



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y NEGOCIOS**

“LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE PÚBLICO  
TERRESTRE Y SU APORTE AL DESARROLLO DEL TURISMO  
SOSTENIBLE EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA  
REGIÓN LAMBAYEQUE”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADA EN TURISMO Y NEGOCIOS**

**AUTORES:**

GABRIELLA MARÍA RUIZ CASTRO

ROSSINA ROSA ISABEL SANDOVAL ROJAS

**ASESORES :**

Mg. JUAN FERNANDO CHAPOÑAN CARRANZA

Lic. ELVIS SERRUTO PEREA

**LINEA DE INVESTIGACIÓN :**

DESARROLLO SOSTENIBLE, EMPRENDIMIENTO Y RESPONSABILIDAD  
SOCIAL

**CHICLAYO - PERÚ**

**2018**



ACTA DE SUSTENTACIÓN

En la ciudad de Chiclayo, siendo las 08:00 am horas del día 21 de Diciembre del 2018, de acuerdo a lo dispuesto por la Resolución de Dirección Académica N° 3258, de fecha 20 de Diciembre del 2018, se procedió a dar inicio al acto protocolar de sustentación de la tesis titulada: "LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE Y SU APOORTE AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE", presentado por la Bachiller RUIZ CASTRO GABRIELLA MARÍA Y SANDOVAL ROJAS ROSSINA ROSA ISABEL, con la finalidad de obtener el Título de Licenciada en Turismo y Negocios, ante el jurado evaluador conformado por los profesionales siguientes:

PRESIDENTE : Mgtr. Francisco Eduardo Cuneo Fernández

SECRETARIO (A) : Dr. Marcelino Callao Alarcón

VOCAL : Dr. Marco Antonio Carrasco Chávez

Concluida la sustentación y absueltas las preguntas efectuadas por los miembros del jurado se resuelve:

APROBADA POR UNANIMIDAD

Siendo las 9:00 am del mismo día, se dio por concluido el acto de sustentación, procediendo a la firma de los miembros del jurado evaluador en señal de conformidad.

Chiclayo, 21 de Diciembre del 2018

  
Mgtr. Francisco E. Cuneo Fernández  
Presidente

  
Dr. Marcelino Callao Alarcón  
Secretario (a)

  
Dr. Marco A. Carrasco Chávez  
Vocal

## **DEDICATORIA**

Dios, por bendecirnos cada día e hiciera realidad todo lo que nos hemos propuesto hacer ya que es el ser que está siempre con nosotros, el amigo que nunca nos abandona el cual es fuente de sabiduría, de bondad, amor y perdón.

### **Las autoras**

A nuestros padres por darnos la vida, por su esmerado esfuerzo y apoyo durante nuestros estudios profesionales, enseñándonos a aprovechar las oportunidades que se nos presentan y sobre todo gracias por no dejarnos caer y a no rendirnos jamás.

### **Las autoras**

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, nuestro padre celestial, por iluminar nuestras vidas, por darnos la voluntad y fortaleza para seguir adelante sin dejarnos vencer y llegar a nuestros objetivos.

### **Las autoras**

A Nuestros profesores y asesores; Mg. Juan Fernando Chapañan Carranza, Lic. Elvis Serruto Perea, Econ. Omar Tineo Campos por su esmerado esfuerzo de enseñanza, comprensión, dedicación, amabilidad, apoyo y tiempo desinteresado e incondicional, colaborando en todo momento con su orientación que permitió realizar nuestro trabajo.

### **Las autoras**

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

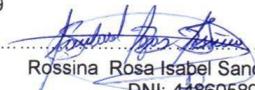
Yo, Rossina Sandoval Rojas, estudiante de la Escuela Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 44860589, con el trabajo de investigación titulada,

La calidad del servicio de transporte público terrestre y su aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la Región Lambayeque.

**Declaro bajo juramento que:**

- 1) La tesis es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesina no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseadas, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada. De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de oro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, marzo del 2019

  
.....  
Rossina Rosa Isabel Sandoval Rojas.  
DNI: 44860589

## DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Gabriella María Ruiz Castro, estudiante de la Escuela Profesional de Turismo y Negocios de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 44344365, con el trabajo de investigación titulada,

La calidad del servicio de transporte público terrestre y su aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la Región Lambayeque.

**Declaro bajo juramento que:**

- 1) La tesis es mi autoría propia.
- 2) Se ha respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes utilizadas. Por lo tanto, la tesis no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
- 3) La tesina no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
- 4) Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseadas, ni duplicados, ni copiados y por lo tanto los resultados que se presentan en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada. De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de oro), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normalidad vigente de la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, marzo del 2019

  
.....  
Gabriella María Ruiz Castro  
DNI: 44344365

## **PRESENTACION**

Señores: Representantes del Jurado:

De conformidad con lo dispuesto en el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad César Vallejo de Chiclayo, tengo a bien someter a vuestro ilustrado criterio y justa consideración, el presente trabajo titulado:

“LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE Y SU APORTE AL DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE”.

Con la finalidad de obtener el Título profesional de Licenciada en Administración.

Rossina Rosa Isabel Sandoval Rojas.

Gabriella María Ruiz Castro.

## INDICE

<b>ACTA DE SUSTENTACIÓN</b>	ii
<b>DEDICATORIA</b>	iii
<b>AGRADECIMIENTO</b>	iv
<b>DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD</b>	v
<b>PRESENTACION</b>	vii
<b>INDICE</b>	
<b>RESUMEN</b>	xiii
<b>ABSTRACT</b>	xiv
<b>I. INTRODUCCIÓN</b>	15
1.1. Realidad Problemática	15
1.2. Trabajos previos	24
1.3. Teorías relacionadas	26
1.4. Formulación del problema	54
1.5. Justificación	54
1.6. Hipótesis	55
1.7. Objetivos de la investigación	55
<b>II: METODO</b>	
2.1. Diseño y tipo de investigación	56
2.2. Variable y Operacionalización	56
2.3. Población y muestra	62
2.4. Técnicas e instrumentos de datos validez y confiabilidad	64
2.5. Método de análisis de datos	66
2.7. Aspectos éticos	66
<b>III: RESULTADOS</b>	
3.1. Variable calidad del servicio del transporte público terrestre (turistas)	67
3.2. Variable calidad del servicio del transporte público terrestre (empleados)	74

3.3. Variable del desarrollo del turismo sostenible	80
4.2. Discusión	86
<b>V: CONCLUSIONES</b>	87
<b>VI. RECOMENDACIONES</b>	88
<b>VII: PROPUESTA DE MEJORAMIENTO DEL TRANSPORTE PUBLICO SOSTENIBLE</b>	
5.1 Introducción	89
5.2 Objetivos	90
5.3 Fase de la aplicación	90
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	94
<b>ANEXOS</b>	97
Acta de aprobación de originalidad de tesis	120
Autorización de la versión final del trabajo de investigación.	121
Formulario de autorización de publicación electrónica de la tesis	123

## INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla N° 01: Operacionalización de variables: Variable Independiente	46
Tabla N° 02: Operacionalización de variables: Variable dependiente	62
Tabla N° 03: Número de empresa de transporte publico según tipo de ruta	62
Tabla N° 04: Parámetros estadístico para la muestra representativa	62
Tabla N° 05: Muestra calculada de turistas	62
Tabla N° 06: Muestra de Empresas operadoras de transporte publico	63
Tabla N° 07: Sobre abastecimiento de combustibles y lubricante	63
Tabla N° 08: Cantidad de turistas que arribaron a la región Lambayeque	63
Tabla N° 09: Nivel de satisfacción de usuarios de empresas de transportes público	67
Tabla N° 10: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad	68
Tabla N° 11: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Capacidad de respuesta	69
Tabla N° 12: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad	70
Tabla N° 13: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía	71
Tabla N° 14: Evaluación general de los Turistas de las empresas de transporte público	72
Tabla N° 15: Matriz de calidad de los Turistas usuarios de las empresas de transporte público.	73
Tabla N° 16: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Tangibilidad	74
Tabla N° 17: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad	75
Tabla N° 18: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Capacidad de Respuesta	76
Tabla N° 19: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad	77

Tabla N° 20: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía	78
Tabla N° 21: matriz de la calidad de los empleados de las empresas de transporte público	79
Tabla N° 22: consolidado de la calidad de los empleados de las empresas de transporte público	80
Tabla N° 23: Cumplimiento del aspecto económico del turismo sostenible	81
Tabla N° 24: Cumplimiento del aspecto sociocultural del turismo sostenible	82
Tabla N° 25: Cumplimiento del aspecto ambiental del turismo sostenible	83
Tabla N° 26: Sobre cumplimiento en general de los aspectos del turismo sostenible	84
Tabla N° 27: Matriz de mejora sobre aspectos del turismo sostenible	85

## INDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico N° 01 Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Tangibilidad	67
Gráfico N° 02: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad	68
Gráfico N° 03: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Capacidad de respuesta	69
Gráfico N° 04: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad	70
Gráfico N° 05: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía	71
Gráfico N° 06: Evaluación General de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos	72
Gráfico N° 07: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Tangibilidad	74
Gráfico N° 08: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad	75
Gráfico N° 09: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Capacidad de respuesta	76
Gráfico N° 10: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad	77
Gráfico N° 11: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía	78
Gráfico N° 12: Evaluación General de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos	79
Gráfico N° 13: Evaluación de la Satisfacción de administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Económicos	81
Gráfico N° 14: Evaluación de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Socioculturales	82
Gráfico N° 15: Evaluación de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Ambientales	83
Gráfico N° 16: Evaluación General de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos	84

## RESUMEN

El respectivo informe de investigación se denomina: "La calidad del servicio del transporte público terrestre y su aporte al progreso del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región Lambayeque", el objetivo primordial de esta investigación se encuentra enmarcado en "Determinar y analizar los factores de calidad del servicio del transporte público terrestre que aportan al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región Lambayeque".

La metodología utilizada fue descriptiva, porque especifica las propiedades importantes del sistema de transporte terrestre público de pasajeros en el departamento de Lambayeque. Analítico por utilizar teorías vigentes tales como de Calidad en el servicio de transporte público y normas de calidad y sostenibilidad en el turismo para presentar alternativas de solución teniendo en cuenta conceptos y como operan sus variables de esta manera también se comprobó la hipótesis a través de análisis de la situación problemática expuesto y aplicando el método deductivo a los elementos que participan en el servicio de transporte público para poder tener una mejor claridad del objeto de estudio para llegar al fin perseguido.

El análisis e interpretación de la información nos muestra que el servicio de transporte público del departamento no presenta las características de un servicio de calidad, lo que genera la insatisfacción del usuario y la incomodidad de hacer uso de este servicio por el turista.

Ante estos resultados obtenidos, se comprobó la hipótesis planteada validando que si:

La Tangibilidad y la capacidad de respuesta son los factores que influyen en la calidad del servicio de transporte público terrestre como estrategia del desarrollo del turismo sostenible del departamento de Lambayeque.

### **Palabras claves**

Calidad del servicio, transporte público, turismo sostenible, destino turístico

## ABSTRACT

The respective research report is called: The quality of public land transport service and its contribution to the progress of sustainable tourism in the main tourist destinations of the Lambayeque region, "the main objective of this research is framed in" Determine and analyze the factors of service quality of public land transport that contribute to the development of sustainable tourism in the main tourist destinations of the Lambayeque region. "

The methodology used was descriptive, because it specifies the important properties of the public passenger land transport system in the department of Lambayeque. Analytical to use current theories such as Quality in the public transport service and standards of quality and sustainability in tourism to present alternative solutions taking into account concepts and how their variables operate in this way also tested the hypothesis through analytics of the problematic situation exposed and applying the deductive method to the elements that participate in the public transport service in order to have a better clarity of the object of study in order to reach the end pursued.

The analysis and interpretation of the information shows us that the department's public transport service does not present the characteristics of a quality service, which generates the user's dissatisfaction and the inconvenience of using this service by tourists.

Given these results, the hypothesis was verified validating that if:

Tangibility and responsiveness are the factors that influence the quality of terrestrial public transport service as a sustainable tourism development strategy in the department of Lambayeque.

### **Keywords**

Quality of service, public transport, sustainable tourism, tourist destination

# **I. INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Realidad Problemática.**

### **A nivel mundial.**

El turismo a nivel mundial, ha propiciado grandes oportunidades a empresarios, para el desarrollo de operadores turísticos, en cuyo caso, ha sido definitiva la participación de los medios de transporte para lograr colocar productos turísticos en el mercado. Es un sector que ha crecido rápidamente desde los años cincuenta, y según las estimaciones de la organización mundial del turismo (OMT) en el año 2020, el total de llegadas de turistas en el ámbito mundial será de 1561 millones de visitantes frente a los 565 existentes en 1995. Y en relación a los ingresos, de los 2.100 millones de dólares del año 1950 se espera que se ingresen 2 billones de dólares en el año 2020.

Es así, como el sector turismo en estos últimos años se muestra como una importante oportunidad de desarrollo financiero que ha beneficiado a mejorar la vida de los habitantes de las localidades en el que se desarrolla, convirtiéndose en una de los más importantes ingresos de numerosos países en crecimiento.

Por la propia naturaleza del turismo, el transporte es un elemento primordial que ayuda al crecimiento de la actividad turística, este es el medio que hace posible el desplazamiento hacia el destino turístico y también el medio de moverse dentro del propio destino. Si bien es cierto, el incremento del turismo ha sido propiciado por el desarrollo del transporte, la demanda ha venido incrementando este desarrollo y la mejora de la calidad de este servicio. Efectivamente, los nuevos consumidores turísticos, están en general más sensibilizados con la cultura, el medio ambiente y su conservación; valorando los entornos no contaminados y son aún más autosuficiente; capaz de ser el propio intermediario de su actividad con la ayuda de nuevas tecnologías y ya no se conforma con la oferta existente, aventurándose a viajar por propia cuenta, buscando más libertad al conocer el atractivo e interactuar con la comunidad; es allí donde surge la necesidad de buscar y contratar los servicios él mismo.

Es evidente que estamos frente a una etapa que se caracteriza por el surgimiento de nuevas tendencias y de grandes cambios que se manifiestan en el elemento más importante de la actividad: el turista; quien cada día es más exigente, demandando infraestructura y servicios especiales. Por ello, la importancia de contar con los servicios de calidad, con un principio

de sustentabilidad, que no solo puedan satisfacer las necesidades del turista, ofreciéndoles diferentes alternativas y facilitando el acceso a los lugares de interés turístico, sino también mejorando la calidad de vida de la población. Sostenibilidad, es el principio que caracteriza al turismo de hoy en día, un turismo que promueve al gobierno local a promover mejoras en infraestructura tales como saneamiento de agua y desagüe, carreteras y transporte, haciendo que con todos estos elementos pueda crecer el nivel de vida de los pobladores y favorecer el turismo.

Considerando al transporte, como uno de los principales elementos de la infraestructura que impulsa el desarrollo del turismo, y siendo el transporte público la modalidad de transporte más importante para uso de los mismos habitantes y siendo utilizado para el turismo en las principales urbes debido a su calidad y eficiencia, amerita la implementación de este servicio con las medidas necesarias para convertirlo en un verdadero servicio de apoyo a la actividad turística, que goce de gran reputación por su calidad, y, despierte la admiración del visitante más pulcro; fomentándose su uso y en consecuencia un desarrollo sostenible.

El transporte público tiene nuevos desafíos en el mundo. En esta última década se ha hecho progresos significativos en los usuarios, las metrópolis producen mayores y más variadas requerimientos de movilidad, son más frecuentes viajes urbanos y rurales. Además, la economía actual tiende hacia al servicio y favorece a que las personas tengan un abanico de elecciones variado y flexible.

Según lo descrito, el transporte público adoptaría un modelo mucho más manejable y eficiente para complacer los requerimientos de los clientes actuales.

Para que desarrolle de forma adecuada, el transporte público tiene que estar centrado al servicio y mejoramiento de su calidad (fiabilidad, frecuencia, comodidad), imagen y credibilidad. Para se necesita un sin número de elementos y medios y servicios que estén dispuestos a los usuarios para llenar esas necesidades de transporte no solo por trabajo, estudio, sino también por turismo, y que ambas funcionen de forma integral constituyendo un sistema homogéneo, siendo el objetivo final es abastecer y favorecer el uso de transporte público que tiene una definición más compleja que. Para ello, el sistema adoptado tiene que tener ciertas cualidades eficaz, efectivo y eficiente.

En ello radica la vital importancia primordial de fijar la congruencia entre los diferentes actores y elementos que conviven en un sistema de transporte público (los operadores, los titulares y terceras partes). Todos ellos influyen en la calidad y la contribución de cada elemento es necesario para el buen funcionamiento del sistema. Para ello se requiere aplicación de estrategias concretas con la finalidad a mejorar la calidad y la imagen del transporte público y por parte de las autoridades y operadores del transporte público, fomentar formas de asociación fundamentadas en la participación justa y duradera (destinada a satisfacer las demandas de los viajeros y proveer de un sistema integral de transporte que amplíe el concepto tradicional del transporte público), y la colaboración institucional para que diferentes actores coordinen actuaciones de movilidad.

Un elemento importante que sirve en el mejoramiento del sistema de transporte es la disponibilidad de información para el usuario, donde se debería conocer sobre las múltiples posibilidades de transporte, los tiempos de salida y llegada y características físicas de la movilidad, el confort del estacionamiento, a fin de que los clientes (actuales o potenciales) puedan programar sus viajes.

El mantener informados a los clientes de lo que realmente necesitan lugar y de qué modo de transporta pueden condicionar de algún modo la credibilidad del sistema puesta en funcionamiento.

La efectividad y eficacia de un sistema de transporte público se alcanza si todos los clientes (actuales y potenciales) saben (o pueden conocer con facilidad) como funciona por ello la información debe darse de manera fluida e integral tanto exteriormente (en casa, en el lugar del trabajo o en un lugar público), como interiormente (en las paradas, a bordo de los vehículos), utilizando múltiples medios plataformas de internet, publicidad impresa, televisiva etc.

Otro de los elementos de un sistema de transporte público es el confort y la imagen atractiva dependen en gran manera de la accesibilidad externa y de la calidad de los transbordos. Como se trata de un factor muy influyente en la elección del transporte por parte de los clientes, resulta primordial optimizar los estacionamientos tanto para turistas como para que los vehículos puedan pararse sin poner en riesgo la seguridad de los usuarios, y de transbordo

con el objetivo de que sean funcionales y cómodos. Ello requiere una buena programación, así como una buena lectura de la satisfacción y expectativas de los turistas que implique, sobretodo, una íntima relación entre los diferentes encargados del sistema, choferes-ayudantes de transporte y otros que suministran servicios.

Si se cumpliera en los países subdesarrollados con estas premisas descritas anteriormente cabalmente se podría encontrar una buena oportunidad de un polo de desarrollo económico del turismo. Ya que, las ciudades son muy interesantes acogedoras de turismo, se están mostrando como la puerta de entrada y en centro proveedor de todas las provincias que muestran muy buenos recursos paisajísticos, de naturaleza, aventura, cultura y tradiciones y lo más importante, baja concentración, tranquilidad y un turismo sin tugurización.

En tales circunstancias el nuevo turista que ya no quiere las aglomeraciones de las grandes ciudades, pero que sigue valorando los atractivos culturales de la "Gran Ciudad", podrá acceder a nuestras ciudades, maravillarse de nuestra historia y nuestra gente y desde allí desplazarse con toda facilidad y comodidad a los hermosos parajes que posee cada país.

