestión de operaciones se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.

6.1.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

H.E.1: La gestión de operaciones influye significativamente en la fiabilidad del cliente en la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.

H.E.2: La gestión de operaciones se relaciona positivamente con la capacidad de respuesta de la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.

6.2. SISTEMA DE VARIABLES

6.2.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

Gestión de operaciones

6.2.2. VARIABLE DEPENDIENTE

Calidad del servicio.

6.3. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Daremos operatividad a nuestras variables con las siguientes variables:

Variable Independiente	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice
GESTIÓN DE OPERACIONES	Singer, A (2021) La gestión de operaciones “es lo que impulsa a una empresa en la búsqueda de la excelencia. No importa cuál sea la industria, para cumplir con su función, debe ser capaz de satisfacer la demanda de sus clientes”	-. Programación de servicios -. Coordinación -. Servicio	Personal calificado Personal capacitado Unidades de transporte Necesidades del Cliente Satisfacción Funcionalidad Retención	1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

Variable Independiente	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índice
CALIDAD DE SERVICIO	Para (Molina ,2014) La calidad de servicio consisten cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.	-. Fiabilidad -. Capacidad de respuesta	- Buena atención - Atención rápida - Adecuado equipamiento - Amabilidad - Rapidez - Compromiso con el cliente - Precisión de problemas y soluciones	1. Malo 2. Regular 3. Bueno 4. Excelente

Fuente: Elaboración propia

VII. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.

i. JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación se justifica por ser un tema poco abordado debido a las pocas empresas de transporte turístico que hay en la región Ica. Además, los resultados de esta investigación permitirán conocer como la gestión de operaciones influye en la mejora de la calidad del servicio de la empresa de transporte turístico SUIPER S.A.C., y se logren los objetivos establecidos, para contribuir con los procesos de la empresa y conozcan la opinión de los turistas acerca de los servicios que brinda.

ii. IMPORTANCIA

La importancia del presente trabajo de investigación radica en facilitar información relevante en relación a las variables y que en base a ello permita a los directivos de la empresa a tomar las acciones correctivas y/o de mejora para estandarizar la calidad de los servicios y establecer la adecuada gestión administrativa, de esta manera el aporte de sus resultados también sea referente para otras empresas de transporte turístico.

A) LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.

Entre las limitaciones que se presentó, tenemos el escaso tiempo que disponen los turistas al término del servicio para contestar la encuesta.

Otro aspecto, ha sido el escaso material bibliográfico e investigaciones sobre el tema, por lo que condicionaron el normal desarrollo del presente trabajo de investigación.

B) DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo de investigación fue delimitado tomando las siguientes

consideraciones académicas.

i. DELIMITACIÓN TEÓRICA

Se encuentra delimitada a La gestión de operaciones y la calidad del servicio en la empresa de transporte turístico SUIPER S.A.C., año 2022.

ii. DELIMITACIÓN ESPACIAL

El presente trabajo investigación se delimitó espacialmente en la empresa de Transporte Turístico SUIPER S.A.C. en la región Ica.

iii. DELIMITACIÓN TEMPORAL

La investigación y el cuestionario aplicado a los turistas se ha dado durante el año 2022.

7.1. BASES TEÓRICAS.

Enseguida revisamos algunos aspectos teóricos que nos permitirán fundamentar nuestro trabajo de investigación:

7.1.1.- Gestión de operaciones

7.1.1.1.-Teorías sobre gestión de operaciones

Administración de operaciones (AO) es el conjunto de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios al transformar los insumos en productos terminados.

Según Heizer y Render, 2009, p.4. Las actividades que crean bienes y servicios se realizan en todas las organizaciones.

La gestión de operaciones es la organización que le brinda valor a los bienes y servicios para modificarlos en un solo producto, estas actividades son reflejadas en las organizaciones para la creación de bienes y servicios.

Para Krajewski y et al, 2008. El término administración de operaciones se refiere al diseño, dirección y control sistemáticos de los procesos que transforman los insumos en servicios y productos para los clientes internos y externos. En términos generales, la administración de operaciones está presente en todos los departamentos de una empresa porque en ellos se llevan a cabo muchos procesos.

La gestión de operaciones se basa en los términos de organizaciones (diseño, control y dirección) con el fin de elaborar los insumos en productos para el consumidor. La gestión de operaciones se encuentra en todas las áreas de una empresa que tiene muchas actividades.

Coordinación

Según Álvarez del Villar (recogido en Contreras, 1998): la coordinación es la capacidad neuromuscular de ajustar con precisión lo querido y pensado de acuerdo con la imagen fijada por la inteligencia motriz a la necesidad del movimiento.

Servicios

Según (Sandhusen, 2002) "Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo".

Optimización de Procesos

Según Figuera (2006), la optimización de procesos representa una herramienta que minimiza la efectividad de los costes, desarrollando la calidad del producto y el interés del proceso, cumplen causas claves como el análisis del

procedimiento del producto, constituyendo un método contrastado para determinar el aumento de la productividad, la minimización de costes y un nivel de calidad alto, con el fin de obtener éxito en la empresa.

Estandarización de Procesos

Harrington (1994) establece que la estandarización de procesos consiste en definir y uniformar procedimientos, de modo que todas las personas que participan en él usan permanentemente los mismos procedimientos, por otro lado, Umeda (1997) señala que la falta de estándares genera procedimientos diferentes, desacuerdo y menor eficiencia, la estandarización está directamente ligada a la calidad, productividad y posición competitiva de una empresa.

Se define como la participación de individuos en los métodos unificados por los procesos, ya que concuerdo concretamente que la definición de estandarización de procesos coincide con la calidad y toda la producción para una mejora en la empresa y sea vista como competitiva en el mercado.

7.1.2.- Calidad de servicio

7.1.2.1.- Definición

Según Duque (2005), dice que está centrada en la excelencia y superioridad de un producto a esto lo denomina calidad percibida. Por otro lado, al ser percibida es subjetiva y multidimensional (Parasuraman, Zeithaml y Berry ,1988). Esta definición es afinada por Devoto (2012)

quien asume que la calidad es evaluada por la clientela como un proceso que permitirá analizar los resultados. (p.3). Así mismo González y Acosta (2015), la consideran pieza clave en los procesos al sobrepasar las expectativas hacia el servicio (p. 45).