Todo esto involucra disponer de un enfoque de crecimiento a largo plazo y contar con una vasta cultura de protección del medio ambiente, la naturaleza y el patrimonio histórico y cultural; y asimismo si se lograra unificar criterios y adecuar infraestructuras con un estándar internacional, estaremos entonces frente a un sistema de transporte público como base del turismo sustentable o sostenible.

A nivel mundial, La Unión Europea, muestra una gran preocupación por el desarrollo de la movilidad urbana sostenible, tal y como hemos comprobado en el análisis del Libro Verde, habiéndose comprometido a elaborar planes de acción basados en la estrategia de mejora de la movilidad sostenible, considerando una de las prioridades, la actuación sobre el transporte urbano sostenible. Debido a que las competencias en el transporte urbano son de las corporaciones locales, y a que para implantación de medidas que actúen para mejorar la movilidad supone una inversión/coste significativo para las ciudades, la Unión Europea ha desarrollado la iniciativa CIVITAS cuyo objetivo es la promoción de sistemas de transporte urbano sostenibles mediante un apropiado planeamiento, compromiso y apoyo político a las ciudades integrantes de cada proyecto, así como de la financiación de una parte del coste de

las inversiones realizadas bajo ésta iniciativa. Es así como la iniciativa CIVITAS ha desarrollado diferentes proyectos (tres planes hasta la fecha) que involucran a ciudades de características bien diferenciadas.

Un ejemplo muy exitoso lo encontramos en Madrid, El Consorcio Regional de Transportes ha editado, dentro de su serie 2B, el plano “Haciendo Turismo en Transporte Público por la Comunidad de Madrid”. Esta publicación de difusión gratuita recoge de manera muy visual todas las opciones que existen en esta región para hacer turismo de una manera sostenible: usando el transporte público. Ciudades históricas como Aranjuez, Alcalá y San Lorenzo de El Escorial incorporan un plano de su casco histórico, así como la manera de visitarlas utilizando la red de autobuses no interurbanos o de Cercanías Renfe.

También es posible utilizar el transporte público para ir a parajes de elevado interés medioambiental como el Pico Peñalara, o a lugares tan pintorescos como la Vía Verde del Tajuña o el museo ferroviario de La Poveda.

La tirada de este plano ha sido de 30.000 ejemplares en castellano y 10.000 en inglés y su distribución se ha efectuado en los siguientes puntos: Oficinas de Información de Metro de Madrid, Oficinas de Turismo de la Comunidad de Madrid y del Patronato Municipal de Turismo y próximamente en las oficinas de información de los intercambiadores de transportes.

En Lanzarote (isla del archipiélago canario) - España, en aspectos de Transporte y Movilidad de su Plan de Desarrollo Sostenible, se han establecido como objetivos definir y conseguir un sistema integrado de transporte terrestre en Lanzarote, conseguirla con el mínimo consumo de combustibles fósiles, reducir los desplazamientos y eliminar los transportes terrestres innecesarios. Potenciando los transportes públicos y cambiando ‘cantidad’ por ‘calidad’ en el modelo turístico. Esto debido a que en Lanzarote el parque automovilístico es muy abundante, y prevalece el uso del vehículo privado sobre el transporte público. La población local se caracteriza por una alta movilidad, porque media cierta distancia entre las áreas de residencia de los trabajadores y los núcleos turísticos; porque muchos asentamientos, antes rurales, vecinos a zonas turísticas o urbanas, han crecido notablemente; y porque la mayor parte de los servicios generales se concentra en la capital. La red de

carreteras es densa y extensa, y cualquier expansión adicional se considera insostenible. Por ello es preciso, pues, reducir la movilidad y aumentar el uso del transporte público.

Otro ejemplo, Principal ciudad Dinamarquesa, localizada en la isla de Zelandia, Copenhague, distinguida por el orden presente en sus calles. La organización urbana, respecto al tránsito vehicular y a la limpieza despierta la admiración del visitante más pulcro. El sistema de transporte público goza de gran reputación, por su eficacia y limpieza.

Por otro lado tenemos como ejemplo la experiencia que se desarrolla en la ciudad de Ámsterdam, que a través del apoyo de la Oficina de Turismo y Convenciones de la misma ciudad, se cuenta con “La guía del transporte público para el visitante”

El cual contiene el mapa 'Alrededores de Ámsterdam, el cual es muy útil a la hora de buscar información sobre el transporte público de Ámsterdam y alrededores. El mapa indica las atracciones turísticas más importantes de Ámsterdam y alrededores y cómo llegar a ellas en transporte público.

Este mapa muestra la ruta más fácil para llegar a los lugares más emblemáticos en transporte público. En el mapa encontrará las atracciones turísticas más importantes y los museos de Ámsterdam y alrededores, en un contorno de cómo máximo una hora de distancia de la capital. El mapa indica sólo las rutas recomendadas y no incluye todas las líneas de transporte público.

Hong Kong es una ciudad geográficamente compacta y su red de transporte público es una de las más eficientes, seguras, asequibles y frecuentes del mundo. Ya sea en taxi, ferry, tren, autobús o tranvía, podrá desplazarse fácilmente y disfrutar de las magníficas vistas de la ciudad durante el trayecto. Y, para mayor comodidad del pasajero le se hace uso de la tarjeta Octopus, un monedero electrónico con el que se puede pagar en casi todos los medios de transporte público.

En muchas ciudades, el transporte público es una “marca cívica” y una expresión de la cultura local. Piense en Londres con su característico “tube” y sus autobuses de dos pisos. Piense en Zurich y sus excelentes tranvías y autobuses de color azul brillante. ¿Por contraste, qué ciudad querría que la Recordaran por sus atascos de tráfico?

En el Perú, por su multiplicidad cultural y todo cuanto constituye su patrimonio turístico, el transporte terrestre debe significar una importante alternativa para el desarrollo de la actividad turística en el país.

En los últimos años, el flujo de turistas extranjeros al Perú ha aumentado significativamente, estando Estados Unidos y España entre los países con mayor afluencia de turistas. No obstante, el incremento de la afluencia de turistas no se ha correspondido con el mejoramiento de la infraestructura ni la calidad de los servicios que demandan esta actividad.

### **A nivel nacional**

El transporte terrestre es un servicio de vital importancia para el movimiento fácil de turistas nacionales e internacionales. Sin embargo, el Perú posee uno de los peores índices a nivel regional con respecto a infraestructura de transporte terrestre, según el WorldEconomicForum (WEF). Estos son problemas que afectan la imagen del Perú en el exterior. En tal sentido, la restauración de esta imagen, es una tarea ardua y compleja que debe ser asumida por los empresarios del Turismo, con el compromiso de participar de manera operativa y financiera en esta tarea.

Ante todo ello, se tendrá que poner una mayor atención, si queremos hacer de Perú un destino aún más atractivo para el turismo internacional.

Una reciente iniciativa en mejorar el servicio de transporte a nivel nacional, es la exitosa experiencia que se está desarrollando en Lima, que, con el propósito de fomentar el flujo turístico hacia el norte del país, el terminal Fiori y diversas agencias de turismo establecerán alianzas estratégicas para trabajar en la promoción de esos destinos turísticos. Así lo anunció el gerente del Terminal Fiori S.A., Erick Hidalgo, quien señaló que la mayoría del público que va hacia el norte está conformado por empresarios y comerciantes. Sin embargo, en el último año, la afluencia de público que viaja para hacer turismo se incrementó de manera importante, con un 25 por ciento de los boletos, principalmente por la mejora en la calidad de servicio y rápida atención.

Añadió que estas alianzas con agencias buscan ofrecer un servicio integral al usuario, brindando paquetes turísticos económicos que incluyan desde el pasaje de ida y vuelta, hospedaje, alimentación y transporte. Para ofrecer este paquete, necesitamos también establecerán alianzas con algunos terminales del interior del país, debido a que el usuario de Fiori cada vez es más exigente para el año 2009 se invirtió alrededor de medio millón de dólares en infraestructura, y este año se fortalecerá más aún el servicio.

### **A nivel regional.**

En el caso de la región Lambayeque, se cuenta con un enorme potencial de lugares aún sin explotar, bien por desconocimiento, o por ausencia de estrategias que permitan el crecimiento y la explotación de productos turísticos de gran importancia, siendo relevante determinar hasta qué punto el transporte terrestre contribuye en su desarrollo.

Recursos como los nuestros, que poseen gran valor (cultural y natural), no requieren promoción, requieren desarrollo de infraestructura, desarrollo de productos turísticos y en consecuencia imagen de marca. Sin embargo, hoy en día, el servicio de transporte público de la región puede calificarse como deficiente, y, es sin duda uno de los factores que más impacta a los turistas cuando visitan nuestra ciudad, impacto que es desagradable debido a que no contamos con un servicio de transporte adecuado para el desarrollo de esta actividad, que pueda satisfacer las necesidades de nuestros visitantes locales, nacionales e internacionales.

Como es sabido, en la región Lambayeque la mayor proporción del transporte está formado por distintas líneas de camionetas rurales “combis”, microbuses, “coaster” y autos, y en este aspecto la situación resulta ineficiente y limita la competitividad del transporte masivo, reflejado en la calidad del servicio de transporte que se brinda. Las características de la calidad que se brinda en el servicio de transporte público son de total insatisfacción para nuestros habitantes y visitantes. Hoy en día, el transporte en general de la región es percibido como malo, ineficiente, inseguro, etc. Para saberlo sólo hay que hablar con cualquier persona. No hay nadie que no se haya subido a una combi con los asientos flojos, sucios e incómodos o a un camión o microbús conducido a exceso de velocidad, o que se haya quedado varado por varios minutos en alguna calle o en plena carretera. Accidentes, asaltos, abusos, e irresponsabilidad son palabras normalmente relacionadas con el transporte, lo cual

genera que nuestros visitantes se lleven una imagen negativa de nuestra ciudad. Existen muchos factores que contribuyen con la problemática: falta de ciudadanía, corrupción, política, intereses personales, falta de sensibilización y conocimiento con respecto a la atención del cliente y a la actividad turística.

Siendo este servicio de transporte de gran importancia para el desarrollo de la actividad turística, y ante la falta de un servicio de transporte exclusivo para turistas, es necesario mejorar el servicio de transporte público para impulsar su uso en la actividad turística, que este dirigido a brindar un servicio de calidad al visitante, así como al propio poblador y contribuya al desarrollo sostenible de la ciudad ya que muchos de nuestros viajeros ven como medio de traslado este servicio.

Ante este contexto, el servicio de transporte público requiere ser administrado adecuadamente para generar valor al cliente y satisfacer sus necesidades y expectativas, pero el sistema de transporte ante esta situación es indiferente, ya que ni siquiera los propios conductores tienen conocimientos de los recursos importantes dentro de nuestra ciudad y ni de la importancia que tiene la llegada de visitantes para nuestro desarrollo.

La actividad turística en nuestra región está desarrollándose a una gran velocidad, el crecimiento de la riqueza y de los ingresos disponibles registrados en los últimos años, así como el aumento del tiempo disponible, y el creciente interés por los viajes, han incrementado y la demanda de los diferentes servicios turísticos también.

Entre los tipos de turista que visitan la ciudad tenemos: mochileros, ejecutivos, entre otros; el último grupo la mayoría de veces llega contratando paquetes a las Operadoras Turísticas del país, dichos paquetes van dirigidos con guías específicas, regidos a itinerarios preestablecidos; donde difícilmente se tiene acceso a visitar la ciudad por propia cuenta; sin embargo existe otro sector de turistas (mochileros), que cada vez van en aumento, les gusta aventurarse, sentirse libres, ser parte de la “vida común de la comunidad”, recorrer lugares experimentando libremente, deciden conocer por cuenta propia la ciudad y sin contar con asesoramiento alguno, siendo este un grupo cautivo por explotar, el mejorar el transporte público como un servicio de apoyo a la actividad turística es una opción para aquellas personas que desean visitar la ciudad de manera independiente, económica y libre; esto

implicaría generar mayores visitas a la ciudad , proporcionando así el beneficio de un servicio eficaz a los usuarios locales y otra opción a los turistas y visitantes; además de dar apertura al turista, ya que puede conocer la ciudad de una forma natural y espontánea, llenándose de experiencias y anécdotas en su visita a los diferentes atractivos turísticos del departamento.

Es por eso que se cree conveniente evaluar “la calidad del servicio del transporte público terrestre y ver cuál es el aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región”, para dar posibles alternativas de solución a los problemas que se vienen acarreado y de esta forma poder satisfacer las expectativas y exigencias de los turistas, que no solo sea respetuoso con la estructura física del destino, sino que también favorezcan al desarrollo económico, sociocultural y ambiental de la comunidad actual y futuras generaciones, esto ayudara a generar mayor afluencia turística y mejorar su calidad de vida.

## **1.2. Trabajos previos**

En relación a las experiencias que se han desarrollado acerca del transporte turístico terrestre y el desarrollo sostenible, se cita las siguientes investigaciones como parte de un proceso de búsqueda de información.

### **1.2.1.A nivel internacional**

RAMON A (2003) (Responsable de la Línea Tecnológica de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad) Art.: “Cómo Aumentar la Calidad del Servicio de Transporte Público de Viajeros”. Valencia – España: Instituto Tecnológico del Embalaje, Transporte y Logística.

La presente investigación, menciona que la sociedad cambia continuamente, y por lo tanto sus necesidades evolucionan con el tiempo. Esto hace necesario que los servicios de transporte públicos de viajeros se adapten a los cambios que demandan la sociedad, aportando servicios eficaces y cada vez de mayor calidad.

Una de las vías para que la empresa consiga un incremento de la calidad en el nivel de servicio que presta y disponga de un sistema de mejora continua se encuentra en la implementación de una norma que obliga a adaptar periódicamente el servicio de transporte

público de viajeros a las exigencias y necesidades del propio usuario y posteriormente medir su grado de satisfacción.

FUNDACIÓN PLAN ESTRATÉGICO DE MÉRIDA (2003). (Equipo de asesores de la Secretaría Técnica), A. C., “Propuesta de Reestructuración del Sistema de Transporte de Pasajeros para la Ciudad de Mérida”.

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un proyecto integral para modernizar el sistema de transporte de pasajeros en la ciudad, que sea atractivo para todos los habitantes y visitantes de Mérida. Proponiendo para ello un conjunto de estrategias: Realizar las adecuaciones legales necesarias para la modernización del sistema.

Establecer las condiciones administrativas que permitan que el sistema de transporte de la ciudad de Mérida optimice el uso de la infraestructura para prestar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades de los usuarios.

Crear una estructura eficiente de rutas en la cual se complementen distintos medios y tipos de unidades, se aproveche la infraestructura y se optimicen los tiempos de traslado en la ciudad.

Crear condiciones urbanas para optimizar el servicio público de transporte urbano.

Establecer las fórmulas y parámetros para la definición de tarifas y su actualización. crear nuevos sistemas de cobro con transbordos.

Formar, capacitar, entrenar y actualizar a todos los integrantes del sistema.

URDANETA, J (2006). (profesora e investigadora de la Universidad del Zulia). “Políticas Y Calidad De Servicio Del Transporte Público Urbano En El Municipio Maracaibo”. – Venezuela.

El objetivo de esta investigación es identificar la política de transporte urbano del Municipio y su incidencia en la calidad del servicio. La metodología consiste en la revisión documental y entrevistas semi-estructuradas a funcionarios de la Alcaldía del Municipio Maracaibo, transportistas y ciudadanos. Se concluye que las políticas formales y reales del Municipio Maracaibo no están orientadas a mejorar la calidad del servicio de transporte ya que los componentes que integran el sistema y la interrelación entre ellos se encuentra con deficiencias; el cambio de modelo de desarrollo impulsado por el Estado venezolano ha contribuido a que se incorporen acciones sociales sobre acciones económicas, específicamente en las relaciones con

los transportistas; la participación ciudadana en la formación de la política de transporte es escasa a pesar de los mecanismos de participación creados el Estado.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **Calidad del servicio**

En el entorno actual la calidad de servicio se convierte en una de las variables consideradas clave para la competitividad de la empresa. Las empresas tienen claro que si quieren sobrevivir en un mercado tan competitivo como el actual, ofrecer una elevada calidad de servicio se convierte en algo totalmente necesario.

Los productos y servicios ofrecidos por la empresa deben poseer aquellas características que los clientes requieran y valoren, es decir deben cumplir sus expectativas y si es posible, incluso, superarlas. De modo que, la opinión del cliente se convierte en una información sumamente relevante para la empresa. No basta que la empresa esté convencida de que ofrece un servicio de calidad, sino que debe ser el propio cliente el que realmente lo perciba así; convirtiéndose por tanto el tema de la calidad de los servicios en un tema altamente complejo y subjetivo.

Si bien es cierto que ofrecer una elevada calidad de servicio no es sinónimo de éxito, aquellas empresas que lo logren habrán dado un paso en firme hacia su consecución. Ya que la calidad va a tener implicaciones muy positivas para la empresa y sus resultados a largo plazo. (Setó, 2004, pág. 14).

Muchas de las definiciones que se manejan en la actualidad giran en torno a la idea de que la calidad de servicio percibida por el cliente es un juicio global de lo consumido; relativo a la superioridad del servicio que resulta de la comparación realizada por los clientes entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadoras del servicio). Esto implica que en el momento de la prestación del servicio o momento del encuentro entre comprador y vendedor, pueden darse básicamente tres situaciones: si la prestación supera las expectativas del consumidor el servicio será considerado como excelente; si sólo las iguala será visto como bueno o adecuado; y si no llega a cubrirlas, entonces el servicio será catalogado como malo, pobre o

deficiente. Parece, por tanto, que la clave para ofrecer un servicio excelente, o al menos bueno, está en la comprensión y respuesta a las expectativas de los clientes (Valdez & Agustín, 2008, pág. 159).

### **Factores y dimensiones en la valoración del servicio.**

Existe un elevado grado de consenso en la relación de la multidimensionalidad de la calidad del servicio. Ello significa que cuando los clientes evalúan la calidad de un servicio no tienen en cuenta un único factor o criterio sino varios.

Para (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) en las investigaciones que llevaron a cabo, además de formular un modelo conceptual de la calidad de servicio, trataron de dar respuesta a esa pregunta. Para conseguir tal propósito, los autores realizaron un primer estudio exploratorio aplicado a cuatro tipos de servicios (banca, tarjeta de crédito, agentes de seguro y servicios técnicos), que les permitió identificar diez elementos determinantes de la calidad de servicio independientemente del tipo de servicio considerado. Estos elementos o dimensiones fueron los siguientes.

- a) **Elementos tangibles:** apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Esta dimensión incluirá, por ejemplo, el aspecto personal de contacto con el cliente, la decoración del local, la presentación de folletos...
- b) **Fiabilidad:** habilidad para presar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable. Es decir que el servicio se preste bien desde el principio y que la empresa cumpla las promesas que haga.
- c) **Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un servicio rápido.
- d) **Profesionalidad:** que los empleados dispongan de las habilidades y conocimientos para la prestación del servicio. Es decir, que el proveedor del servicio sea un profesional de su ámbito.
- e) **Cortesía:** atención consideración, respeto y amabilidad con los clientes por parte del personal de contacto.
- f) **Credibilidad:** veracidad, creencia y honestidad sobre el servicio que se ofrece.