Berry, Bennett y Brown (1989) señalaron que la calidad de servicio no solo implica «acomodarse a las especificaciones», sino también supone adaptarse a lo esperado por el consumidor. Existe enorme disimilitud entre el primer y el segundo punto de vista. Aquellas instituciones que cometen errores con los consumidores, a pesar de su accionar rápido, la calidad del servicio brindado no se caracteriza por ser adecuado. La impresión del consumidor respecto a la calidad se puede conceptualizar como una estimación general, de altos índices subjetivos, similares a actitudes que se relacionan con la satisfacción pero que no son iguales, que involucra un proceso evaluador continuo en el tiempo.

Horovitz, J. (1991), estableció que la calidad de servicio se percibe de una forma distinta por el cliente. La actitud que el cliente muestre va definiéndose y cambiándose conforme tenga mejor conocimiento del producto y este genere o no mejoras en su nivel de vida. Al comienzo, el consumidor puede conformarse con un producto base, que no ofrezca muchos servicios, y por lo tanto el menos costoso. De a pocos, sus requerimientos con respecto a la calidad incrementan con el fin de esperar y desear lo mejor. Asimismo, espera una atención mejor debido a que relaciona su adquisición con lo recibido en el hogar o lo conseguido en travesías. En conclusión, el cliente efectúa una comparación entre lo obtenido por sí mismo y la calidad de un servicio.

Calidad de servicio es todo beneficio o actividad que una parte entrega a otra. En esencia es de carácter intangible y no permite la propiedad de algún bien. Su producción se vincula o no con algún producto físico. (Kotler, 1997, p. 656).

7.1.2.2.- Importancia de la calidad de servicio

Hoy en día el mundo empresarial es muy competitivo y en ese afán la calidad de servicio es preponderante en sus procesos, por tanto, la atención de sus clientes, centrado en el adecuado funcionamiento y control de sus procesos, teniendo en cuenta el poder satisfacer a los clientes es una prioridad. A su vez Meneses y Sesma (2008) indican que la calidad de los servicios fluye a todo tipo de empresas (p. 66). Pizzo (2013) lo considera como la práctica para poder entender y necesidades y expectativas de sus clientes y poder brindarles productos y /o servicios con cualidades propias a los sectores hacia donde se apunta satisfacer y generar valores esperados.

7.1.2.3. Dimensiones de la calidad de servicio

Fiabilidad

Según la Real Academia Española (RAE), tiene que ver con la cualidad de algo que funciona bien y da la seguridad de ello.

Para Farfán (2007), la fiabilidad de un sistema consiste en ejecutar un proceso o un producto sin ningún tipo de falla, el cual no genera riesgo y que además posee un factor determinante, el cual permite que su industria sea competitiva.

Ginder (2008), en la revista ABB Nueva Zelanda definió que la fiabilidad está relacionada con la baja cantidad de defectos o averías en algún equipo. La expresión *mejorar la fiabilidad* está referida con determinar los inconvenientes y componer el equipamiento previamente a que el área de operaciones emita alguna advertencia sobre estos.

Para Ávila (2011), como conclusión, la fiabilidad consiste en determinar inconvenientes, reducir errores y plantear soluciones que permitan eludir los riesgos, a través del mejoramiento y potenciación de los procesos, la actualización de la tecnología y la constante capacitación de todo el personal, así como abastecerse de insumos, realizando el servicio acordado de una forma cuidadosa y fiable. En sí, la fiabilidad es un factor determinante que asegura el rendimiento idóneo de un objetivo funcional.

Entre los principales objetivos de la fiabilidad está en establecer si un sistema ha alcanzado un rango de rendimiento determinado, así como determinar hacia qué orientación deben dirigirse las fuentes para obtener un buen resultado.

Capacidad de respuesta

Según Zeithaml y Bitner (2022), referida a la actitud mostrada para ayudar a consumidores ofreciéndoles un veloz y adecuado servicio. Además, también se considera como capacidad de respuesta al cumplimiento de un compromiso, así como la forma en que la organización se

muestra accesible para el cliente. Esto es, qué tanta posibilidad existe de contactarse con la organización y de qué forma puede resultar factible eso.

En conclusión, implica la voluntad y la aptitud para poder asistir a todos los usuarios y ofrecer un servicio ágil.

7.1.3. HISTORIA DE LA EMPRESA

La empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., se inició con dos personas muy emprendedoras con raíces de diferentes culturas como la Suiza y la peruana, de dicha fusión nació el nombre SUISPER, creada el 07 de Setiembre del 2004.

Sus inicios fueron primero en la ciudad Ica, siendo el principal proveedor de la agencia Buganvilla Tours, iban creciendo poco la idea era ir creciendo y en el 2008 abren una oficina en Lima para también operar desde ahí. Al año 2009, logrando ir posicionándose

en el mercado y alcanzaron a tener 11 unidades, hasta llegar a una flota de 15 unidades de transporte con GPS y 19 conductores, 06 ejecutivos en las diferentes áreas de la empresa y con equipo de operación las 24 horas. La empresa cuenta con permiso de circulación nacional, valor agregado para que los principales operadores de las agencias mayoristas lo consideren también como su proveedor para realizar sus servicios en la región Ica.

Entre las principales agencias de viajes y hoteles están:

LIMA TOURS, CONDOR TRAVEL, COLTUR PERU, BUGANVILLA TOURS, DESTINOS, HOTEL LIBERTADOR, CTM TOURS, TRAVEL GROUP, CASA ANDINA HOTELES, ETC.

La empresa organizacionalmente está compuesta por:

- GERENTE GENERAL: Sr. Eduardo Ferrándiz Zavalier.

- JEFE DE ADMINISTRACION Y OPERACIONES
- JEFE DE TRANSPORTES
- CORDINADOR DE OPERACIONES
- OPERACIONES 24 HORAS
- ASISTENTE DE TRANSPORTES
- CONTADOR (EXTERNO)

En la actualidad la industria Turística viene siendo el último en reactivarse en el Perú, por lo tanto, en el 2021 empezó paulatinamente, a iniciar de nuevo sus operaciones de transportes.

VIII. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Según, Roberto Hernández Sampieri (2014), la metodología consiste en fijar los pasos a seguir para llevar a cabo la investigación social. A continuación, se detalla:

8.1. TIPOS Y NIVELES DE INVESTIGACIÓN.

8.1.1. TIPOS

La presente investigación es de tipo **básica**.

8.1.2. NIVELES

Por ser una investigación básica, de nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo.

8.2. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Debido a que se recolectó información sin alterar las variables identificadas en un determinado momento, se eligió el **diseño no experimental del tipo correlacional**.

8.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE INVESTIGACIÓN.

8.3.1. POBLACIÓN

Está compuesto por el total de 127 turistas nacionales y extranjeros atendidos en un tour de dos días, en un fin de semana del mes de octubre.

8.3.2. MUESTRA

Según Vara (2012), la muestra está conformada por un subgrupo de la población, sin embargo, debido a que la población es finita y pequeña, se ha considerado por conveniencia tomar como muestra censal a los 127 turistas.

IX. METODOLOGIA OPERATIVA DE LA INVESTIGACION

9.1. MÉTODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Los métodos empleados para la recolección de datos fueron los convencionales, es decir los que se desarrollan de forma manual.

9.2. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.

Siendo la presente investigación de carácter cuantitativo, las técnicas e instrumentos de recolección de datos que se empleó en nuestras unidades de estudio fueron respectivamente:

La técnica de la **Encuesta**, elaboró como instrumento de investigación el cuestionario.

9.3. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS.

Para el procesamiento y análisis de los datos recolectados se empleó el programa Microsoft Office Excel 2016. Teniendo en cuenta que la investigación es cuantitativa se aplicó para los resultados las representaciones gráficas tal como figuran en los diagramas circulares.

X. CRONOGRAMA DE INVESTIGACIÓN.

La investigación se desarrolló de acuerdo al siguiente cronograma.

ACTIVIDAD \ MESES	JUL.	AGOST.	SEPT.	OCT.
01. Selección del tema de investigación				
02. Recolección de la literatura				
03. Elaboración y revisión del marco teórico				
04. Aplicación de la guía de observación y las encuestas				
05. Recolección y procesamiento resultados				
06. Análisis e interpretación resultados				
07. Presentación del trabajo de investigación				
08. Sustentación				

Elaboración propia.

Tiempo de investigación desde el 01 de Julio al 31 Octubre del presente año.

XI. PRESUPUESTO.

Los gastos totales de la investigación serán asumidos por la parte interesada.

PRESUPUESTO DE GASTOS			
	PARTIDA	PARCIAL S/	TOTAL S/
01	BIENES:		800.00
	- Materiales de escritorio	300.00	
	- Compra de libros y revistas especializadas online.	100.00	
	- Otros	400.00	
02	SERVICIOS:		2900.00
	- Movilidad	250.00	
	- Internet	350.00	
	- Impresión	150.00	
	- Empastado y anillados	150.00	
	- Asesoría externa	2000.00	
	TOTAL:		3,700.00

Elaboración propia.

XII. CONCLUSIONES

PRIMERA: La gestión de operaciones a través de la programación del personal y de los servicios de traslados en la región Ica sí influyen en la calidad del servicio de la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C. Para ello en una escala ordinal de Excelente, Bueno, Regular y Malo, los turistas encuestados consideran el calificativo de excelente al desempeño de manejo de los conductores, su experiencia profesional y la puntualidad y atención. Lo que significa que la empresa posee un equipo de conductores idóneos y están alineados a los objetivos de la empresa.

SEGUNDO: Los turistas según su experiencia en el servicio con la empresa considera con un porcentaje del 42% que equivale al calificativo Bueno a la presentación de las unidades de transporte que los movilizaron, seguido de un 39% con el calificativo de Excelente lo que implica la empresa no tiene aún estandarizado este indicador como calidad de excelencia.- Añadido a ello los turistas han tenido contacto con el personal de la empresa en distintas áreas y consideran la atención al cliente con 40% de los encuestados el calificativo de Bueno, seguido de Excelente con el 29% y Regular con el 22%. Este indicador señala también que, si bien es óptimo el resultado, podría haber sido mejor considerado este indicador.

TERCERO: Los turistas consideran que el equipamiento de las unidades de transporte y el conjunto de valores como la confianza, seguridad, amabilidad y compromiso del personal de la empresa han sido calificados como Excelente, por lo tanto, la fiabilidad de sus servicios refleja en el personal de la empresa el compromiso con los valores y objetivos organizacionales establecidos.

En la dimensión de capacidad de respuesta, los indicadores rapidez, precisión y aplicación de soluciones durante el servicio ha sido considerado por los turistas con el calificativo de Bueno.

RECOMENDACIONES

PRIMERA: A la empresa exhortar que la calidad de sus servicios sea sostenible a través de la adecuada gestión de operaciones de la empresa SUISPER S.A.C., que se aplica a través de la programación del personal calificado las diferentes áreas y servicios de traslados dentro la región Ica, así como en la cultura organizacional de la empresa. Añadido a ello la empresa se le recomienda capacitar y evaluar al personal para asegurar la estandarización de los indicadores que han denotado calificativo Bueno en atención al cliente, presentación de las unidades de transporte, la rapidez, precisión y respuesta rápida ante necesidades o urgencias por parte del turista durante el servicio para poder lograr con éxito la fiabilidad y capacidad de respuesta idónea que requiere la empresa.

SEGUNDO: A los empresarios del sector transportes en turismo, es necesario autoevaluar la gestión administrativa y operativa de la empresa para conocer si el staff profesional está laborando acorde a los objetivos de la organización y por ende los estándares de calidad establecidos para sus servicios.