- g) **Seguridad:** que los clientes estén tranquilos y no perciban peligros o riesgos en su relación con el proveedor del servicio. Aquí se incluirá por ejemplo, la confidencialidad de los datos de los clientes.
- h) **Accesibilidad:** facilidad para contactar y acceder a la empresa, aquí se incluirían aspectos como si el proveedor del servicio dispone de unos horarios adecuados para el cliente, aparcamiento o incluso si se facilita el poder de tratar con la persona de más responsabilidad de la organización.
- i) **Comunicaciones:** el proveedor del servicio mantiene a los clientes informados y además está dispuesto a escucharles. En esta dimensión se incluirá, por ejemplo, algo tan importante como la gestión de las reclamaciones quejas o sugerencias de los clientes.
- j) **Comprensión del cliente:** esforzarse por conocer a los clientes y comprender sus necesidades.

Según (Setó, 2004) y como resultado de las investigaciones de (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) consideraron más adecuados resumir esos diez iniciales en cinco, ya que se encontró una elevada correlación y similitud entre algunos de ellos. Concretamente la profesionalidad, cortesía, credibilidad y seguridad se agruparon en una sola dimensión que se resumió como seguridad. Por otra parte la accesibilidad, comunicación y comprensión del cliente se agruparon en la dimensión denominada empatía. De modo que las dimensiones o elementos resultantes fueron los cinco siguientes.

- a) **Tangibilidad:** apariencia de las físicas, equipos, personal y materiales de comunicación.
- b) **Fiabilidad:** habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable.
- c) **Capacidad de respuesta:** disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los clientes y ofrecerles un producto rápido.
- d) **Seguridad:** conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza en el cliente.
- e) **Empatía:** atención individualizada que el proveedor del servicio ofrece a los clientes.

Existe un elevado consenso en relación a la multidimensionalidad de la variable “calidad de servicio”. Aunque también es cierto que ese consenso ya no es tan generalizado en el

momento de concretar exactamente cuáles son las dimensiones que la definen. A pesar de que las cinco dimensiones propuestas por Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988, 1991): Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; han tenido mucha aceptación a lo largo del tiempo.

### **2.2.1 Sistema de transporte pública terrestre (STPT)**

El sistema de transporte público terrestre junto con el Logístico, forma el Sistema Transporte Terrestre que, a su vez es parte del gran Sistema Transportes que involucra el aéreo, marítimo y fluvial.

El STPT está conformado por la administración pública, rutas, carreteras, unidades, la organización empresarial, tecnología, medio ambiente y por supuesto el usuario. La Administración Pública, para este estudio, cuenta con el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC), la Municipalidad Provincial de Chiclayo (MPCH), la Dirección Regional de Transportes y Comunicaciones (DRTC) y la Policía Nacional (PNP). El MTC, cuenta con el Viceministro de Transportes (VMT) que se encarga de conducir, ejecutar y supervisar la aplicación de las políticas de transporte.

Recientemente ha adquirido el Sistema de Apoyo a la Toma de Decisiones (SAD-VMT), que es una herramienta que facilita el acceso a la información oportuna a través del BalancedScorecard – BSC. La presencia del SAD-VMT significa que el MTC ha comprendido, la necesidad de contar con información para monitorear los procesos críticos que le permita tomar decisiones y con ello lograr los objetivos del Sector; debido tal vez, a que en el año 2007 se llevó a cabo en Tarapoto, el Taller sobre Indicadores de Desempeño del Transporte, llegándose a la conclusión de que los escasos datos que sobre este Sector existen, no permiten elaborar indicadores que aseguren una mejor planificación y monitoreo de sus intervenciones en el sistema. Analizando los 16 formatos de registro de datos del SAD-VMT se puede determinar que sirve, principalmente, para evaluar la infraestructura vial, tráfico de peajes, concesiones y ejecución presupuestal, dejando aún, un gran vacío sobre la problemática de la oferta y demanda del transporte.

La MPCH es la institución representativa del Gobierno provincial de Chiclayo, tiene personería de derecho público, con las atribuciones, competencias, funciones y fines que la ley le confiere, dentro de las cuales está representar al vecindario, promover la adecuada prestación de los servicios públicos y planificar participativa y concertadamente con la sociedad civil, el desarrollo integral, sostenible y armónico de su circunscripción. Cuenta con Gerencia de Tránsito y Transportes para desarrollar y regular actividades y/o servicios en materia de transporte colectivo, circulación y tránsito; está conformada por Sub Gerencia de Transportes y Sub Gerencia de Tránsito con tan extraordinarias atribuciones y funciones, que de realizarse, se contaría con un excelente sistema de transporte y con un drenaje de datos producto de la gestión que permitiría evaluar la calidad de la oferta del sector transporte y el grado de satisfacción de la demanda.

La DRTCes parte de la estructura orgánica de la Gerencia Regional de Infraestructura del Gobierno Regional de Lambayeque, pero que depende técnica y normativamente del MTC. En materia de Transporte, supervisa las actividades de infraestructura de transporte vial de alcance regional autorizar y controla la prestación de servicios de transporte interprovincial en su ámbito en coordinación con las Municipalidades; para ello cuenta con la Dirección de Circulación Terrestre. En realidad, lo que más se le observa realizar es, controlar el proceso de otorgamiento de licencias de Conducir, de acuerdo a la normatividad del MTC.

Las Rutas son determinadas por la Municipalidad en el nivel urbano y por la DRTC en el nivel interprovincial, mediante el otorgamiento o renovación de Concesión de Rutas para Transporte de Pasajeros. Según García Santamaría Ruta es un trayecto habitual para ir de un sitio a otro. Desde el punto de vista de infraestructura, Ruta es un camino, generalmente asfaltado, por donde circulan en ambos sentidos, vehículos de distinto porte, automóviles, camiones, motocicletas, etc. Desde el transporte de personas, es sinónimo de línea, que a través de un camino habitual traslada las personas desde un punto Origen a un punto Destino. Cualquiera sea el sentido, el objetivo para realizar un diseño de ruta, es, alcanzar el correcto nivel de servicio, al menor coste posible.

En Chiclayo, las rutas interprovinciales realizan transporte nacional, se clasifican en:

Ruta Corta y Ruta Larga. La primera cubre distancia y tiempo menores (2 a 3 horas), sus salidas se dan con mayor frecuencia (cada 1 hora o ½ hora) y tienen características de interurbano. Los servicios de Ruta Larga son aquellos que cubren distancia y tiempo mayor (5 a más horas) y sus salidas se dan con horario fijo. Las rutas establecidas son:

Ruta Norte: con un total de 34 salidas diarias que corresponden a Piura (Ruta Corta) y otros departamentos como son: Tumbes (Ruta Larga). Ruta Nor-Oriente: con un total 32 salidas diarias, a Jaén, Bagua, Moyabamba, Tarapoto, Juanjuí, Iquitos, entre otros (Ruta Larga). Ruta Sur: con un total de 73 salidas diarias, que corresponden a Trujillo (Ruta Corta) y otras se orientan hacia Lima, Cajamarca (Ruta Larga).

Las rutas urbanas están conformadas por las principales vías de la ciudad que hacen posible la canalización de los flujos de transporte urbano, entre las que se encuentran las avenidas A. B. Leguía, Haya de la Torre, Los Incas, Miguel Grau, Salaverry, etc. La escasa pavimentación propicia baja accesibilidad en áreas periféricas urbanas.

Las Carreteras de Chiclayo; según PNUDse componen de 295.8 Km (40.5%) de vía asfaltada, 27.4 Km (3.7%) de vía afirmada, 75.5 (10.3%) de vía sin afirmar y 332.2 Km (45.5%) de trocha, haciendo una extensión total de 730.9 Km., lo que significa un alto grado desgaste de las unidades vehiculares. Según el Plan de Turismo de la Municipalidad de Chiclayo la carretera Panamericana Norte, completamente asfaltada, se desarrolla paralelo al litoral costero con una longitud total de 173.354Km, interconectando a Chiclayo con las Regiones de Piura, La Libertad y el resto del país.

La Organización Empresarial se refiere a 69 empresas individuales o asociadas que realizan 139 salidas diarias, a través de terminales terrestres formales e informales que ofrecen el servicio interprovincial de pasajeros. Cabe señalar que la informalidad es ocasionada por la desregulación en la materia, por los altos costos que significa la operatividad y por la sobreoferta existente, ofreciendo mala atención al usuario y daño al medio ambiente, al recoger pasajeros en la pista, no respetar las rutas preestablecidas, usar vehículos desaseados, sin mantenimiento previo, emitiendo gases contaminantes.

Las características de las empresas, según categoría por número de salidas diarias son: 39 empresas pequeñas (< a 3 salidas), 28 empresas medianas (de 3 a 6 salidas) y 02 empresas grandes (> de 6 salidas).

De las Unidades de Transporte, el autobús es el medio más utilizado para el traslado interprovincial, se clasifica en Primera Clase, Segunda Clase y el Bus – camión. Los primeros transitan sólo por carreteras principales, son nuevos, más confortables y se encuentran equipados con televisión, aire acondicionado y servicios. Para el transporte urbano existen Mototaxis, Combis, Ticos. El año 2000, Chiclayo presentaba 36 concesionarios de Microbuses, 93 de Combis, 2979 ticos registrados, de los cuales, aproximadamente 4,600 eran informales, y aproximadamente 8,000 mototaxis. En la actualidad este número de vehículos se ha incrementado notablemente, generando problemas técnicos, sociales y ambientales. Si a ello se añade el crecimiento exagerado del parque automotor para uso privado, debido a la importación masiva de vehículos nuevos y usados, se tiene cómo resultado congestiones en varios puntos de la ciudad, principalmente en las vías de acceso y en la zona del mercado Modelo, donde confluye la mayoría de taxis.

La congestión vehicular tiene varios efectos problemáticos para la calidad de vida humana, ya que, además de la pérdida de tiempo, la contaminación del aire incrementa el riesgo para la salud de los comerciantes que trabajan en la zona como y de los usuarios en general; al respecto no existe ningún mecanismo de protección, aunque todos los concesionarios están obligados a proteger a los usuarios por los daños sufran, desde que aborda hasta que desciende del vehículo, a través de una Póliza de Seguro. De otro lado, se cuenta con el Plan Tolerancia Cero. El Plan cuenta con un sólo indicador “Intervenciones de control”, el mismo que no es suficiente para medir el proceso, el resultado y el impacto de la actividad.

El usuario del transporte es toda la población de Chiclayo y de otras regiones que por motivos de comercio, trabajo, turismo o estudio viajan continuamente a Chiclayo. Es el principal receptor de las deficiencias del sistema. El usuario constituye la demanda y es quien muchas veces permite la informalidad. Y es que las políticas de transporte se dirigen sólo a la oferta, es decir a los transportistas, descuidando la orientación,

promoción, y hasta educación, que en materia vial, debe ofrecer a la población, en general. Además, tampoco existen indicadores de la demanda que permitan evaluarla y cambiar sus actitudes en torno al uso del servicio de transporte de pasajeros, sea interprovincial o urbano.

### **2.2.2 Estándares de calidad para el transporte público.**

El transporte público tiene asociados algunos factores cualitativos positivos respecto al vehículo privado que por un lado deberían ayudarle a conseguir recursos (inversión y prioridad mediante políticas de movilidad sostenible) y que por el otro deberían ser una parte importante de la motivación de las personas cuando lo utilizan. Estos factores son la cohesión social y territorial, la seguridad, la eficiencia económica (individual y colectiva) y el impacto ambiental.

La forma de entender y de incorporar la calidad en la gestión empresarial va evolucionando con el tiempo. Las experiencias, conocimientos y necesidades actuales han permitido desarrollar nuevos modelos. Los modelos son esquemas teóricos que nos facilitan la comprensión y el estudio del comportamiento de la realidad.

#### **Norma 9001:2001.**

Modelo de la “Gestión de la calidad”, que introduce la necesidad de que cada empresa defina su Política de calidad, la implicación de la Dirección, la planificación, la mejora continua, la medida de la satisfacción del cliente dicen cómo gestionar la calidad pero no cómo definirla. Los resultados de su aplicación en servicios han sido desiguales.

#### **Norma UNE-EN 13816.**

La Norma UNE-EN 13816 establece el “marco común” para definir la calidad del servicio de transporte público de viajeros y contempla dos puntos de vista: por una parte el punto de vista de la Administración (titular del servicio) y de los operadores (prestadores del servicio) y, por otra, el punto de vista de los clientes (actuales y potenciales).

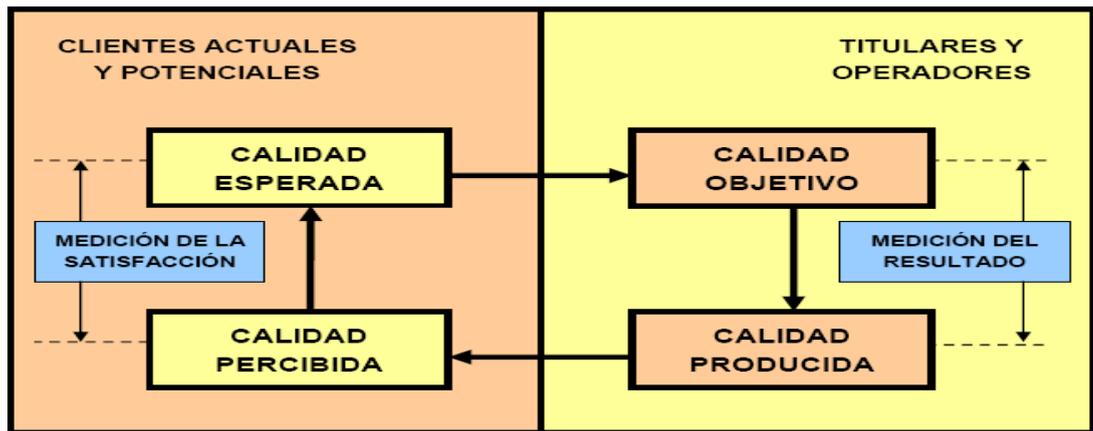


Figura 4.1: El Ciclo de la calidad según la norma UNE-EN 13816

La norma UNE-EN 13816 pretende caracterizar al máximo la calidad de un servicio de transporte público (independientemente del componente analizado) y por ello se definen ocho ámbitos. Estos ámbitos pueden ir subdividiéndose a medida que se profundiza en el análisis o a medida que aumenta la complejidad del sistema de transporte público. Por ello se definen distintos niveles, asociándose un nivel creciente a medida que aumenta el tamaño y la complejidad de las empresas del sistema.

Por lo tanto, esta norma marca cómo ha de construirse la definición de calidad del servicio. Dicha definición ha de tener en cuenta que existen unas características (prerrequisitos o atributos) comúnmente esperadas y consideradas implícitas que, por tanto, sólo admiten cumplimiento total (pequeños incumplimientos producen gran insatisfacción en los usuarios).

Los clientes se sienten satisfechos con el servicio cuando su percepción del mismo coincide con sus expectativas. Para conseguirlo, además de la calidad de servicio producida, influyen factores personales (necesidades, motivaciones, actitudes y experiencia previa) y factores de situación (evidencias de servicio y factores que condicionan y/o orientan las percepciones y/o las expectativas).

### **2.2.3 Turismo Sostenible**

**Concepto:** Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es “aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida”.

### **2.2.4 Modelo de turismo sostenible**

Una de las formas de turismo alternativo que mayor expectativa ha generado es el denominado ecoturismo. En su definición original, sería una forma de turismo sostenible, ya que si bien hace especial insistencia en el tema medioambiental, no olvida el factor socioeconómico. Así, para la ONG EcotourismSociety, se trata de un turismo en zonas naturales que contribuye a la protección del medio ambiente y deja beneficios para la población local. El éxito del término ecoturismo, y tal vez como consecuencia de que parece hacer mayor hincapié en la sostenibilidad de tipo medioambiental que en otros, ha fomentado que operadores turísticos lo utilicen para definir formas de turismo de naturaleza poco o nada sostenibles.

En conclusión, no parece que haya un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto. En cambio, sí hay modelos de desarrollo turístico que, sean cuales sean las características sociales, económicas y medioambientales de la zona de destino, siempre son insostenibles:

Vg.:el turismo masificado, el denominado turismo sexual, otros a pequeña escala controlados por agentes foráneos, etc.

Ante esta situación, el turismo responsable no aparece como un tipo o modelo de turismo específico, sino como un movimiento:

- Que busca establecer modelos de desarrollo turístico sostenibles y específicos para cada zona de destino, para lo que se han de tener en cuenta sus variables sociales, económicas y medioambientales.
- que denuncia los impactos negativos que el turismo conlleva o puede conllevar en las sociedades anfitrionas, así como la imagen distorsionada que los visitantes pueden hacerse de la realidad que han ido a conocer.
- Que valora y reclama la responsabilidad de turistas, tour-operadores, anfitriones e instituciones públicas a la hora de favorecer modelos turísticos sostenibles.

El problema no consiste, solamente, en considerar que el turismo pueda ser un motor de desarrollo al que hay que ponerle algunos mecanismos correctores ante los riesgos que entraña, sino que la responsabilidad en el ejercicio de la actividad es fundamental.

### **2.2.5 Principios básicos de turismo sostenible**

Toda actividad turística que realmente pretenda definirse como sostenible debe considerar los siguientes aspectos:

- Económicos
- Ambiental
- Socio-cultural.

Según algunos investigadores, los pilares que sostienen esta actividad son el entorno (natural, histórico, artístico, social...) y el factor humano, ambos interdependientes. La explotación turística está provocando la destrucción del hábitat de patrimonio social, económico, natural y cultural. Por ello, se trabaja en este sentido a nivel mundial, con el fin de encontrar un equilibrio entre la explotación turística, el factor humano y nuestro entorno. Para alcanzar todo esto, es necesario tener en cuenta por una parte, los derechos que nos definen como personas y por otra las obligaciones que tenemos como habitantes de la Tierra.

#### **2.2.5.1 Aspecto Económico**

Este eje es de gran importancia para la sostenibilidad de la empresa, puesto que no basta con tener los recursos; es indispensable desarrollar esquemas de gestión que permitan alcanzar los objetivos de sostenibilidad que se definan, ya que únicamente las organizaciones que implementan prácticas adecuadas de administración, aseguran el éxito de sus objetivos.

El eje económico presenta las áreas mínimas que son precisas de desarrollar en la organización para lograr un desempeño eficiente: Política de Sostenibilidad, Sistema de Gestión de Calidad, Programa de Administración y Desarrollo de Recursos Humanos, Gestión Económico- Financiera, Programa de Seguridad Industrial y finalmente la Comunicación, Mercadeo y Publicidad.

En principio, contar con una Visión, Misión y Valores Empresariales (Política de Sostenibilidad) claros y bien definidos será el primer paso para alcanzar la sostenibilidad, pues desde esta la fase de planificación debe insertarse el concepto y el anhelo de operar

sosteniblemente en todos los ámbitos de la empresa. La sostenibilidad de la organización requiere el establecimiento de procesos y procedimientos que aseguren la calidad y consistencia de los servicios, como un eje transversal a la gestión sostenible.

Programa de Administración y Desarrollo de los Recursos Humanos, considera elementos que van desde la inducción de los trabajadores, hasta la generación de competencias adecuadas que puedan responder a criterios de sostenibilidad, efectividad y eficiencia.