TERCERO: Es preciso mencionar que la calidad de los servicios resaltados por el cliente no solo logra generar posicionamiento en el mercado turístico regional, si no también contribuye a la imagen y posicionamiento del destino turístico a nivel nacional.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aliatis, B., (2022). “*Gestión administrativa y calidad de servicio: caso cooperativa de transporte interprovincial jipijapa, período 2015-2020*”. Tesis, Universidad Estatal del Sur de Manabí “Unesum”, Manabí, Ecuador. Disponible en:

<http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/3871/1/TESIS-ALIATIS%20BRAVO%20VALERIA%20GUADALUPE-GUARDAR%20PDF.pdf>

Ávila Morales, Hernán (2011) *Influencia en la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en instituciones de salud en la Provincia Constitucional del Callao*. [Informe Final de investigación] Callao: Universidad Nacional del Callao.

Duque, E. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. Colombia: INNOVAR. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81802505>

Devoto, R. (2012). *Apunte Docente: La Calidad de Servicio percibida en el Sector Público Seriede Apuntes Docentes*. Disponible en:

<http://www.ingcomercial.ucv.cl/sitio/assets/publicaciones/ApuntesDocente/ApunteDocenteCalidaddeServicioPercibidaenelSectorPublicoRD.pdf>

Farfán, Y. (2007). “*La fiabilidad*”. Cusco: Editorial Moderna.

Fernández, F. (2016). “*Calidad en el servicio de la Empresa de Transportes Turismo COYURI S.A.C del distrito de Los Olivos, Lima*”. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Disponible en:

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18175/Fern%c3%a1andez_HFD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ginder, A. (2008). “Making reliability sustainable. *ABB Review Special Report Process Automation Services & Capabilities*”, pp. 54–57

Gonzales & Acosta (2015) “*Manual de calidad y los procedimientos requeridos específicamente por la norma ISO 9001*”, Lima Perú.

Gonzales, L., Pallarco, R. (2020). “*Gestión de operaciones para la mejora de servicios al cliente en la empresa de transporte terrestre de pasajeros expreso*”

internacional palomino sac 2020". Tesis, Universidad Peruana de Las Américas, Lima, Perú. Disponible en:

<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1204/GONZALE%20-%20PALLARCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Heizer, Jay., Render, Barry. "*Principios de Administración de Operaciones*". México: Universidad de Guadalajara, p.4

Horovitz, J. (1991). *La calidad del servicio: la conquista del cliente*. México D.F. Editorial McGraw Hill.

Krajewski, Ritzman y Malhotra. (2008). "*Administración de Operaciones en las Organizaciones*". Disponible en:

<https://admymercadeo.blogspot.com/2014/11/administracion-de-operaciones.html>

Letelier, A., Gamonal, C. (2020). "*Gestión de operaciones: adaptando el almacenamiento y la producción ante cambios en el modelo de negocio*". Proyecto de grado, Universidad del Desarrollo, Santiago, Chile. Disponible en: <https://repositorio.udd.cl/bitstream/handle/11447/4702/Gesti%C3%B3n%20de%20operaciones.pdf?sequence=1>

Meza, L., Quispe, J. (2021). "*Gestión de procesos y calidad de servicio al turista en la empresa Explore los Andes E.I.R.L., periodo 2020*". Tesis, Pizzo, M. (2013). *Calidad en el servicio. Un plan de mejora simple, inmediato y*

con impacto en el cliente. Disponible en:

<http://repositorio.uaustral.edu.pe/bitstream/handle/UAUSTRAL/146/2021%20TURI%20SMO%20-%20MEZA%20Y%20QUISPE.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Meneses & Sesma. (2008). "*La Calidad del Servicio y su Importancia para las Empresas en el Siglo XXI*". Disponible en:

<http://colaboracion.uv.mx/iiesca/UN%20CURSO%20DOS%20LIBROS/CAP%C3%8DTULOS%20CONCLUIDOS/la%20calidad%20del%20servicio.doc>

Velásquez, B. (2021). "*Calidad de servicio y competitividad de la empresa de transporte turismo brizas s.a. huánuco – 2019*". Tesis, Universidad De Huánuco, Perú. Disponible en:

<http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2971/VEL%c3%81SQUEZ%20MANRIQUE%2c%20BACKNER%20ROSEABEL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ed=y

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). "A *Conceptual Model of Service*". (Vol. 49(4)). Journal of Marketing.

Pizzo, M. (2013). *Calidad en el servicio. Un plan de mejora simple, inmediato y con impacto en el cliente.*

Disponible en: <http://www.degerencia.com/mpizzo>

Umeda, Masao (1997). "*Processo de Promoção da Padronização Interna*". Brasil. Fundación Christiano Ottoni.

ANEXOS

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

Expuesto todo lo anterior, pasamos a presentar en dos partes los resultados del trabajo realizado en campo en el mes de octubre del 2022.

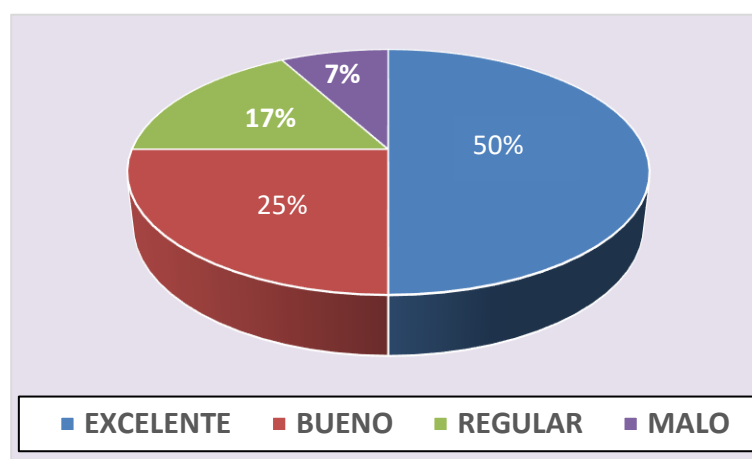
1. Considera que el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 01

ALTERNATIVAS	MUESTRA	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	64	50
b. BUENO	32	25
c. REGULAR	21	17
d. MALO	10	8
TOTAL	127	100

Gráfico N° 01



Interpretación: En el gráfico N°01 se observa que el 50% respondió la alternativa Excelente, el 25% Bueno, el 17% Regular y el 8% Malo.

Esto significa que los turistas en su mayoría otorgan el calificativo de EXCELENTE en relación a la calidad de servicio recibido por parte de la

empresa de transporte SUISPER S.A.C.

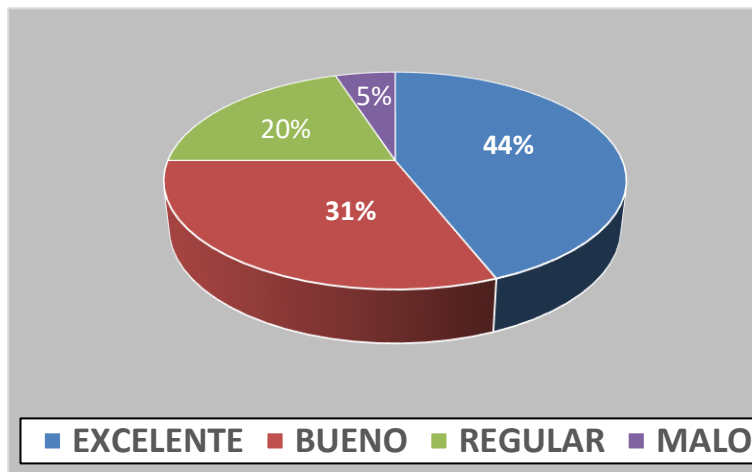
2. Considera que el desempeño de manejo de los conductores de la empresa de transportes es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 02

ALTERNATIVAS	MUESTRA	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	56	44
b. BUENO	39	31
c. REGULAR	26	20
d. MALO	6	5
TOTAL	127	100

Gráfica N° 02



Interpretación: Los encuestados respondieron según muestra el gráfico N°02 el 44% respondió que Excelente, el 31% Bueno, el 20% Regular y el 5% Malo. Los turistas manifiestan que el desempeño de manejo de los conductores es EXCELENTE.

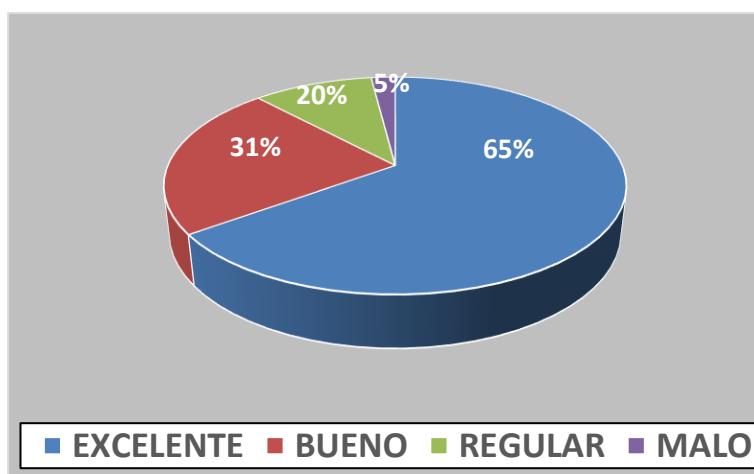
3. Considera que la puntualidad y atención al turista por parte de los conductores en la empresa de transporte es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 03

ALTERNATIVAS	MUESTRA	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	83	65
b. BUENO	29	23
c. REGULAR	13	10
d. MALO	2	2
TOTAL	127	100

Gráfica N° 03



Interpretación: En el gráfico N°03 se muestra que el 65% respondió Excelente, el 23% Bueno, el 10% Regular y el 2% Malo.

La mayoría de los turistas encuestados afirmaron que la puntualidad y atención fue EXCELENTE.

4. Las condiciones de presentación de la unidad de transporte en el que se movilizó fue:

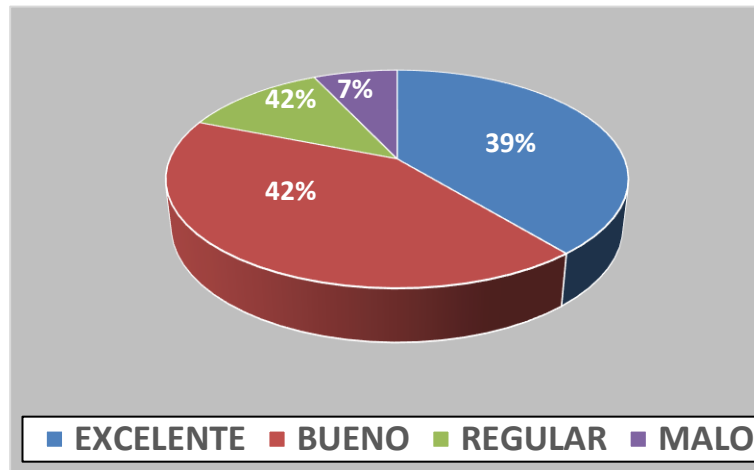
- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 04

ALTERNATIVAS	MUESTRA	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	50	39
b. BUENO	53	42
c. REGULAR	15	12

d. MALO	9	7
TOTAL	127	100

Representación gráfica N° 04



Interpretación: De acuerdo al gráfico N°04 los encuestados respondieron que el 42% la alternativa Bueno, el 39% Regular, el 12% Excelente y el 7% la opción Malo.

El 42% de los turistas encuestados indicaron que la presentación de la unidad de transporte que los movilizó fue BUENO.

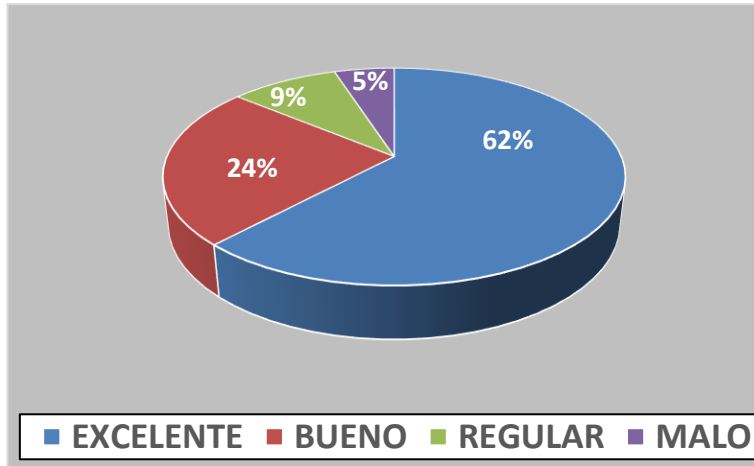
5. Según su apreciación, la experiencia profesional del conductor durante el servicio brindado es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 05

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	79	62
b. BUENO	31	24
c. REGULAR	11	9
d. MALO	6	5
TOTAL	127	100

Representación Gráfica N°05



Interpretación: En el presente gráfico N°05 se aprecia que el 62% de los encuestados manifestaron que Excelente, el 24% Bueno, el 15% Regular y el 5% Malo.