Para presentar la gestión económico-financiera de la organización, se detallan los principales lineamientos que deben existir obligatoriamente, como lo son: el desarrollo de presupuestos, flujos de caja y análisis y proyecciones financieras a corto, mediano y largo plazo. Esto le permitirá a la empresa cuantificar sus beneficios y la eficiencia de aplicar buenas prácticas para la sostenibilidad de su operación.

La prevención de riesgos, accidentes, enfermedades, y las consecuencias positivas que se logran al implementar un programa de este tipo con características y elementos de sostenibilidad, que está dirigido a la planta física, clientes, trabajadores y a la comunidad en general; incluidos en el Programa de Seguridad Industrial.

Finalmente, los temas concernientes con mercadeo, publicidad y comunicación empresarial permitirán determinar las acciones básicas que se requieren para que los productos y servicios de la organización sean conocidos y percibidos por sus clientes, de la manera adecuada.

Todas las acciones que estén a favor del mejor servicio y de la responsabilidad operativa a través de un sistema de gestión sostenible, son herramientas de promoción que si son aprovechadas por las empresas en forma eficaz, lograrán mejorar su acceso a mercados altamente interesados en este tipo de operaciones, servicios y/o productos responsables.

La empresa es un miembro de la comunidad y como tal, es parte de su cultura, puesto que al lado de los habitantes locales comparte un conjunto de rasgos distintivos, espirituales, materiales, intelectuales y afectivos.

La comunidad y la empresa desarrollan lazos que deben encaminarse al desarrollo común. Ambas están en la obligación de rescatar y preservar las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias, ya que son aspectos que crearán un valor agregado a su oferta turística.

Por ejemplo: si los colaboradores de un hotel les enseñan a sus clientes algunas frases de uso común (como: “buenos días”, “gracias”, “buenas noches”, “por favor”) en el idioma nativo, ayudarán a propiciar un ambiente relajado y su cliente se aproximará a la comunidad.

Los aspectos socio-culturales de una política de sostenibilidad deberían incluir los siguientes principios:

- a) La empresa turística contribuye al desarrollo local de su comunidad.
- b) La operación turística respalda el respeto hacia las culturas y las poblaciones locales.
- c) La empresa y la comunidad deben emprender acciones que favorezcan el rescate y la protección del patrimonio histórico-cultural.
- d) La empresa y la comunidad proponen actividades culturales, que son parte del producto turístico.

#### **2.2.5.2 Aspecto Ambiental**

En muchos países que se encuentran en vías de desarrollo, el turismo puede ser más lucrativo que las industrias agrícolas, ganaderas, textiles o de otro tipo. Sin embargo, si la industria turística no se regula adecuadamente puede generar un impacto negativo en la cultura local y en el ambiente natural. Día a día se observan casos que ilustran esta situación, por ejemplo, la construcción extensiva de hoteles daña la vegetación de un sitio y le resta atractivo al paisaje. Los turistas producen toneladas de desechos plásticos cerca de las playas y el comportamiento y la reproducción de los organismos silvestres se alteran, entre otros. La naturaleza tiene sus límites y cuando se llegan a deteriorar las atracciones de un sitio por su uso inadecuado, el destino turístico decae.

La creciente conciencia ambiental y social en los viajeros de hoy se debe considerar en los planes de acción de los empresarios turísticos; por ende, éstos deben adoptar prácticas amigables con el ambiente.

La presente sección de la guía de buenas prácticas ha sido elaborada para las empresas turísticas, con el fin de promover una relación sostenible entre recursos naturales, ambiente y turismo, y aunque está dirigida principalmente a empresas, también funciona como instrumento para seleccionar proveedores o socios turísticos con base en los criterios de sostenibilidad. Asimismo, es una herramienta para quienes buscan obtener la certificación turística para garantizarles a los viajeros que su empresa implementa buenas prácticas ambientales y sociales.

Cada tema explica la importancia de llevar a cabo buenas prácticas en cada una de las áreas operativas de la empresa, así como recomendaciones para implementarlas. Además, se citan ejemplos de empresas que han obtenido grandes beneficios gracias a sus buenas prácticas. Finalmente, se incluyen enlaces a fuentes adicionales de información actual.

Las buenas prácticas para el turismo sostenible forjan destinos turísticos responsables, puesto que minimizan su impacto negativo en el ambiente.

Su contribución a la conservación de la biodiversidad y al bienestar de las comunidades locales es una muestra que ejemplifica que el turismo y desarrollo sostenible pueden ir de la mano.

### **2.2.5.3 Socio cultural**

La empresa turística convive con la belleza natural que la rodea y además, con una cultura local. Este ambiente social es de gran importancia para el éxito e imagen de la operación.

Imagínese qué buena impresión podría causarle al turista si se trabajase para tener excelentes relaciones con los vecinos. Las empresas de éxito, que son reconocidas y recomendadas, son aquellas que trabajan con y para las comunidades donde se encuentran. Recuerde que la comunidad con su cultura será una influencia permanente en lo que usted le brinda al turista.

La comunidad es un gran referente de mercado. Muchas empresas tienen claro que una comunidad que convive con la empresa es otro agente de venta de sus servicios. La operación turística convive con un entorno social, es decir, con un grupo de personas que comparten objetivos de desarrollo, por lo cual, la relación entre el actor turístico y su entorno socio-

cultural debe convertirse en una base sólida para cumplir con la responsabilidad social y a su vez, aportar para el desarrollo de este entorno, en beneficio mutuo de las partes. Una operación turística, que un valor agregado que será percibido por su cliente.

Los actores locales deben trabajar en el ambiente cultural de forma mancomunada (en este caso, se hace referencia a la empresa turística y a los habitantes de la localidad donde se asienta). Ambos grupos deben trabajar para la conservación y sostenibilidad de los aspectos culturales.

Fomente un atractivo que favorezca la motivación de los visitantes a determinado lugar. Deben trabajar decididamente para rescatar y preservar las costumbres, conocimientos, leyes, protocolos y etiquetas locales, vestimentas, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Es necesario que la empresa y la comunidad se unan para lograr el desarrollo del hombre y de su entorno cultural.

El turismo, cada vez más frecuentemente, busca fortalecer comunidades y negocios para que unidos trabajen en revitalizar la economía local. El término “economía local” se entiende no solamente como los ingresos generados, sino también como la mejora de los indicadores de calidad de vida que comparten estos actores de desarrollo. La empresa turística está destinada a brindarle ayuda a aquellas localidades donde se observe una declinación en su ambiente socio-cultural, por medio del rescate y la revalorización de sus elementos.

Últimamente, los turistas demuestran un gran interés por conocer y beneficiar lugares en los cuales se observen actividades destinadas a la preservación de la cultura local. No obstante, se documentan casos como en las Cataratas del Niágara, donde la comunidad manifestó sentir que el lugar ya no les pertenece. Este aspecto incidió negativamente en el desarrollo de la empresa turística en la zona. El ideal que se pretende es que la comunidad sienta la operación turística en su dimensión como un actor activo en el rescate de su cultura.

Por ello, es indispensable mantener un ambiente socio-cultural sano y fuerte, donde las comunidades locales sientan que tienen participación en el planeamiento e implementación de las estrategias de desarrollo turístico. Muchas veces la empresa no tiene suficiente información para llevar a cabo esta meta, pero lo importante es crear y desarrollar un

ambiente que promueva buenas prácticas que favorezcan la preservación del área y, por lo tanto, atraigan turistas interesados en los temas culturales.

### **2.2.6 Transporte público y turismo sostenible**

La clave de la relación que se produce entre los conceptos de turismo y transporte son los desplazamientos, ya que el turismo surge a partir de un desplazamiento voluntario y temporal de un individuo o un grupo de personas, fuera del lugar de residencia habitual. Aquellas personas que se desplazan persiguen esencialmente fines recreativos, de descanso, cultura o salud, y crean una red de relaciones que fomentan el desarrollo económico y cultural que beneficia al destino, contribuyendo a su desarrollo.

La finalidad de los servicios de transporte, sea de tipo público o privado, ligados al turismo, es brindar desplazamientos confortables, económicos, seguros y rápidos, entre otros.

Estado apoya con el desarrollo de infraestructura, sistemas y marcos regulatorios. A lo anterior, se suman los avances que proveen la ciencia y la tecnología, aspectos que Perú ha aprovechado dada su condición de país abierto a los mercados mundiales y el fomento a la innovación desde el mercado nacional. Todo esto, ha permitido contar con servicios de transporte que poseen flotas de baja antigüedad y, en general, servicios de información y comunicaciones que utilizan los desarrollos disponibles.

Toda actividad turística está, de un modo u otro, relacionada con medios de transporte, pues según la OMT “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a los de su entorno habitual, por un periodo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros motivos” (2001).

En este contexto, todo turista generalmente utiliza algún medio de transporte para acceder al destino que desea visitar. Para responder a esas necesidades, Perú cuenta con diversos tipos de servicios de transporte que facilitan los traslados del turista, facilitando con ello, su llegada hacia diversos destinos.

A continuación, se detallan estos últimos agrupados según categoría (Terrestre- Acuático- Aéreo), los cuales se encuentran ligados al turismo.

Estos medios de transporte son utilizados con distinta intensidad por los turistas nacionales e internacionales que visitan las diversas zonas del país. En este sentido, un punto de partida es conocer las cifras de ingreso de turistas relacionados con el turismo receptivo, el cual es entendido como el que se produce dentro de un país, cuando llegan a él visitantes residentes de otras naciones. El turismo emisor se refiere a todos aquellos viajes que realicen los habitantes de un territorio hacia otros lugares: del mismo país o fuera de él.

### 2.2.6.1 Transporte público y los principios básicos del turismo sostenible

- **Transporte público y el aspecto económico**

El aspecto económico es uno de los tres ámbitos que aborda la sustentabilidad, y en particular, vela porque el turismo genere beneficios económicos perdurables en el tiempo, que sean accesibles a todos los actores involucrados y distribuidos equitativamente, con especial énfasis en las comunidades locales que son parte de los destinos turísticos.

Para que la actividad turística sea sustentable, debe ser viable en el tiempo y garantizar estabilidad a sus trabajadores, residentes locales y usuarios.

Los negocios de transporte ligados al turismo son fundamentales para que la comunidad local obtenga beneficios directos o indirectos del desarrollo del turismo.

**La viabilidad económica** con visión de mediano y largo plazo, es un elemento clave para asegurar la sustentabilidad de los transporte, aprovechar al máximo el potencial y la competitividad de los destinos turísticos, e internalizar los costos de mitigación de impactos ambientales y socio-culturales preferentemente, producto de su operación.

Las empresas que prestan servicios de transporte ligado al turismo, para garantizar su viabilidad económica deben, en primer lugar, dar cabida a la realización de estudios previos que permitan obtener información concreta del territorio sobre el cual se basarán las decisiones que configurarán la estrategia del negocio. Para ello deben considerar:

- **Oferta y competencia:** ¿Quién ofrece servicios similares en el territorio de operaciones y de qué forma?

- **Demanda:** ¿Quiénes son los potenciales clientes que accederán al uso del servicio de transportes? En este sentido, la identificación de necesidades e incidencia en las mismas es clave para garantizar la exclusividad del servicio.
- **Entorno:** Dar una exhaustiva revisión a la legislación y normativa vigente asociada al transporte y turismo, la economía del área, cultura, infraestructura y medioambiente.
- **Capacidades y medios disponibles:** Análisis del perfil del personal y sus capacidades, servicios generales, instituciones aliadas, entre otras.

**Prosperidad local.** Es un criterio que busca garantizar que el turismo esté bien integrado en la economía local y que se desarrolle de manera integral con los otros servicios característicos de un destino turístico.

Un turista no sólo interactúa con la empresa, sino que también con los servicios complementarios vinculados a su viaje, tales como, el supermercado local, los centros de artesanía, restaurantes, alojamientos, las casas de cambio, entre otros.

La valoración de los prestadores de servicios locales hacia las empresas que brindan servicios de transporte, se produce a partir del crecimiento económico que éstos aporten al territorio donde operan y de los beneficios que ellos perciban de dicho crecimiento. Aquellos negocios de transporte que enriquecen el perfil íntegro de los orígenes y destinos turísticos, contribuyen a la prosperidad local del destino turístico donde operan.

Existen dos aspectos clave por medio de los cuales los servicios de transporte pueden contribuir a la prosperidad local de un destino turístico: a) Generación de empleos y b) Trato preferencial a los residentes.

**Empleo de calidad.** El empleo de calidad se produce cuando confluyen un conjunto de condiciones laborales sobre el trabajador que implican libertad, equidad, seguridad y dignidad, en la que los derechos son respetados, con remuneración adecuada y protección social.

El empleo es con certeza una de las dimensiones más importantes de la vida, pues no solo representa el principal medio para la generación de ingresos, sino que además ocupa la mayor proporción del tiempo en la vida y sobre todo dignifica y ofrece una oportunidad de desarrollo profesional. Los servicios de transporte asociados al sector turístico producen un gran número de puestos de trabajo. En este sentido, es tarea de los empleadores sentar las condiciones que aseguren el empleo de calidad hacia sus trabajadores.

Una baja en la calidad del empleo afecta la productividad en el corto plazo, impactando negativamente en la rentabilidad del negocio y arriesgando la sostenibilidad del crecimiento en el mediano plazo.

Todo aquel empleador de servicios de transporte que considere la implementación de buenas prácticas laborales, que garanticen un empleo de calidad.

Cabe mencionar además, que la calidad del empleo es un concepto relativo y multidimensional. Cuando se habla de calidad en un puesto de trabajo, se hace referencia tanto a aspectos monetarios, como no monetarios. Aquellos operadores de transporte que integren a las comunidades en su planificación y operación, a través de una sólida base de empleos, contribuyen al desarrollo turístico sustentable del destino.

**Calidad y satisfacción del cliente.** La calidad y satisfacción del visitante se refiere a las condiciones funcionales y operativas que permiten disfrutar de una experiencia segura, satisfactoria y completa durante el viaje del visitante hacia el destino turístico escogido.

El principio básico que garantiza el funcionamiento de un negocio que brinda servicios de transporte vinculado al turismo se centra en los clientes. Dicho servicio debe configurarse a la medida de los usuarios, de forma que se ajuste y dé cumplimiento a sus necesidades y expectativas, ya sea de forma individual o colectiva. De esta manera se da paso a la calificación y valoración del servicio. Para brindar un servicio de calidad, las empresas de transporte deben elaborar estrategias para conocer al cliente y construir un perfil completo de sus necesidades a través de diferentes medios e instrumentos que pueden requerir de una inversión económica.

La adopción de medidas evaluativas que busquen mejorar la experiencia vivida por los visitantes antes, durante y después de la entrega del servicio, está ligada a la búsqueda de satisfacción del visitante.

**Política de abastecimiento.** La política de abastecimiento se refiere a la forma cómo se planifica y gestiona la cadena de provisión de las empresas, la cual comprende a todas las actividades relacionadas con la provisión de bienes básicos para la operación del servicio.

Generalmente los servicios de transporte en Perú deben abastecerse al menos de (a) combustibles/energías (b) lubricantes/detergentes (c) alimentos/envoltorios y (d) vestuarios/accesorios.

En la siguiente figura se indica un conjunto de insumos más sustentables para las empresas de transporte ligados al turismo en Perú, de manera de adoptar buenas prácticas que contribuyan a la sustentabilidad.

Tabla N° 01: Sobre abastecimiento de combustibles y lubricante

Combustible/Energías	Lubricantes/detergentes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiesel</li> <li>• Electricidad</li> <li>• Gas natural</li> <li>• Energía solar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodegradables</li> <li>• Orgánicos</li> </ul>
Alimentos/ envoltorios	Vestuarios/Accesorios
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Locales</li> <li>• Orgánicos</li> <li>• De la estación</li> <li>• Reciclables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fabricación local</li> <li>• Identidad local</li> <li>• Reciclables</li> <li>• Biodegradación</li> </ul>

Fuente: Turistiko Consultores 2012

- **Transporte público y el aspecto ambiental**

El ámbito medioambiental es el tercero que integra la sustentabilidad turística.

Los principales impactos de los servicios de transporte turístico son la contaminación del aire, contaminación acústica, contaminación de las aguas y residuos, entre otros. En este contexto, las buenas prácticas sustentables en transporte ligado al turismo contribuyen a disminuir los impactos negativos de la actividad y sus externalidades, y los empresarios del rubro deben reconocer la importancia de incorporar medidas que favorezcan que el traslado de personas sea una experiencia placentera, segura y sustentable, sin dañar el medioambiente.

Implementar buenas prácticas en el ámbito medioambiental, contribuye adicionalmente a mejorar la imagen de cada empresa y atrae visitantes y consumidores que prefieren servicios sustentables.

### **Gestión del agua.**

Se entenderá por gestión del agua, al conjunto metodológico de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo técnico, administrativo y legal del recurso como parte de toda la cadena asociada a la prestación del servicio de transporte.

Considerando que la distribución del agua no es la misma para todo el territorio nacional, y teniendo en cuenta que es un elemento esencial para el turismo, es importante cuidarla, especialmente en zonas donde existen problemas de abastecimiento y contaminación tanto de los cuerpos de agua continentales como marinos.

El agua, como recurso, es un aliado de los empresarios o instituciones de servicio de transporte ligado al turismo. Una adecuada gestión del agua es un indicador de sustentabilidad y cuidado del medio ambiente, además demuestra que la zona donde efectúa sus operaciones está calificada para recibir visitantes sin que ello produzca daños irreversibles a su ecosistema.

Los crecientes procesos de urbanización residencial a lo largo de todo Perú, han obligado a expandir redes de agua potable y de sofisticar los equipos y herramientas asociadas al sistema que permite su funcionamiento.

Contar con un sistema adecuado de gestión del agua permite elevar la imagen de la empresa o institución asociada al transporte ligado al turismo.

En el transporte, una de las actividades que genera mayor consumo de agua es el lavado de los vehículos, sobre todo si se trata de vehículos de gran tamaño. Sin embargo, utilizando los equipos adecuados, esta agua se podría volver a utilizar.

Actualmente existen empresas de lavado que ahorran al menos un 50% de consumo de agua, combinando distintas modalidades de lavado dependiendo de las

características del trabajo a realizar, desde uso de mangueras con pistola donde se utiliza bajo caudal hasta lavado en seco, donde no se utiliza agua.

### **Gestión de la energía**

Se entenderá por gestión de la energía al conjunto de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo técnico, administrativo y legal del recurso. Considerando que el sector transporte consume grandes volúmenes de energía, se torna relevante generar medidas que apunten en la disminución del consumo de energía, traducida concretamente en una reducción de costos de operación para la empresa disminuyendo los impactos y externalidades en el medioambiente.

La demanda en el uso de servicios de transporte ligado al turismo ha aumentado y los patrones de movilidad han cambiado, es por ello que hay una gran necesidad de mejorar la eficacia y eficiencia energética en el transporte ligado al turismo. Contar con transporte turístico sustentable, es una oportunidad en el mercado, ya que los usuarios están cada vez más conscientes de la necesidad de un desarrollo que se adecúe a las necesidades del medioambiente.

Los servicios de transporte asociados al turismo, se abastecen de energía tanto para el uso de sus instalaciones, para la gestión del servicio (oficinas, talleres, bodegas entre otros.), como para el funcionamiento de vehículos terrestres, embarcaciones o aeronaves.