Los turistas encuestados manifestaron que la experiencia profesional del conductor les pareció EXCELENTE.

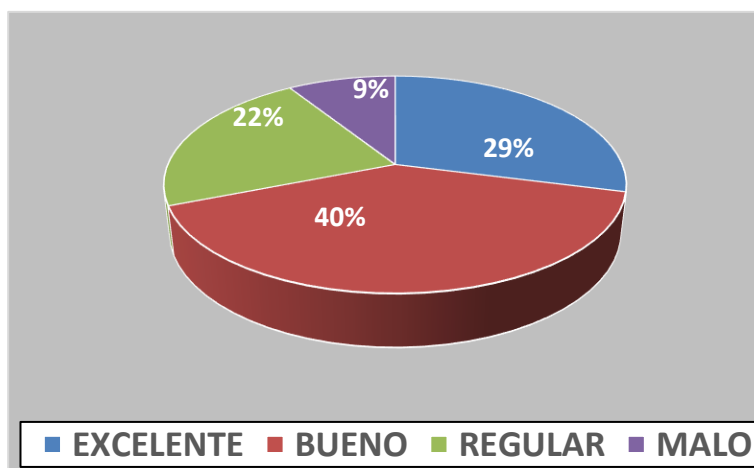
6. Cómo considera usted el nivel de profesionalismo del personal que lo (a) atención en las diferentes áreas de la empresa de transporte:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 06

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	37	29
b. BUENO	51	40
c. REGULAR	28	22
d. MALO	11	9
TOTAL	127	100

Gráfico



N°06

Interpretación: En el gráfico N° 06, los encuestados indican que en un 40% fue Bueno, el 29% señala Excelente, el 22% Regular y el 9% Malo.

Para los turistas, consideran que el nivel de profesionalismo del personal que los atendieron en las diferentes áreas de la empresa de transporte fue BUENO.

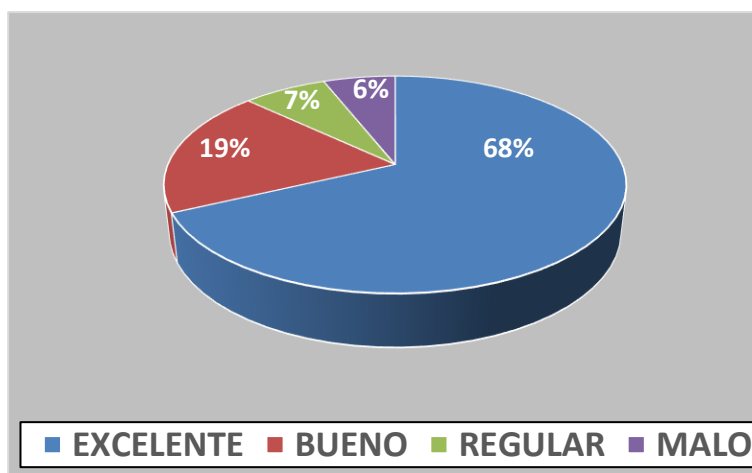
7. Le transmitió confianza y seguridad el servicio brindado por la empresa de transporte.

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 07

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	87	68
b. BUENO	24	19
c. REGULAR	9	7
d. MALO	7	6
TOTAL	127	100

Gráfico N°07



Interpretación: En el gráfico N°07 se observa que el 68% respondió la

opción Excelente, el 19% Bueno, el 7% Regular y el 6% Malo.

Los turistas opinan con el 68% que el servicio de la empresa de transporte les transmitió confianza y seguridad y fue EXCELENTE.

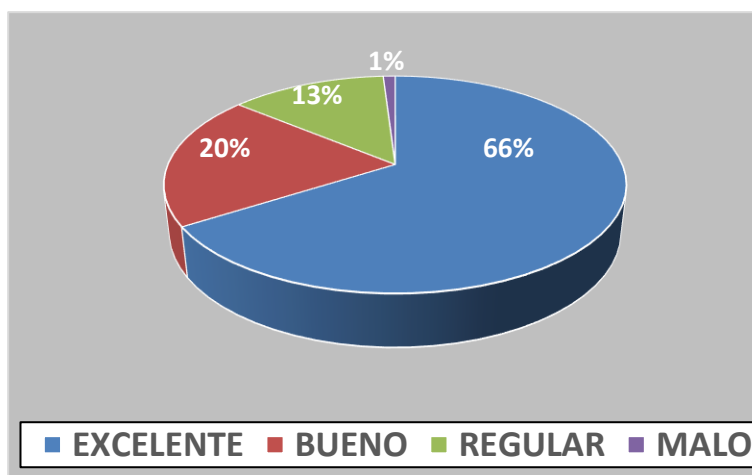
8. El equipamiento de la unidad de transporte le pareció:

a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 08

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	83	66
b. BUENO	26	20
c. REGULAR	17	13
d. MALO	1	1
TOTAL	127	100

Gráfico N°08



Interpretación: En el gráfico N° 08 se observa que el 66% respondió la alternativa Excelente, el 17% Bueno, la alternativa Regular fué de 6% y el 6% Malo.

El 66% de los turistas encuestados señalan que el equipamiento de la

unidad de transporte en la que recibieron el servicio fué EXCELENTE.

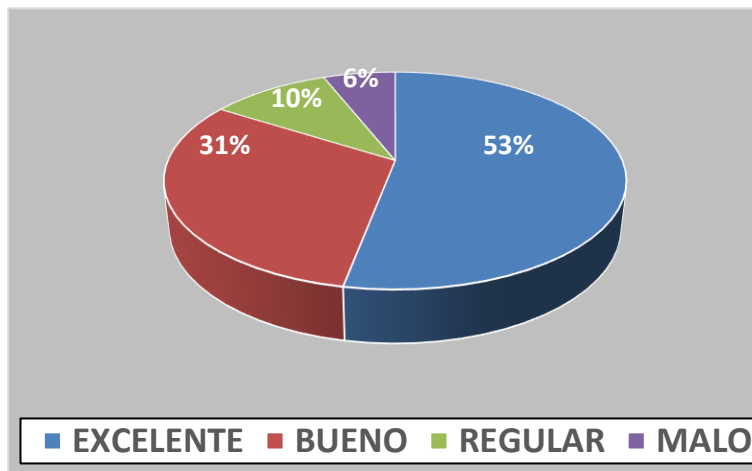
9. Considera Usted que la amabilidad del personal de la empresa de transporte es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 09

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	67	53
b. BUENO	39	31
c. REGULAR	13	10
d. MALO	8	6
TOTAL	127	100

Gráfico N° 09



Interpretación: En el gráfico N°09 se observa que el 53% respondió la opción Excelente, el 31% Bueno, el 10% Excelente y el 6% Malo.

En esta pregunta los turistas consideran con un 53% que la amabilidad del personal de la empresa de transporte ha sido EXCELENTE.

10. La rapidez y precisión en el servicio brindado por parte del personal

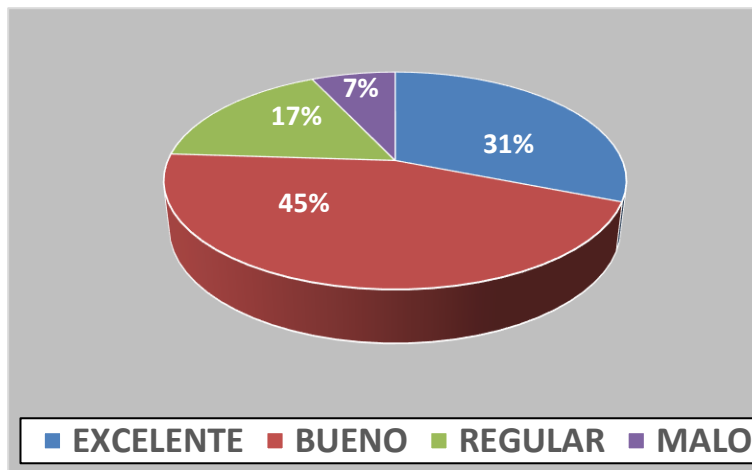
de la empresa de transportes es:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 10

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	39	31
b. BUENO	57	45
c. REGULAR	22	17
d. MALO	9	7
TOTAL	127	100

Gráfico N° 10



Interpretación: En el gráfico N°10 se observa que el 45% respondió la opción Bueno, el 31% Excelente, el 17% Regular y el 7% Malo.

El 45% de los encuestados manifestaron que el personal de la empresa respondió con rapidez y precisión.

11. ¿La aplicación de soluciones rápidas ante alguna necesidad

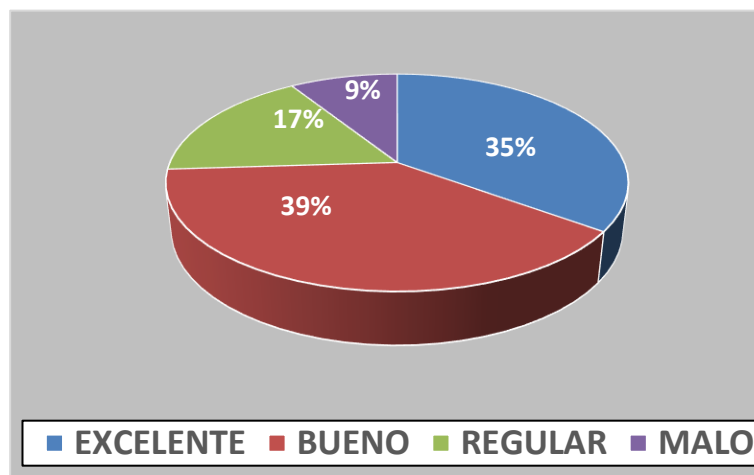
uemergencia durante el servicio de traslado fue?:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 11

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	45	35
b. BUENO	49	39
c. REGULAR	21	17
d. MALO	12	9
TOTAL	127	100

Gráfico N° 11



Interpretación: En el gráfico N°11 se observa que el 39% optó por la alternativa Bueno, el 35% Excelente, el 17% Regular y el 9% Malo.

El criterio de soluciones rápidas que demuestran los conductores durante el servicio de traslado fue reconocido con el porcentaje de 39% y con el calificativo de BUENO.

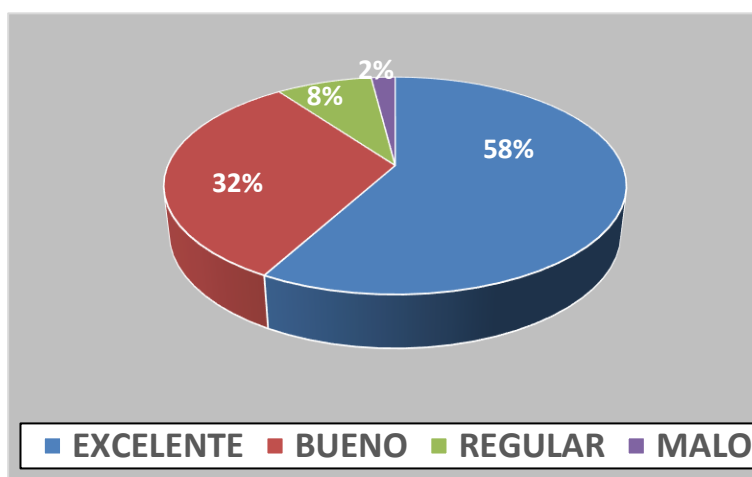
12. ¿Considera que el nivel de compromiso del personal de la empresa de transporte para con sus clientes es?:

- a. EXCELENTE b. BUENO c. REGULAR d. MALO

Tabla N° 12

ALTERNATIVAS	POBLACION	PORCENTAJE %
a. EXCELENTE	73	58
b. BUENO	41	32
c. REGULAR	10	8
d. MALO	3	2
TOTAL	127	100

Representación Gráfica N° 12



Interpretación: En el gráfico N°12 se observa que el 58% respondió la opción Excelente, el 32% Bueno, el 8% Regular y el 2% Malo.