### **Gestión de los residuos**

Se entenderá por gestión de residuos al conjunto de acciones y normas que conducen a un adecuado manejo de estos residuos incluyendo su recolección, transporte, reciclaje y disposición final.

La acumulación de residuos es una grave amenaza al turismo, pues produce contaminación visual y sanitaria. Los servicios de transporte ligado al turismo deben contribuir a reutilizar y reciclar responsablemente los residuos que deriven de su actividad.

Los servicios de transporte pueden ser generadoras de tres grandes categorías de residuos: (a.) aguas residuales (b.) residuos sólidos y (c.) residuos peligrosos. A continuación se presentan recomendaciones de buenas prácticas para cada uno de ellos.

### **Conservación de la biodiversidad**

Se entenderá por conservación de la biodiversidad, la mantención de la variedad y variabilidad entre organismos vivos y los espacios ecológicos que estos mismos organismos habitan y conforman. Cabe destacar que la conservación de diversas especies en el presente está en peligro, debido en parte, a la explotación irresponsable de los territorios y sus recursos naturales. Por lo mismo, proteger la biodiversidad va más allá de un tema económico, pues un ecosistema en su estado natural favorece su capacidad productiva, la disminución de desastres naturales y la purificación de aire y agua, además de la provisión de comida, combustibles y fibras.

Los servicios de transporte ligados al turismo pueden aportar a la conservación de la biodiversidad a partir de las siguientes áreas (a.) apoyar iniciativas de conservación lideradas por Organizaciones no Gubernamentales (ONG's), fundaciones o comunidades locales con recursos financieros y horas/profesional (b.) Política de protección del medio ambiente (c.) Difusión material que contribuya a sensibilizar y concientizar a los visitantes y (d.) Control del nivel de impacto por acercamiento del medio de transporte.

### **Medición de la huella de carbono**

El uso de carbón, gas natural o aceite para la generación de electricidad, calor o transporte, emite dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y otros gases contaminantes hacia la atmósfera. Esas emisiones diarias son las que componen la huella de carbono.

A través del ejercicio de cálculo de la huella de carbono se identifican las principales fuentes de emisiones de GEI.

La reducción de la huella de carbono es el conjunto de acciones y normas que conducen a una disminución de los GEI emitidos hacia la atmósfera, producto del uso de forma directa o indirecta por un individuo, empresa u organización, o la suma de todos ellos.

Se entenderá por reducción de la huella de carbono al conjunto de acciones y normas que conducen a una disminución de los gases de efecto invernadero (GEI) emitidos producto del uso de combustibles fósiles, directa o indirectamente por un individuo, empresa, organización o por el destino en su totalidad, y que provocan, entre otras reacciones adversas, el cambio climático.

Los combustibles fósiles son recursos naturales limitados y relativamente caros, además, su combustión genera sustancias contaminantes que se emiten a la atmósfera.

Además, la combustión también produce la emisión de otros contaminantes que afectan a la salud y el medio ambiente.

- **Transporte público y el aspecto sociocultural**

El ámbito socio-cultural de la sustentabilidad turística, hace referencia a la importancia de hacer partícipes de los beneficios y decisiones en turismo a las comunidades locales, a la vez que poner en valor sus tradiciones y costumbres, fomentando su conservación y perdurabilidad en el tiempo.

Una creciente proporción de turistas planifican sus viajes y eligen sus destinos con el fin último de conocer e interactuar con comunidades locales, sus lenguas, tradiciones, valores, gastronomía, festividades y religiones, entre otros. Muchos visitantes están dispuestos a pagar más con el fin de experimentar auténticamente las culturas locales y sus raíces, especialmente si tienen la oportunidad de ser protagonistas y no meros espectadores de las mismas.

### **Contribución al desarrollo local**

Cuando se habla de “local”, se hace referencia a un territorio con una identidad que lo distingue de otros y en el cual las personas realizan su vida cotidiana.

Contribuir al desarrollo local dice relación con las acciones directas del prestador de bien o servicio en favor de la comunidad local, en términos de generación de empleo, activación de la economía de pequeña y mediana escala, atracción de recursos para mejoramiento de bienes públicos, entre otros. Esta contribución al desarrollo local se ve reflejada tanto en aspectos económicos como socio-culturales, permitiendo el fortalecimiento de la identidad local y la conservación de las tradiciones y la cultura.

Los agentes que brindan servicios de transporte turístico en forma sustentable, y que incorporan un enfoque socio-cultural, potencian la calidad de vida de la población local, principalmente porque sus servicios mejoran la accesibilidad y conectividad de los territorios.

Asimismo, una mirada empresarial que incluya herramientas óptimas dirigidas hacia los habitantes del territorio y los visitantes, deriva en el fortalecimiento de condiciones de igualdad y justicia social, tanto de oportunidades, como de convivencia entre los actores locales.

Una empresa de transporte turístico puede contribuir al desarrollo local, por ejemplo por medio de la implementación de programas de Responsabilidad Social, facilitando las condiciones para traslado prioritario de residentes, ofreciendo mejoras para la infraestructura local, entre otros.

### **Bienestar de la comunidad local.**

Bienestar de la comunidad se refiere al conjunto de factores (económicos, socio-culturales y medioambientales) que impactan en la calidad de la vida de las personas y que hacen que su existencia posea todos aquellos elementos que dan lugar a la tranquilidad y satisfacción humana, evitando la degradación o explotación social o medio-ambiental.

Las empresas e instituciones que prestan servicios de transporte ligados al turismo, aportan al bienestar de la comunidad, si prestan servicios de transporte de calidad y adoptan buenas prácticas orientadas a no alterar la vida cotidiana de los residentes, tales como evitar ruidos molestos, contaminación por olores, emanación de residuos tóxicos, derrames de combustibles y/o materiales peligrosos. Más aún, si incorporan

en sus operaciones a los actores locales, ofreciéndoles empleo de calidad, beneficios y otros.

La principal recomendación respecto de este criterio de sustentabilidad es procurar mantener las condiciones de vida de los residentes lo más auténticas posibles, evitando amenazar, explotar o degradar los atractivos naturales del destino turístico y la calidad de vida de los residentes. A continuación, se proponen buenas prácticas que pueden ser adoptadas por los empresarios del sector para contribuir al bienestar de la comunidad.

### **Desarrollo de oferta con elementos culturales.**

El desarrollo de oferta con elementos culturales se entiende como la incorporación de productos turísticos culturales, de tipo tangible o intangible, en los servicios de transporte. Si bien este no es el foco comercial de los servicios de transporte, se puede resaltar el valor de las tradiciones locales a partir de la puesta en práctica de acciones de bajo costo, pero de alto impacto, en la imagen que los visitantes construyen, tanto sobre la empresa, como de los habitantes y el territorio donde opera el servicio de transporte. Proporcionar información a los visitantes sobre el acceso a productos, tradiciones y fiestas, sitúa el foco en los valores locales.

### **Protección del patrimonio histórico-cultural**

Se entenderá por protección del patrimonio histórico-cultural, al conjunto de acciones que permiten preservar patrimonio tangible e intangible acumulado a lo largo del tiempo, que define la memoria colectiva y reafirman la identidad de una comunidad, región o país.

Dentro de los objetos tangibles, es posible reconocer los museos, las casas patrimoniales, calles, barrios históricos, parques y otros, que tengan un valor que sea atractivo desde un punto de vista histórico, estético, antropológico, etnológico, artístico y científico para Perú.

En tanto, el patrimonio intangible, está directamente ligado a tradiciones, fiestas y celebraciones, entre otros. Ambos tipos de patrimonio han sido catastrados a nivel nacional, y dan cuenta de los atractivos turísticos de Perú.

### 2.3 Definición conceptual de la terminología empleada

- **Condiciones de Seguridad:** Conjunto de exigencias mínimas que debe cumplir la concesionaria o permisionaria para que el Servicio se preste, disminuyéndose el riesgo emergente del transporte. (MTC, 2009).
- **Turismo sostenible:** Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) es “aquél que conduce a la gestión de todos los recursos de tal forma que permita satisfacer todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, mantener la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que apoyan la vida.
- **Empresa de Transporte Terrestre.-** Unidad de explotación económica legalmente constituida y autorizada para la prestación del servicio de transporte terrestre de personas y/o de mercancías. (MTC, 2009)
- **Calidad del servicio**  
Es un juicio global de lo consumido; relativo a la superioridad del servicio que resulta de la comparación realizada por los clientes entre las expectativas sobre el servicio que van a recibir y las percepciones de la actuación de las organizaciones prestadoras del servicio.
- **Destino turístico**  
Espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación, que adquiere centralidad atrayendo a turistas mediante productos perfectamente estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas, gracias a la puesta en valor y ordenación de los atractivos disponibles; dotado de una marca, y que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral (MINCETUR).
- **Buenas prácticas**  
Forma de hacer que ha probado su efectividad en una situación y puede ser aplicable en otra”. Tiene como principio fundamental ser útil para estimular nuevas ideas o para actuar como guía con el propósito de conseguir mayor eficacia y eficiencia en el servicio que se presta. En este sentido una buena práctica permite a las empresas aprender experiencias y aprendizajes exitosos de otros y aplicarlos en su contexto de manera más amplia. Las organizaciones y

diversas instancias de los gobiernos, con la finalidad de producir bienes o prestar servicios de calidad, están impulsando la identificación, sistematización y difusión de las buenas prácticas. (Departamento de Operaciones de Mantenimiento de la Paz de Naciones Unidas).

- **Expectativas del Cliente.** Las expectativas del cliente se basan en parte en las experiencias de compra, en las opiniones de amigos y en la información, así como en las promesas del mercadólogo y de sus competidores. (Bolton & Drew, 1991)
- **Ómnibus:** Al vehículo autopropulsado, diseñado y fabricado especialmente, para la prestación del servicio público de transporte de pasajeros, con peso seco no menor de 8,500 Kgs. para el servicio nacional (interregional e intraregional y con peso seco no menor de 5,400 Kgs. Para los servicios de ámbito urbano. Se considera como ómnibus a los vehículos articulados especialmente construidos para el transporte de pasajeros de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento Nacional de Vehículos. (MTC, 2009)
- **Percepción del cliente,** La percepción es el proceso mediante el cual las personas seleccionan, organizan e interpretan la información con el objeto de formarse una imagen sensata. La percepción del cliente es el nivel de servicio que el cliente estima haber alcanzado tras su prestación. (Kotler, 2008)
- **Transportista autorizado.-.** Empresa de transporte terrestre o transportista individual que cuenta con concesión, permiso de operación o autorización. En el caso de transporte de carga, la empresa o transportista individual que se encuentre inscrito en el Registro correspondiente. (MTC, 2009).

#### **1.4. Formulación del problema.**

¿Qué factores contribuyen a mejorar la calidad del servicio del transporte público terrestre de los principales lugares turísticos de la región Lambayeque?

#### **1.5. Justificación**

La presente investigación en general, tendrá un impacto medioambiental y social positivo, resultando un servicio de transporte público más eficaz y efectivo. Este servicio mejorado proporcionará una mayor accesibilidad, reducirá la degradación medioambiental, incluso reforzará la seguridad (disminución de la frecuencia y severidad de accidentes), promoviendo la participación de las empresas locales con el fin de elevar el nivel de servicioofrecido no sólo a los visitantes sino también a los ciudadanos y ciudadanas de nuestra región.

Así mismo tiene relevancia para las entidades públicas, ya que se brindaran aportes sobre la situación real del servicio de transporte que se brinda a la comunidad y visitantes de la región, lo cual servirá como base para el diseño de estrategias que mejoren el servicio público y la factibilidad de implementar este servicio, buscando el desarrollo sostenible de la región, ya que se involucra un servicio que es operado y usado por la propia comunidad, en consecuencia se generara bienestar de la comunidad receptora, mejorándose la calidad de vida de los operadores y usuarios (comunidad), garantizando un servicio ordenado, eficiente con el menor costo posible de la tarifa y máxima eficiencia en la movilización y atención al público. Siendo, también como un modelo de desarrollo para otras regiones de nuestro país.

Por otro lado, se aportará al desarrollo del turismo de nuestra región, ya que se propone un servicio de transporte público de calidad, mejorando la imagen y credibilidad de nuestro servicio e incrementando el interés de turistas locales, nacionales y extranjeros (mochileros), que se aventuran a visitar ciudades por propia cuenta para sentirse parte de la comunidad que visitan. Ofreciéndole una mejor experiencia ya que se acondicionará este servicio con los elementos necesarios para que los turistas tengan un acceso práctico, cómodo, justo y seguro hacia nuestros atractivos mejorando así su satisfacción.

## **1.6. Hipótesis**

“La Tangibilidad y la capacidad de respuesta son los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público terrestre como estrategia del desarrollo del turismo sostenible del departamento de Lambayeque”

## **1.7. Objetivos de la investigación.**

### **1.7.1. Objetivo General.**

“Determinar y analizar los factores de calidad del servicio del transporte público terrestre que aportan al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región Lambayeque”

### **1.7.2. Objetivos Específicos.**

1. Diagnosticar nivel de calidad del servicio del transporte público de los principales destinos turísticos de la región de Lambayeque.
2. Identificar los factores que determinan la calidad del servicio del transporte público terrestre de los principales destinos turísticos de la región Lambayeque.
3. Determinar qué factores del turismo sostenible desarrollan el transporte público
4. Proponer lineamientos de mejora en la calidad del servicio del transporte público terrestre de los principales destinos turísticos de la región Lambayeque.

## **II.METODO**

### **2.1 Diseño y Tipo de Investigación**

- **Diseño de estudio**  
Descriptivo
- **Tipo de estudio**  
No experimental

### **2.2 Variable y Operacionalización**

#### **Independiente:**

Calidad del servicio de transporte público terrestre

#### **Dependiente:**

Desarrollo del turismo sostenible

Tabla N° 02: Operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICE	INSTRUMENTOS
<p style="text-align: center;"><b>VARIABLE INDEPENDIENTE:</b></p> <p style="text-align: center;"><b>CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE</b></p>	<b>TANGIBILIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estado de los equipos y mobiliario de la empresa y unidades</li> <li>• Estado de la Infraestructura</li> <li>• Cuidado personal de los empleados y los conductores</li> <li>• Limpieza de las instalaciones y de las unidades</li> <li>• Comodidad de las instalaciones y de las unidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	<p>Encuestas SERVQUAL para usuarios internos y externos</p>
	<b>FIABILIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Condiciones del servicio de transporte prestado.</li> <li>• Uso de los paraderos establecidos.</li> <li>• Eficiencia en la solución de problemas de los usuarios</li> <li>• Efectividad del servicio de transporte</li> <li>• Cumplimiento de la ruta</li> <li>• Veracidad de la información disponible a los usuarios</li> <li>• Funcionamiento de los equipos de oficina.</li> <li>• Tarifa del servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	<p>Encuestas SERVQUAL para usuarios internos y externos</p>
	<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accesibilidad de la información sobre el servicio</li> <li>• Rapidez de funcionamiento del servicio</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	<p>Encuestas SERVQUAL para usuarios internos y externos</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cooperación hacia los usuarios</li> <li>• Nivel de atención al cliente</li> </ul>		
	<b>SEGURIDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza entre el personal</li> <li>• Respeto hacia el usuario</li> <li>• Discreción en la resolución de problemas de los usuarios</li> <li>• Profesionalismo del personal</li> <li>• Cumplimiento de las normas de seguridad</li> <li>• Cumplimiento de las normas de tránsito</li> <li>• Cumplimiento de las normas de uso de la unidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	Encuestas SERVQUAL para usuarios internos y externos
	<b>EMPATIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Individualismo de la atención al cliente</li> <li>• Conocimiento de las necesidades del cliente</li> <li>• Resolución de las necesidades del cliente</li> <li>• Ubicación y accesibilidad de instalaciones de la empresa</li> <li>• Sentido de pertenencia del personal con la empresa</li> <li>• Servicio brindado al usuario</li> <li>• Satisfacción de necesidades del usuario</li> <li>• Comodidad de las rutas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	Encuestas SERVQUAL para usuarios internos y externos

Tabla N° 01: Operacionalización de variables: Variable Dependiente

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	INDICE	INSTRUMENTOS
<p><b>VARIABLE DEPENDIENTE:</b></p> <p><b>DESARROLLO DEL TURISMO SOSTENIBLE</b></p>	<p><b>ASPECTO ECONOMICOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La administración de su negocio tiene en cuenta temas ambientales, socioculturales, de calidad, salud, y cuestiones de seguridad?.</li> <li>• La contratación de su personal la realiza de manera formal siguiendo los requisitos de la ley laboral?</li> <li>• Todo el personal es capacitado continuamente sobre su papel en la gestión ambiental, sociocultural y las prácticas de seguridad?</li> <li>• Se hacen encuestas para medir la satisfacción del cliente y se toman medidas correctivas?</li> <li>• Cumple usted con lo que promete en los materiales de promoción?</li> <li>• Se respeta la zona considerando diseños, estudios de impacto y los derechos y adquisición de tierra?</li> <li>• Usted proporciona a los visitantes información relacionada con: una conducta ambiental apropiada, un componente interpretativo, la importancia de culturas vivas, y los sitios del patrimonio cultural?</li> <li>• Su negocio apoya activamente las iniciativas locales de desarrollo social y comunitario en infraestructura, educación, salud y saneamiento básico?</li> <li>• Usted emplea residentes locales, incluso en puestos de gestión, capacitándolos permanentemente?</li> <li>• Usted realiza la compra de productos e insumos dando prioridad a los proveedores locales?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	<p>ENCUESTA ADMINISTRATIVOS</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usted fomenta la compra de productos sostenibles locales basados en la naturaleza de la zona, como alimentos y bebidas, artesanías, artes, productos agrícolas, etc.?</li> <li>• Usted ha implementado una política rechazando la explotación comercial, en particular de los niños y adolescentes, incluida la explotación sexual?</li> <li>• Usted es equitativo en la contratación de mujeres, nativos, incluso en puestos de administración y restringe el trabajo infantil?</li> <li>• Usted ofrece las condiciones mínimas legales de sus trabajadores pagándoles un salario digno?</li> </ul>		
	<b>ASPECTO SOCIOCULTURAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de servicios especiales para atender traslados vinculados a eventos culturales de interés turístico, tales como: fiestas religiosas, costumbristas o festividades destacadas.</li> <li>• Incorporación en la publicidad y folletería de la empresa de elementos que destaquen la identidad socio-cultural de los destinos turísticos atendidos por los servicios de transporte.</li> <li>• Incluir elementos socio-culturales de las localidades asociadas a destinos turísticos en las imágenes corporativas de los servicios de turismo relacionados.</li> <li>• Aportes económicos para desarrollo de programas de fortalecimiento de identidad socio-cultural.</li> <li>• Donar tiempo o el uso de los vehículos instalaciones de apoyo a un proyecto comunitario.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	ENCUESTA ADMINISTRATIVOS

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las empresas de transporte turístico, que ofrecen servicios de cine o video, transmitan en sus vehículos y/o en las salas de espera y terminales, mensajes relacionados con la sustentabilidad turística (oferta cultural, buenas prácticas, entre otros).</li> <li>• Conocer, fomentar y difundir los valores culturales locales, por ejemplo a través de la entrega de folletos o calendarios de actividades artísticas, culturales y turísticas, a los usuarios del servicio de transporte.</li> <li>• Participación de la empresa apoyando el rescate o conservación patrimonial, apoyando a través de financiamiento,</li> <li>• horas/profesional entre otras formas</li> </ul>		
	<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usted busca la manera de disminuir el consumo de materiales desechables?</li> <li>• Usted aplica medidas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero?</li> <li>• Usted lleva a cabo un plan de gestión de residuos sólidos con metas para reducir al mínimo los residuos que no reutiliza o recicla?</li> <li>• Implementa prácticas para reducir la contaminación por ruido, luz, escorrentía, erosión y contaminantes del suelo?</li> <li>• Su negocio contribuye al sostenimiento de la conservación de la biodiversidad, incluyendo el apoyo a áreas naturales protegidas?</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por mejorar: &gt;60%</li> <li>• En proceso: [40-60]%</li> <li>• Aceptable: &lt; 40%</li> </ul>	<b>ENCUESTA EMPLEADOS</b>

## 2.3 Población y muestra

- **Población**

La población está conformada por los turistas (nacionales como extranjeros) y personal de las empresas operadoras de transporte público.