Los turistas consideran que el nivel de compromiso del personal de la empresa de transporte para con sus clientes es del 58% es decir reciben el calificativo de EXCELENTE.

CUESTIONARIO: VARIABLE INDEPENDIENTE

Gráfico 13

DIMENSIONES	Alternativas Preguntas	Excelente		Bueno		Regular		Malo		Total
			%		%		%		%	
GESTION DE OPERACIONES	Considera que el nivel de calidad de servicio de la empresa de transporte es:	64	50	32	25	21	17	10	8	100
	Considera que el desempeño de manejo de los conductores de la empresa de transporte es:	56	44	39	31	26	20	6	5	100
	Considera que la puntualidad y atención al turista por parte de los conductores en la empresa de transporte es:	83	65	29	23	13	10	2	2	100
	Las condiciones de presentación de la unidad de transporte en el que se movilizó fue:	50	39	53	42	15	12	9	7	100
	Según su apreciación, la experiencia profesional del conductor durante el servicio brindado es:	79	62	31	24	11	9	6	5	100
	Cómo considera usted el nivel de profesionalismo del personal que lo (a) atención en las diferentes áreas de la empresa excepto la de conductores.	37	29	51	40	28	22	11	9	100

CUESTIONARIO: VARIABLE DEPENDIENTE

Gráfica 14

DIMENSIONES	Alternativas Preguntas	Excelente	%	Bueno	%	Regular	%	Malo	%	Total
		CALIDAD DE SERVICIOS FIABILIDAD CAPACIDAD DE RESPUESTA	Le transmitió confianza y seguridad el servicio brindado por la empresa de transporte	87	68	24	19	9	7	7
El equipamiento de la unidad de transporte le pareció	83		66	26	20	17	13	1	1	100
Considera Usted que la amabilidad del personal de la empresa de transporte es	67		53	39	31	13	10	8	6	100
La rapidez y precisión en el servicio brindado por parte del personal de la empresa de transportes es	39		31	57	45	22	17	9	7	100
La aplicación de soluciones rápidas ante alguna necesidad ú emergencia durante el servicio de traslado fue	45		35	49	39	21	17	12	9	100
Considera que el nivel de compromiso del personal de la empresa de transporte para con sus clientes son	73		58	41	32	10	8	3	2	100

Gráfico 15

SUISPER
TRANSPORTES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

TRASLADOS CORPORATIVOS ¡A TODO EL PERÚ!

- MOVILIDADES PRIVADAS
- CONTAMOS CON TODOS LOS PROTOCOLOS
- MOVILIDADES MODERNAS

CONTACTANOS
989 185334

Gráfico 16

SUISPER
TRANSPORTES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

TRASLADOS AL AEROPUERTO ¡VIAJA SEGURO!

CONTAMOS CON TODOS LOS PROTOCOLOS

989 185 334

Gráfico 17

SUISPER
TRANSPORTES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

Nos cuidamos nosotros
y cuidamos de ti

BIOSEGURO

VIAJA SEGURO

ICA - LIMA
(y viceversa)

CON TODOS LOS PROTOCOLOS
DE BIOSEGURIDAD

Transporte Turístico Suisper SAC 989185334

Gráfico 18



SUISPER
TRANSPORTES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

MOVILIZATE
CON TODOS LOS PROTOCOLOS
DE BIOSEGURIDAD

TRASLADOS AL
AEROPUERTO
L I M A

f i g 989185334

Gráfico 19



SUISPER
TRANSPORTES Y SERVICIOS TURÍSTICOS

VIAJA SEGURO

LIMA - PARACAS
Y VICEVERSA

CON TODOS LOS
PROTOCOLOS DE BIOSEGURIDAD

f Transporte Turístico Suisper SAC i g 989185334

Cuadro Matriz: La gestión de operaciones y la Calidad del Servicio en la Empresa de Transporte Turístico SUISPER S.A.C., 2022.

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA	ESTRATEGIA METODOLÓGICA
<p>Problema general</p> <p>¿Cómo se relaciona la gestión de operaciones y la calidad del servicio en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cómo influye la gestión de operaciones en la fiabilidad del cliente en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?</p> <p>¿De qué manera la gestión de operaciones se relaciona con la capacidad de respuesta de la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022?</p>	<p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre gestión de operaciones y la calidad del servicio en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Identificar la influencia de la gestión de operaciones en la fiabilidad del cliente en la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022</p> <p>Identificar la relación de la gestión de operaciones con la capacidad de respuesta de la empresa de transporte turístico SUISPER S.A.C., año 2022.</p>	<p>Hipótesis general</p> <p>La gestión de operaciones se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>La gestión de operaciones influye significativamente en la fiabilidad del cliente en la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.</p> <p>La gestión de operaciones se relaciona positivamente con la capacidad de respuesta de la empresa de transportes turísticos SUISPER S.A.C., año 2022.</p>	<p>Variable Independiente: Gestión de operaciones</p> <p>Dimensiones: - Programación de servicios - Coordinación</p> <p>Indicadores: Personal calificado Personal capacitado Unidades de transporte</p> <p>Variable Dependiente: Calidad de servicio</p> <p>Dimensiones: Fiabilidad Capacidad de respuesta Servicio Rapidez</p> <p>Indicadores: Amabilidad Compromiso con el cliente Precisión de problemas Funcionalidad</p>	<p>De recolección de datos</p> <p>- La encuesta</p> <p>Instrumentos de recolección de datos</p> <p>- Cuestionario</p> <p>Técnica de procesamiento de datos</p> <p>- Técnicas estadísticas con Excel (se elaborarán cuadros y gráficos).</p>	<p>Población</p> <p>Constituida por 127 turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>Muestra</p> <p>Se aplicó un muestro censal conformado por 197 turistas</p>	<p>TIPO</p> <p>- Básico</p> <p>NIVEL</p> <p>- Descriptivo</p> <p>DISEÑO</p> <p>No experimental-Correlacional</p>