Tabla N° 02: Cantidad de turistas que arribaron a la región Lambayeque

Tipo de turistas de la Región de Lambayeque	Parcial
Nacionales	340321
Extranjeros	42274
Total	382595

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo

Tabla N° 03: Número de empresa de transporte publico según tipo de ruta

Empresas operadoras	Parcial
Ruta interprovincial	114

Fuente: Ministerio de Transporte y Comunicaciones

- **Muestra**

Para el cálculo de la muestra probabilística en poblaciones finitas se utilizó la siguiente formula de puntuaciones Z.

Dónde:

**n:** Es el número de la muestra y **N:** Es la población

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

Tabla N° 04: Parámetros estadístico para la muestra representativa

<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	
PARAMETROS DE ESTIMACION	VALOR
P :Probabilidad de éxito	0.5
q : Probabilidad de fracaso	0.5
e : Error de muestreo permitido	0.1
z : Valor de confianza	1.96

Fuente: Propia

- **Muestra de turistas:** Para hallar el total de turistas y se calcula la muestra el cual da como resultado 96 turistas.

Tabla N° 05: Muestra calculada de turistas

Tipo de turistas	Población	Muestra calculada
Nacionales	340321	96
Extranjeros	42274	
Total	382595	

Elaboración propia.

- **Muestra de personal de las empresas operadoras de transporte público:** Solo se escogerá al tipo de empresas de ruta interprovincial y se tomara 3 personas por cada empresa el cual dio como resultado.

Tabla N° 06: Muestra de Empresas operadoras de transporte publico

Empresas operadoras	Parcial	Factor proporcional	Muestra calculada
Ruta interdepartamental	91	0.44	29
Ruta interprovincial	114	0.56	37
Total	205	1.00	66

Elaboración-propia

Tabla N° 07: Muestra de personal de las Empresas operadoras de transporte publico

Empresas operadoras	Muestra calculada	Factor	Muestra a tomar
Ruta interprovincial	37	3	111

Elaboración-propia

- **Muestreo:**  
Se tomara los dos tipos de muestreo probabilístico y no probabilístico.
- **Criterios de exclusión e inclusión**  
**Exclusión:**  
No serán parte de nuestra muestra los usuarios y turistas menores de 18 años ni mayores de 60 años de edad.

No se tendrá en cuenta a las líneas de transporte ubicadas en la provincia de Chiclayo que no tienen en sus rutas los principales lugares de interés turístico de la región Lambayeque.

**Inclusión:**

Solo participaran usuarios de 18 a 60 años de edad.

Solo se tendrá en cuenta a las líneas de transporte ubicadas en la provincia de Chiclayo que tienen en sus rutas los principales lugares de interés turístico de la región Lambayeque:

Chiclayo- Lambayeque.

Chiclayo- Pimentel.

Chiclayo- Sipán.

Chiclayo- Ferreñafe.

Chiclayo- Monsefú.

Chiclayo- Túcume.

Chiclayo- Ciudad Eten.

Chiclayo- Pítipo.

#### **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos validez y confiabilidad.**

Las técnicas de investigación que se aplicaron en nuestro trabajo son:

- **La observación.** Mediante esta técnica podremos constatar los aspectos más importantes que se presenta en la realidad con respecto al servicio del transporte público de pasajeros, para medir el estado físico de las instalaciones, equipo, vehículos, personal, y material utilizado para realizar este servicio y contrastarlo con los planteamientos teóricos.
- **Encuestas**  
Encuesta dirigida para el recurso humano (jefes y empleados): Permitirán recoger la información pertinente relacionada con las empresas de transporte público implicadas en esta investigación para medir las habilidades y capacidades que presenta el personal para desarrollar el servicio y definiendo el perfil que presenta este recurso.

- **Encuesta para los usuarios:** Servirá para la recolección de datos de las diferentes opiniones de los usuarios en lo que respecta a la calidad del servicio de transporte y sobre la satisfacción que este les genera.
  - **Encuesta para los turistas:** Servirá para la recolección de datos sobre su preferencia en la utilización del transporte.
- **Análisis documental.**  
Servirá como referencia para el marco teórico de la investigación, siendo la base para el diseño de las estrategias.  
Para lo cual se ha indagado en diferentes bibliografías, archivos y registros, que han proporcionado la siguiente información: Teorías, definiciones, experiencias, investigaciones, estadísticas, normas y reglamentos referentes a las variables de la investigación.

#### 2.4.1 Descripción del instrumento utilizado

Los instrumentos utilizados en este trabajo de investigación fueron:

- **Encuestas:** Se diseñará un conjunto de preguntas debidamente estructuradas dirigidas a una muestra representativa de la población de turistas que visitan nuestra región, usuarios y conductores del servicio de transporte público de la región Lambayeque, la cual se llevará a cabo de forma participativa y secuencial, ya que nos involucraremos durante su desarrollo, logrando así la obtención de resultados confiables y objetivos. Para ello previamente se preparó un cuestionario donde se encuentran plasmadas las interrogantes referentes a nuestro tema a realizar.
- **Fichas de Observación:** Realizaremos la observación del estado actual en el que se encuentran el servicio de transporte público que recorre los principales atractivos de la región Lambayeque de forma in situ (en contacto directo con el servicio), la cual será contrastada con nuestra guía base que contiene un cuestionario de preguntas para marcar y que nos permitirá el análisis y evaluación de este servicio.
- **Entrevista:** Se realizaron entrevistas a 14 autoridades ligadas al tema de transporte público y turismo. Para ello previamente hemos preparado un cuestionario donde se encuentran plasmadas las interrogantes referentes a nuestro tema a realizar

## **2.5 Método de análisis de los datos.**

Luego de la recopilación, clasificación y ordenamiento de los datos se continuó con el procesamiento de la información o tabulación electrónica para lo cual se creó una base de datos en el programa estadístico SPSS17 para su posterior análisis. Se desarrolló la estadística descriptiva con cálculo y distribución de frecuencias y medidas de tendencia central y descripción, ya que es una investigación cuantitativa.

## **2.6 Aspectos éticos**

En todo el trabajo de investigación se tendrá en cuenta el uso de normas éticas las cuales incluyen el recojo y el análisis de la información a fin de evitar sesgos que puedan variar los resultados en relación a la realidad estudiada. Para ello, se solicitó previamente la autorización del personal administrativo, choferes y usuarios turistas internos y externos, quienes manifestaron su interés en la investigación a realizar y dando su apoyo.

### III. LOS RESULTADOS

#### 3.1 Variable calidad del servicio del transporte público terrestre (Turistas)

##### Tangibilidad

Tabla N° 09

Nivel de satisfacción de Turistas de empresas de transporte público

Items	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P1	28	29.17	68	70.83
P2	33	34.38	63	65.63
P3	65	67.71	31	32.29
P4	19	19.79	77	80.21
<b>Tangibilidad</b>	<b>145</b>	<b>37.76</b>	<b>239</b>	<b>62.24</b>

Fuente: Encuesta Servqual-Turistas

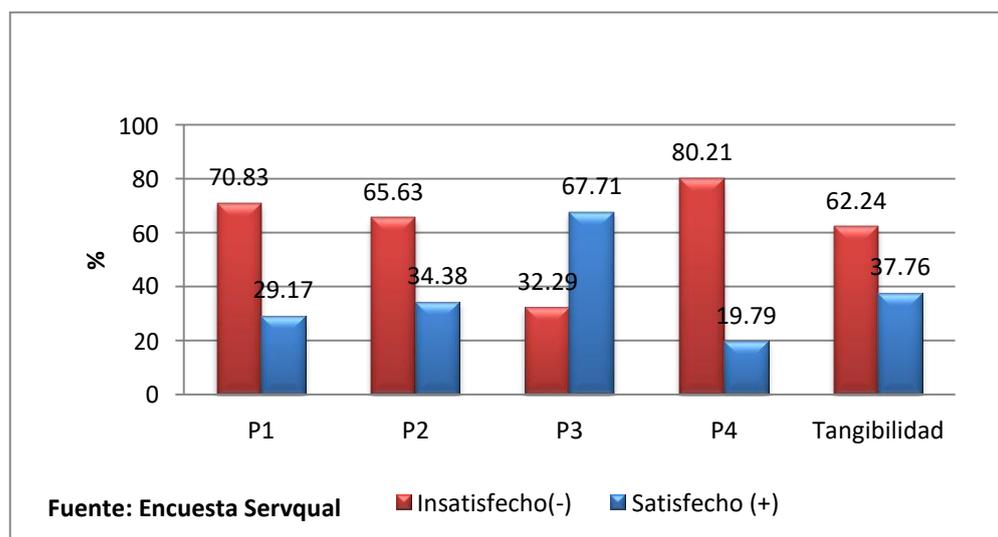


Gráfico N° 01 Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Tangibilidad

##### Interpretación

Según la tabla N° 09 nos presenta información sobre el nivel de satisfacción que tiene los turistas que hacen uso del servicio de transporte público terrestre el cual arroja como resultado una insatisfacción de 62.24% que el cual demuestra que la dimensión por mejorar. Que quiere decir que no cumple con los requisitos evaluados para esta dimensión

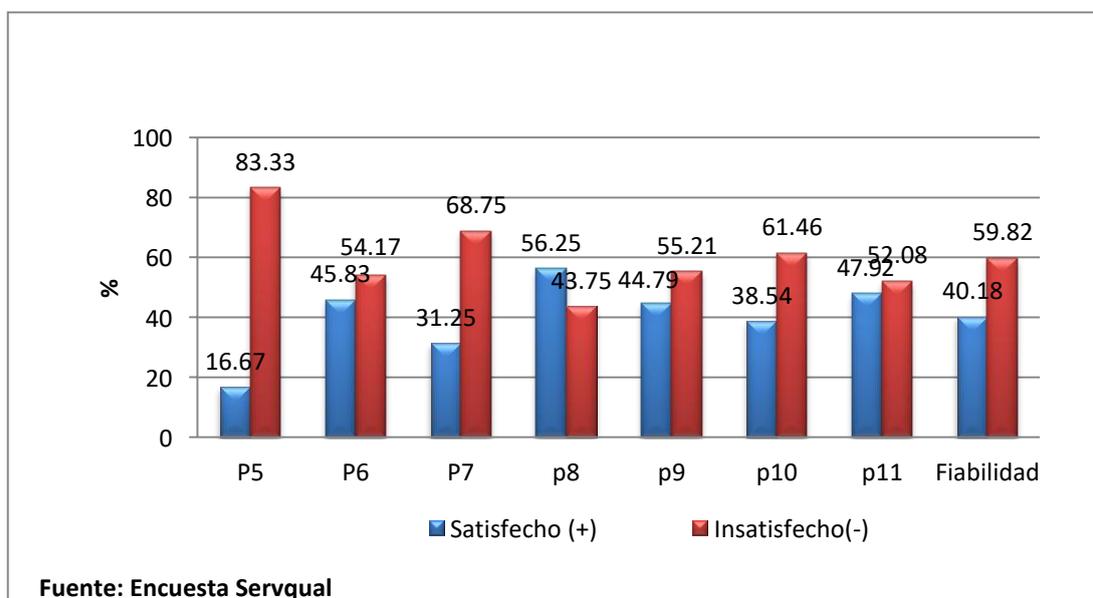
## Fiabilidad

Tabla N° 10

Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de la dimensión Fiabilidad.

Ítems	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P5	16	16.67	80	83.33
P6	44	45.83	52	54.17
P7	30	31.25	66	68.75
p8	54	56.25	42	43.75
p9	43	44.79	53	55.21
p10	37	38.54	59	61.46
p11	46	47.92	50	52.08
<b>Fiabilidad</b>	<b>270</b>	<b>40.18</b>	<b>402</b>	<b>59.82</b>

Fuente: Encuesta Servqual-turistas



Fuente: Encuesta Servqual

Gráfico N° 02: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad.

### Interpretación.

En la tabla N° 10 se observa que la dimensión fiabilidad tiene un nivel de 59.82% el cual demuestra que dicha dimensión está en proceso es decir que cumple con la mayoría de requisitos evaluados en la dimensión. Pero también se observa que uno de los Ítems P5 presenta un alto porcentaje de insatisfacción (83.33%) que corresponde al uso de paradas establecidas, por lo que deducimos que la mayoría de estas unidades paren en diferentes lugares donde no les corresponda.

## Capacidad de respuesta

Tabla N° 11.

Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos

Dimensión: Capacidad de respuesta.

Items	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P12	12	12.50	84	87.50
P13	55	57.29	41	42.71
P14	37	38.54	59	61.46
P15	30	31.25	66	68.75
<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>134</b>	<b>34.90</b>	<b>250</b>	<b>65.10</b>

Fuente: Encuesta Servqual-turistas

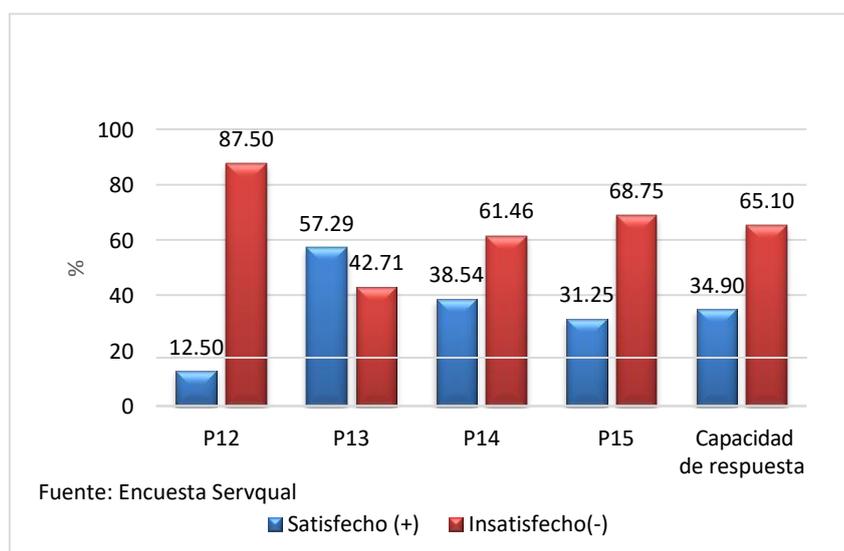


Gráfico N° 03: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de la dimensión: Capacidad de respuesta

### Interpretación.

En la tabla N° 11 nos presenta información sobre los niveles de satisfacción de la dimensión de Capacidad de respuesta lo cual arroja una insatisfacción de 65.10% que corresponda que la dimensión se tiene que mejorar y también se observa que uno de sus ítems presenta un porcentaje demasiado alto de insatisfacción (87.50%) que corresponde a la disponibilidad de información. Deduciendo los turistas se quejan sobre la información de las rutas que los empleados desconocen y son ajenos a ello.

## Seguridad

Tabla N° 12.

Evaluación de la Satisfacción de los Turistas de la dimensión Seguridad

Preguntas / Dimensiones	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P16	62	64.58	34	35.42
P17	56	58.33	40	41.67
P18	26	27.08	70	72.92
P19	25	26.04	71	73.96
P20	34	35.42	62	64.58
<b>Seguridad</b>	<b>203</b>	<b>42.29</b>	<b>277</b>	<b>57.71</b>

Fuente: Encuesta Servqual-turistas

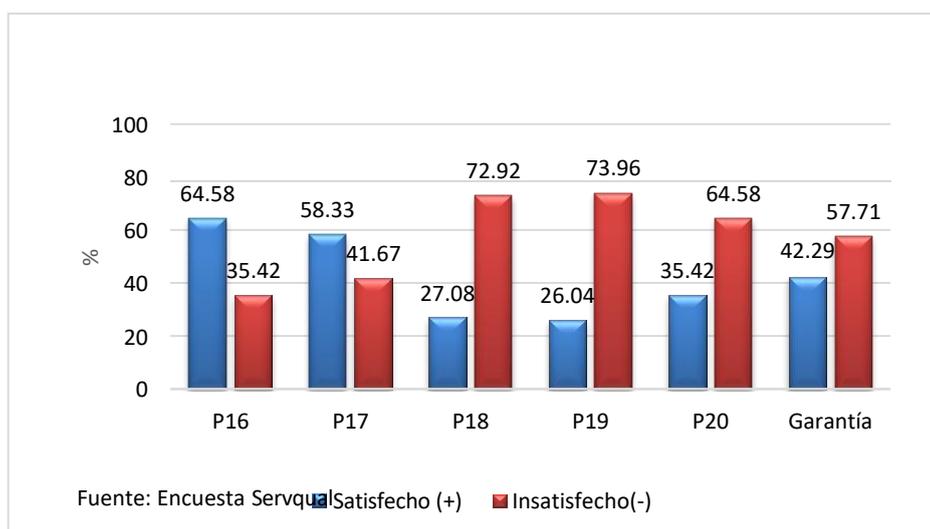


Gráfico N° 04: Evaluación de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad

### Interpretación.

Según la tabla N° 12 nos presenta información sobre la satisfacción en su dimensión seguridad donde se observa que esta dimensión tiene un nivel de satisfacción de 57.71% que demuestra que esta dimensión está en proceso de mejora. Pero en donde tiene un alto porcentaje de insatisfacción en las preguntas P18, P19 y P20 que corresponde con el respeto a los usuarios, al público en general y cordialidad a los usuarios.

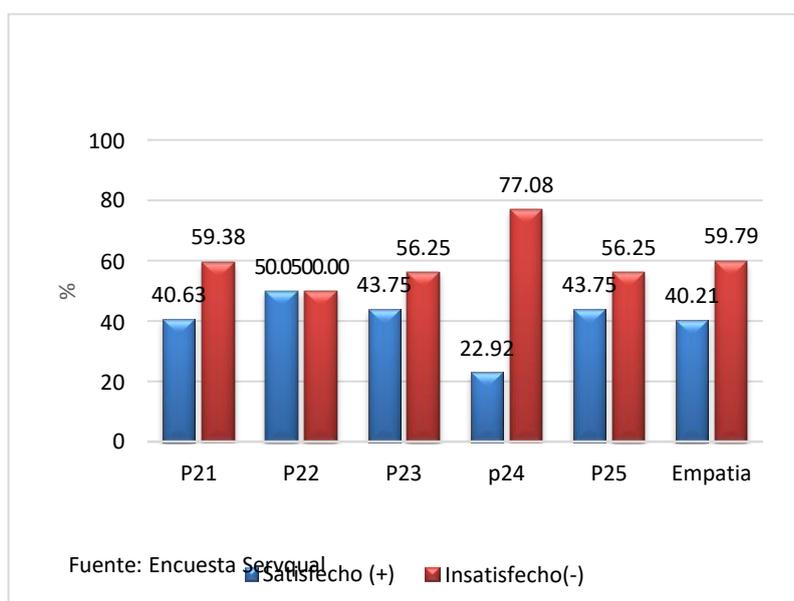
## Empatía

Tabla N° 13 Evaluación de la Satisfacción de los Turistas de las dimension: Empatía.

Items	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P21	39	40.63	57	59.38
P22	48	50.00	48	50.00
P23	42	43.75	54	56.25
p24	22	22.92	74	77.08
P25	42	43.75	54	56.25
<b>Empatía</b>	<b>193</b>	<b>40.21</b>	<b>287</b>	<b>59.79</b>

Fuente: Encuesta Servqual-turistas

Gráfico N° 05: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía.



Elaboración propia

### Interpretación.

Para la dimensión Empatía la tabla N° 13 nos arroja un nivel de insatisfacción de 59.79% que corresponde que esta dimensión se encuentra en proceso. Esto es bueno ya que se considera que se está cumpliendo regularmente con los requisitos que se está evaluando en esta dimensión. Pero en el ítem P24 presenta un porcentaje de insatisfacción alta que corresponde a la comunidad en las rutas, esto es a consecuencia que suben pasajeros en el recorrido de la ruta.

### Nivel de satisfacción general de cada una de las dimensiones

Tabla N° 14

Evaluación general de los Turistas de las empresas de transporte público

Dimensiones	Satisfecho (+)	Insatisfecho (-)
TANGIBILIDAD	37.76	62.24
FIABILIDAD	40.18	59.82
CAPACIDAD DE RESPUESTA	34.90	65.10
GARANTÍA	42.29	57.71
EMPATÍA	40.21	59.79
<b>TOTAL DIMENSIONES</b>	<b>39.38</b>	<b>60.63</b>

Fuente: Encuesta Servqual-turistas

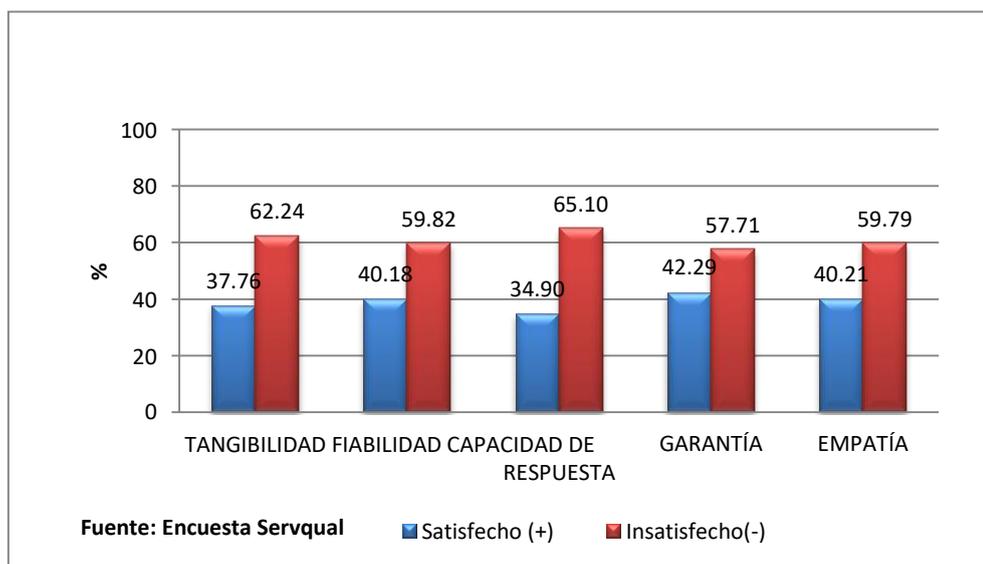


Gráfico N° 06: Evaluación General de la Satisfacción de los Usuarios de las Empresas de Transportes Públicos

### Interpretación

En la tabla N° 14 nos presenta el nivel general y por dimensiones de la calidad de servicio de las empresas de transporte público terrestre aplicada a los turistas el cual arroja que en lo general presenta una insatisfacción de 60.63% que corresponde que esta dimensión tiene que mejorar y en esto también incluyen las dimensiones de Tangibilidad y capacidad de respuesta. Por otro lado, las otras dimensiones: Fiabilidad, Garantía y empatía muestran cierto nivel de cumplimiento que corresponde que estas dimensiones se encuentran en proceso mejora.

### Matriz de mejora

Tabla N° 15: Matriz de mejora de los Turistas usuarios de las empresas de transporte público.

Nº	Preguntas	SATISFECHOS ( + )		INSATISFECHOS ( - )	
		n	%	n	%
1	P01	28	29.2	68	70.83
2	P02	33	34.4	63	65.63
3	P03	65	67.7	31	32.29
4	P04	19	19.8	77	80.21
5	P05	16	16.7	80	83.33
6	P06	44	45.8	52	54.17
7	P07	30	31.3	66	68.75
8	P08	54	56.3	42	43.75
9	P09	43	44.8	53	55.21
10	P10	37	38.5	59	61.46
11	P11	46	47.9	50	52.08
12	P12	12	12.5	84	87.50
13	P13	55	57.3	41	42.71
14	P14	37	38.5	59	61.46
15	P15	30	31.3	66	68.75
16	P16	62	64.6	34	35.42
17	P17	56	58.3	40	41.67
18	P18	26	27.1	70	72.92
19	P19	25	26.0	71	73.96
20	P20	34	35.4	62	64.58
21	P21	39	40.6	57	59.38
22	P22	48	50.0	48	50.00
23	P23	42	43.8	54	56.25
24	P24	22	22.9	74	77.08
25	P25	42	43.8	54	56.25
<b>Porcentaje Total</b>		<b>945</b>	<b>39.375</b>	<b>1455</b>	<b>60.625</b>

Fuente: Encuesta Servqual- Turistas

### Interpretación

La tabla N° 15 presenta un consolidado de todos los ítems evaluados para la calidad del servicio de las empresas de transporte público terrestre. Teniendo los siguientes resultados que las preguntas P3 y P16 teniendo un nivel de aceptable que quiere decir que se está cumpliendo como debe ser en estos requisitos pedidos.

En los ítems P6, P8, P9, P11, P13, P17, P21, P22, P23 y P25 están en proceso es decir que se están cumpliendo de una manera regular estos requisitos.

**Variable Calidad del transporte público de los empleados de las empresas de transporte público.**

**Tangibilidad**

Tabla N° 16: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de la dimensión Tangibilidad

Items	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P1	44	39.64	67	60.36
P2	31	27.93	80	72.07
P3	33	29.73	78	70.27
P4	56	50.45	55	49.55
P5	35	38.89	55	61.11
<b>Tangibilidad</b>	<b>199</b>	<b>37.27</b>	<b>335</b>	<b>62.73</b>

Fuente: Encuesta Servqual-empleados

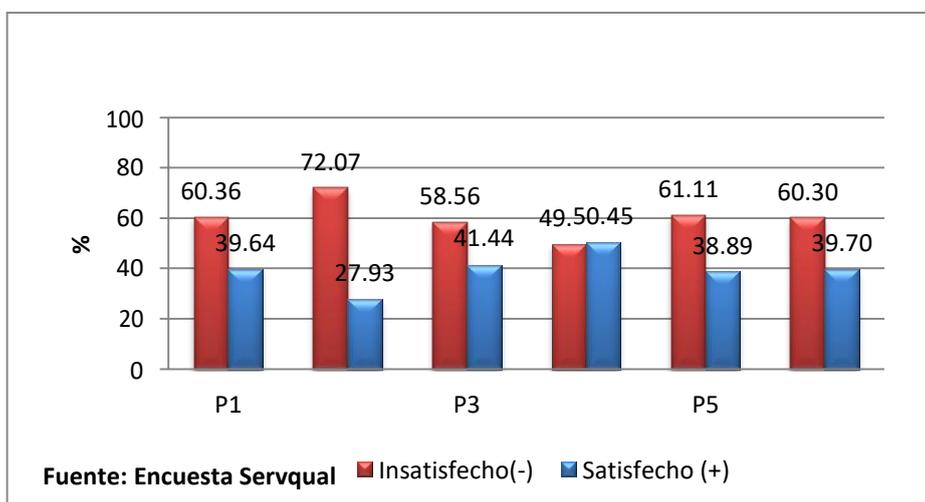


Gráfico N° 07: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Tangibilidad

**Interpretación.**

La tabla N° 16 no presenta información del nivel de satisfacción de la dimensión Tangibilidad y en cada uno de sus Ítems medidos lo cual nos arroja como resultado en lo general la dimensión Tangibilidad presenta un grado de Insatisfacción de 62.73% que corresponde al nivel En mejora. Esto quiere decir que no se está cumpliendo en su gran mayoría con los requisitos pedidos y se tiene que realizar un plan de mejoramiento en cada uno de los ítems medidos. Vale rescatar que en el ítem P4 se encuentra en el nivel En Proceso por lo que podemos decir que se está cumpliendo de una forma regular.

## Fiabilidad

Tabla N° 17: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad

Preguntas / Dimensiones	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P6	30	27.03	81	72.97
P7	50	45.05	61	54.95
p8	82	73.87	29	26.13
p9	52	46.85	59	53.15
p10	45	40.54	66	59.46
<b>Fiabilidad</b>	<b>259</b>	<b>46.67</b>	<b>296</b>	<b>53.33</b>

Fuente: Encuesta Servqual-empleados

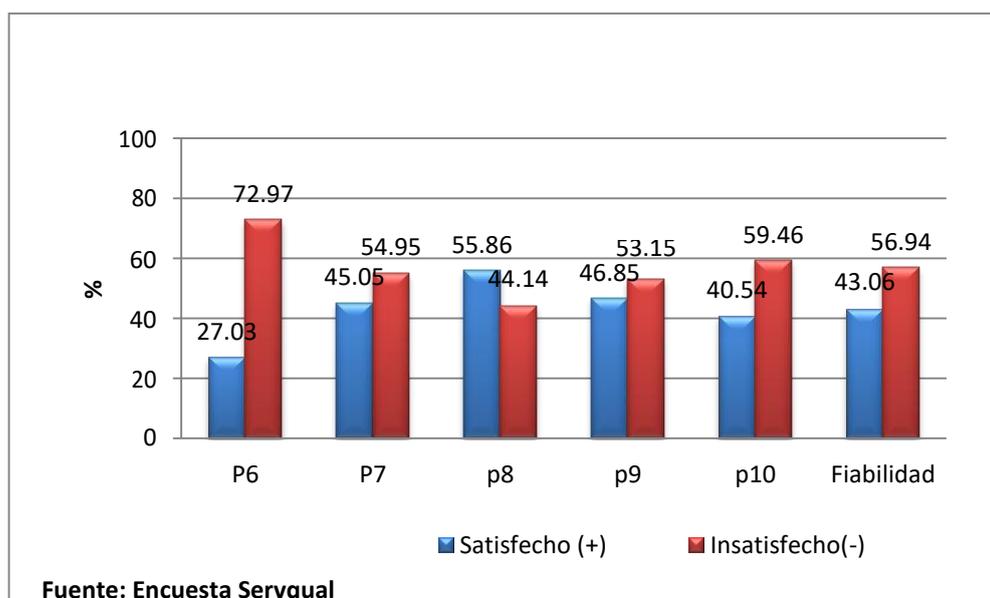


Gráfico N° 08: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Fiabilidad.

### Interpretación.

En la tabla N° 17 se observa que la dimensión Fiabilidad tiene un porcentaje de insatisfacción de 53.33% que corresponde a un nivel de **En Proceso**, esto quiere decir que se está cumpliendo los requisitos pedidos, pero no en su totalidad haciendo las mejoras debidas en los ítems que tienen un porcentaje mayor a 60% como es el caso del Ítem P6 que tiene que ver con las condiciones del servicio prestado.

## Capacidad de respuesta

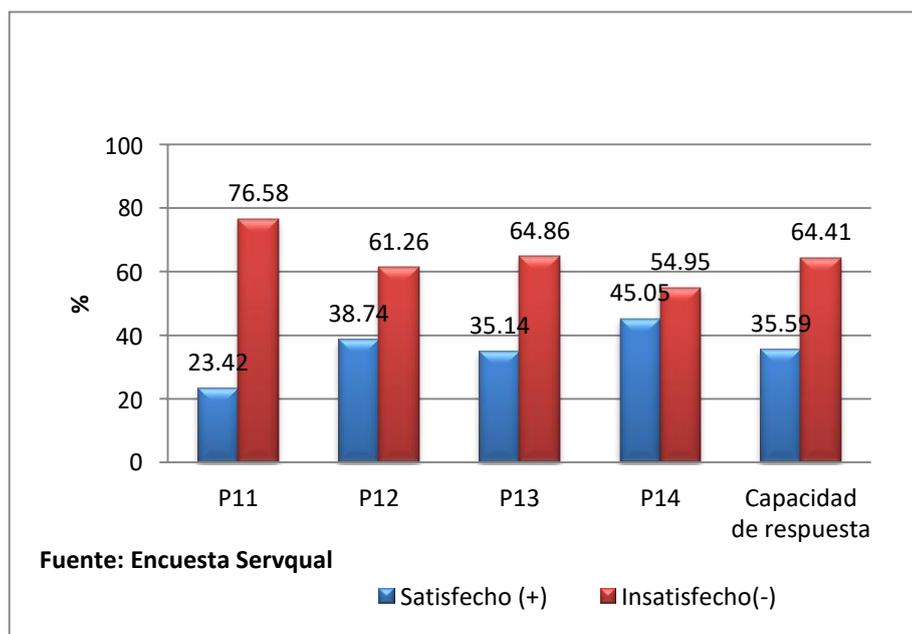
Tabla N° 18.

Evaluación de la Satisfacción de los empleados de la dimensión: Capacidad de Respuesta

Ítems	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P11	26	23.42	85	76.58
P12	43	38.74	68	61.26
P13	39	35.14	72	64.86
P14	50	45.05	61	54.95
<b>Capacidad de respuesta</b>	158	35.59	286	64.41

Fuente: Encuesta Servqual-empleados

Gráfico N° 09: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Capacidad de respuesta



Elaboración propia

### Interpretación.

La tabla N° 18 nos presenta información del nivel de satisfacción de la dimensión Capacidad de Respuesta, el cual presenta un porcentaje de insatisfacción de 64.41% que corresponde a un nivel Por Mejorar, teniendo en cuenta en donde se debe incidir en las mejorar es en los ítems P11, P12 y P13.

## Seguridad

Tabla N° 19.

Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de la dimensión: Seguridad

Preguntas / Dimensiones	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P15	49	44.14	62	55.86
P16	36	32.43	75	67.57
P17	53	47.75	58	52.25
P18	27	24.32	84	75.68
P19	63	56.76	48	43.24
<b>Seguridad</b>	<b>228</b>	<b>41.08</b>	<b>327</b>	<b>58.92</b>

Fuente: Encuesta Servqual-empleados

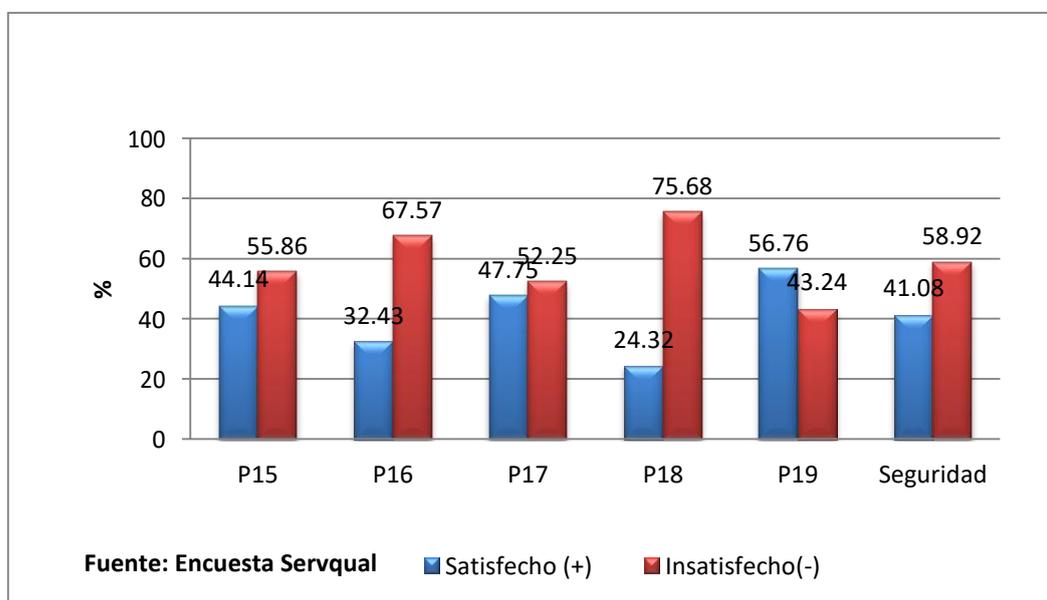


Gráfico N° 10: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Seguridad

### Interpretación.

La tabla N° 19 nos presenta información sobre la calidad del servicio de transporte público terrestre en su dimensión Seguridad el cual da como resultado que tiene un porcentaje de insatisfacción de 58.92% que corresponde a un nivel **Por Mejorar**. Haciendo hincapié en los ítems P16 y P18 que corresponde Respeto hacia el usuario y Profesionalismo del personal respectivamente.

### Empatía

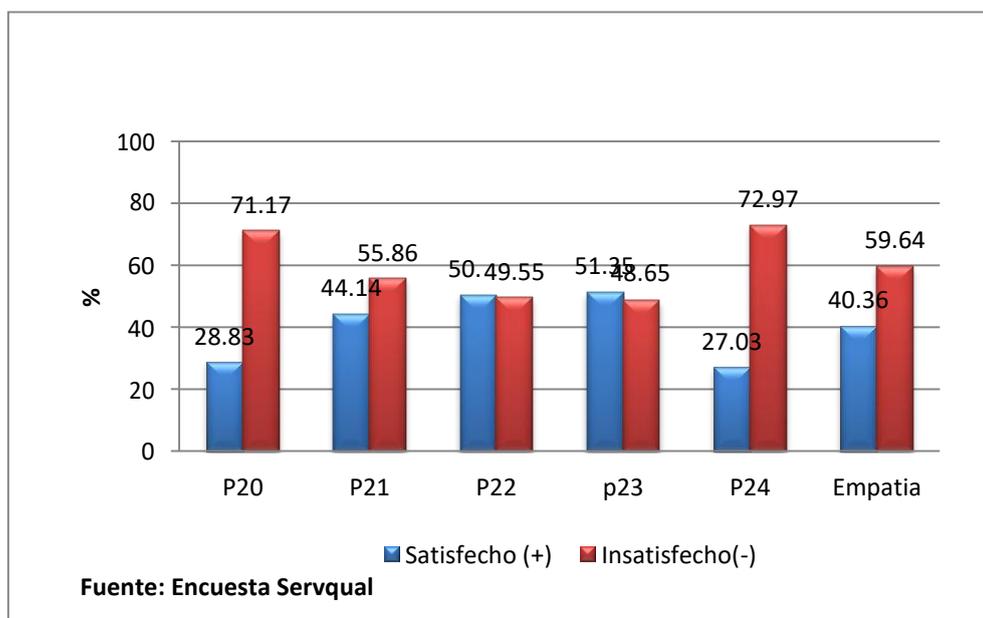
Tabla N° 20.

Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de la dimensión: Empatía

Items	Satisfecho (+)		Insatisfecho(-)	
	n	%	n	%
P20	32	28.83	79	71.17
P21	49	44.14	62	55.86
P22	56	50.45	55	49.55
p23	57	51.35	54	48.65
P24	30	27.03	81	72.97
<b>Empatía</b>	<b>224</b>	<b>40.36</b>	<b>331</b>	<b>59.64</b>

Fuente: Encuesta Servqual a empleados.

Gráfico N° 11: Evaluación de la Satisfacción de los Empleados de Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Empatía



Elaboración propia

### Interpretación.

La dimensión Empatía de acuerdo a la información observada en la tabla N° 20 tiene un porcentaje de insatisfacción de 59.64% se podría considerar que esta dimensión se encuentra en Por mejorar y en donde se tendría que intervenir en los ítems que se encuentre por un porcentaje mayor a 60% que es la condición de los ítems P20 y P24 el primero trata de la atención individualizada al cliente y el segundo al sentido de pertenencia del personal con la empresa.

### Nivel de satisfacción general de cada una de las dimensiones

Tabla N° 21: Matriz de la calidad del transporte público en los empleados.

Dimensiones	Satisfecho (+)	Insatisfecho (-)
TANGIBILIDAD	39.70	60.30
FIABILIDAD	42.16	57.84
CAPACIDAD DE RESPUESTA	35.59	64.41
GARANTÍA	41.08	58.92
EMPATÍA	40.36	59.64
TOTAL DIMENSIONES	39.95	60.05

Fuente: Encuesta Servqual-empleados

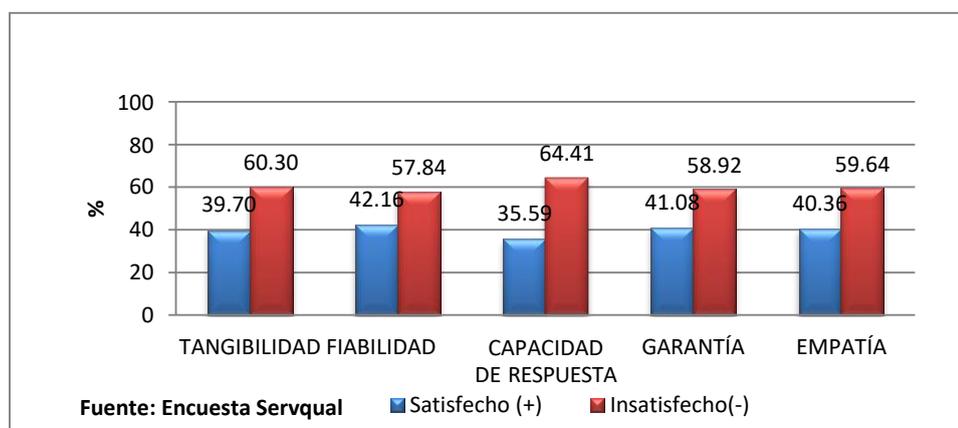


Gráfico N° 12: Evaluación General de la Satisfacción de los Empleados de las Empresas de Transportes Públicos.

### Interpretación.

La tabla N° 21 nos presenta información de manera general y por cada una de las dimensiones el nivel de satisfacción.

De manera general esta matriz de calidad nos arroja que se encuentra en un nivel Por Mejorar y de manera más específica de acuerdo a la tabla mencionada se observa que los niveles Tangibilidad y Capacidad de Respuesta, se encuentran en un nivel Por Mejora es decir que no se están cumpliendo de forma regular los requisitos pedidos en cada una de las dimensiones por lo que tienen que hacer las mejoras debidas en cada uno de los ítems donde está fallando. Por otro lado las dimensiones que se están cumpliendo son la Fiabilidad, Garantía y Empatía

Tabla N° 22.

Consolidado de la calidad de los empleados de las empresas de transporte público.

Nº	Preguntas	CUMPLEN ( + )		NO CUMPLEN ( - )	
		n	%	n	%
1	P01	44	39.6	67	60.36
2	P02	31	27.9	80	72.07
3	P03	46	41.4	65	58.56
4	P04	56	50.5	55	49.55
5	P05	35	38.9	55	61.11
6	P06	25	22.5	86	77.48
7	P07	50	45.0	61	54.95
8	P08	62	55.9	49	44.14
9	P09	52	46.8	59	53.15
10	P10	45	40.5	66	59.46
11	P11	26	23.4	85	76.58
12	P12	43	38.7	68	61.26
13	P13	39	35.1	72	64.86
14	P14	50	45.0	61	54.95
15	P15	49	44.1	62	55.86
16	P16	36	32.4	75	67.57
17	P17	53	47.7	58	52.25
18	P18	27	24.3	84	75.68
19	P19	63	56.8	48	43.24
20	P20	32	28.8	79	71.17
21	P21	49	44.1	62	55.86
22	P22	56	50.5	55	49.55
23	P23	57	51.4	54	48.65
24	P24	30	27.0	81	72.97
<b>Porcentaje Total</b>		<b>1056</b>	<b>39.95</b>	<b>1587</b>	<b>60.05</b>

Fuente: Encuesta Servqual a empleados.

### Interpretación.

La tabla N° 22 muestra el consolidado de todos los ítems medidos en cada una de sus dimensiones que engloban la calidad del servicio de las empresas de transporte público terrestre. El cual nos dan como resultados que los ítems P1, P2, P5, P6, P11, P12, P13, P16, P18, P20 y P24 se encuentran en un nivel **Por Mejorar**.

Los ítems P3, P4, P7, P8, P9, P10, P14, P5, P17, P19, P21, P22 y P23 Se encuentran en un Nivel En Proceso.

El cual podemos concluir que no hay ningún ítem evaluado se encuentra en nivel **Aceptable**.

**Variable. Desarrollo del turismo sostenible y Aspectos económicos**

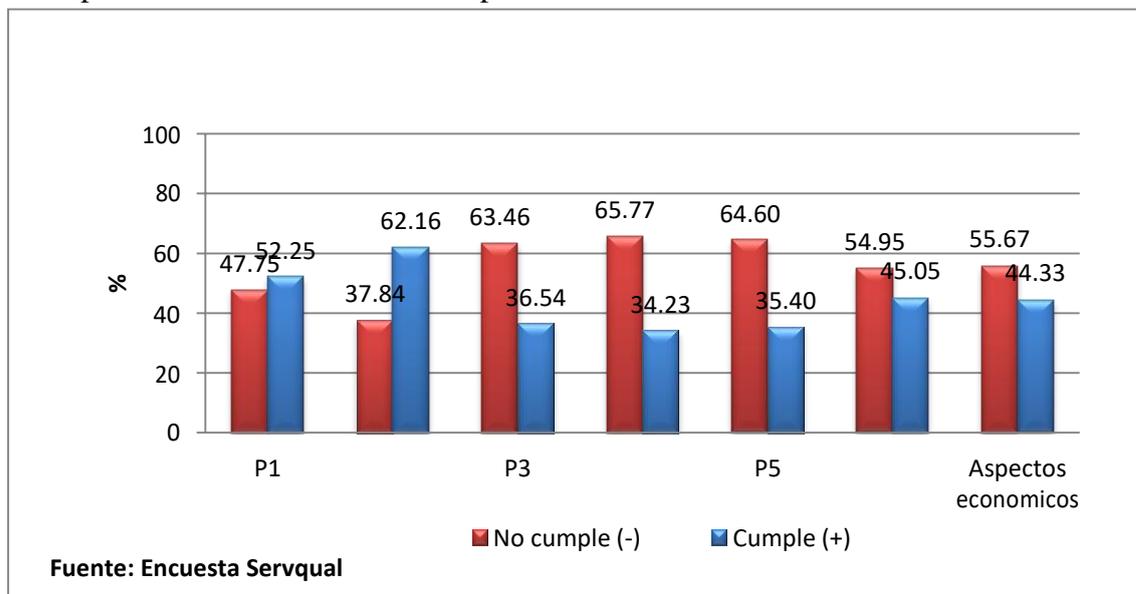
Tabla N° 23.

Cumplimiento del aspecto económico del turismo sostenible

Items	Cumple (+)		No cumple (-)	
	n	%	n	%
P1	58	52.25	53	47.75
P2	69	62.16	42	41.84
P3	38	36.54	66	59.46
P4	38	34.23	73	65.77
P5	40	35.40	73	64.60
P6	50	45.05	61	54.95
<b>Aspectos económicos</b>	293	44.33	368	55.67

Fuente: Encuesta para administrativos

Gráfico N° 13: Evaluación de la Satisfacción de administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Económicos



Elaboración propia

Interpretación

En la tabla N° 23 se observa en lo general que los **Aspectos económicos** del desarrollo sostenible tienen un porcentaje de incumplimiento de 55.67% que se encuentra en un nivel **En proceso** es decir se está cumpliendo con los requisitos estipulados en esta dimensión y en donde se tiene que hacer mejoras son en los ítems P4 y P5 que corresponde a Trato preferencial del residente y satisfacción del cliente.

**Aspecto sociocultural**

Tabla N° 24.

Cumplimiento del aspecto sociocultural del turismo sostenible

Items	Cumple (+)		No cumple (-)	
	n	%	n	%
P7	53	47.75	58	52.25
P8	76	68.47	35	31.53
P9	44	39.64	67	60.36
P10	47	42.34	64	57.66
P11	22	19.82	89	80.18
P12	13	11.71	98	88.29
P13	9	8.11	102	91.89
<b>Aspectos Socioculturales</b>	<b>264</b>	<b>33.98</b>	<b>513</b>	<b>66.02</b>

Fuente: Encuesta para administrativos

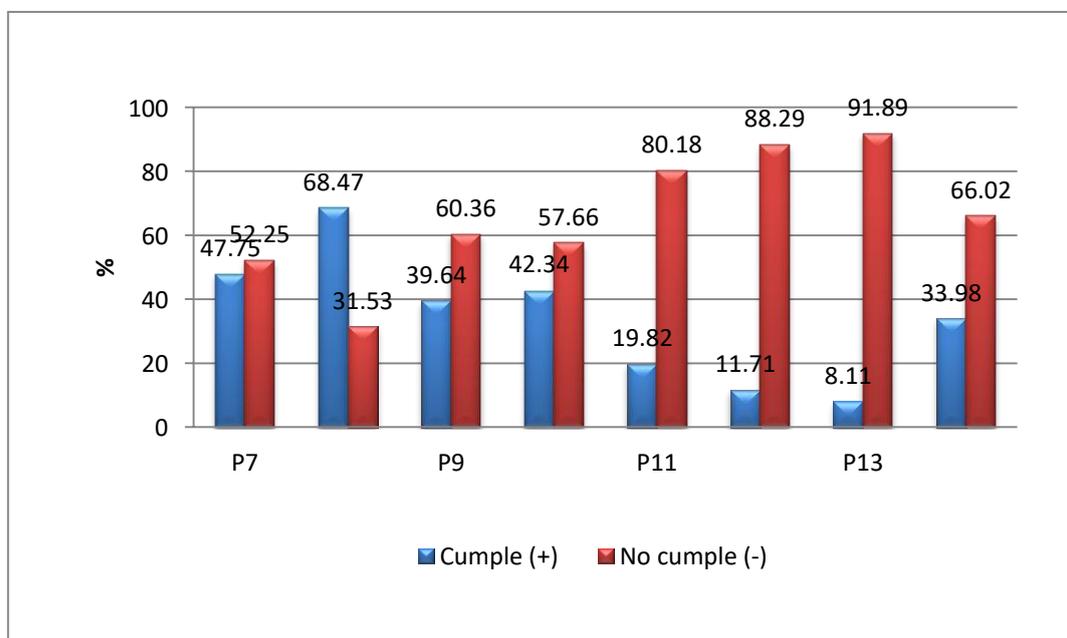


Gráfico N° 14: Evaluación de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Socioculturales.

**Interpretación**

Respecto al cumplimiento tomados en cuenta en los Aspectos sociocultural los administrativos respondieron en lo general el 66.02% no cumplen con los requisitos de esta dimensión que le corresponde a un nivel **Por mejorar**, en los ítems que más se necesita mejorar son P11, P12 y P13 que tratan de Apoyos a proyectos comunitarios, Manuales operacionales y acuerdos de colaboración comercial con otras empresas.

**Aspectos ambientales**

Tabla N° 25: Cumplimiento del aspecto ambiental del turismo sostenible

Items	Cumple (+)		No cumple (-)	
	n	%	n	%
P14	22	19.82	89	80.18
P15	32	28.83	79	71.17
P16	18	16.22	93	83.78
P17	34	30.63	77	69.37
P18	11	9.91	100	90.09
P19	31	27.93	80	72.07
P20	18	16.22	93	83.78
P21	26	23.42	85	76.58
P22	12	10.81	99	89.19
<b>Aspectos ambientales</b>	<b>204</b>	<b>20.42</b>	<b>795</b>	<b>79.58</b>

Fuente: Encuesta a Administrativos.

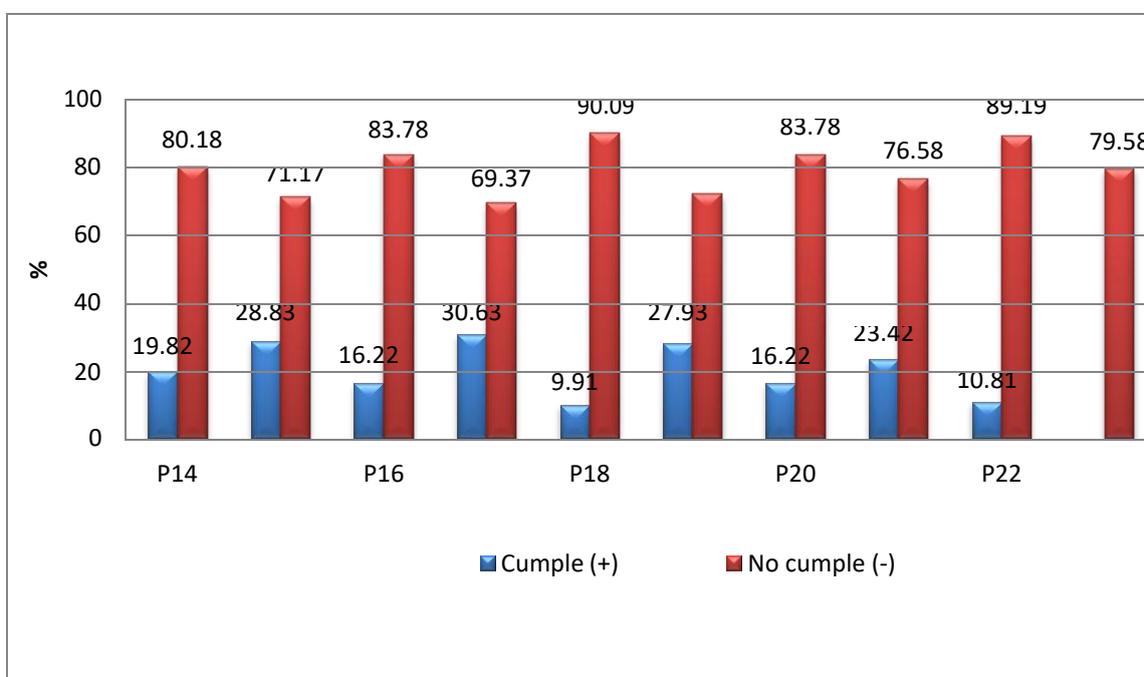


Gráfico N° 15: Evaluación de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos Dimensión: Aspectos Ambientales

### Interpretación.

La tabla N° 25 nos presenta información respecto al cumplimiento tomados en cuenta en los Aspectos ambientales. Los administrativos respondieron en lo general el 79.58% no cumplen con los requisitos de esta dimensión que le corresponde a un nivel Por mejorar. Y por los resultados mostrados en los ítems evaluados se tiene que intervenir en todos ellos.

### Nivel de cumplimiento general de cada una de las dimensiones

Tabla N° 26.

Sobre cumplimiento en general de los aspectos del turismo sostenible

Dimensiones	Cumple (+)	No cumple (-)
Aspectos económicos	44.33	55.67
Aspectos socioculturales	33.98	66.02
Aspectos ambientales	20.42	79.58
<b>TOTAL DIMENSIONES</b>	<b>31.23</b>	<b>68.77</b>

Fuente: Encuesta para administrativos

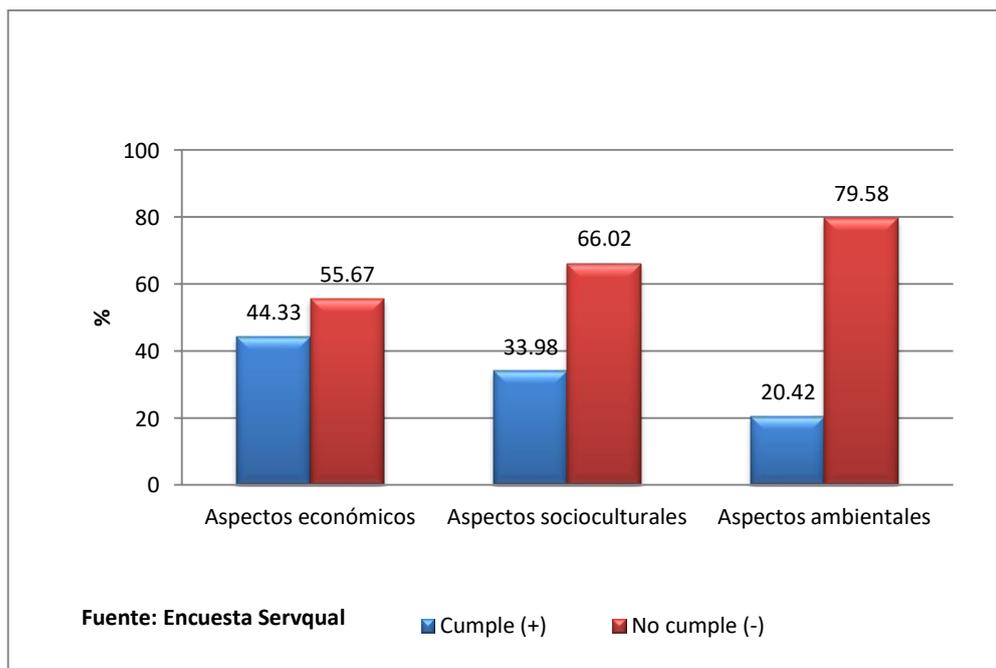


Gráfico N° 16: Evaluación General de la Satisfacción de los administradores de las Empresas de Transportes Públicos.

**Interpretación.**

La tabla N° 26 nos presenta información del cumplimiento en general y cada uno de los aspectos que engloba el desarrollo del turismo sostenible. El resultado en general arroja un promedio de 68.77% no cumple con los aspectos considerados en el turismo sostenible en el cual se encuentra en un nivel Por **mejorar**. Tan solo la excepción de los Aspectos económicos que se encuentra en un nivel **En proceso** por los demás se tienen que hacer las mejoras en cada uno de sus Ítems evaluados.

Tabla N° 27.

## Matriz de mejora sobre aspectos del turismo sostenible

Nº	Preguntas	CUMPLE ( + )		NO CUMPLE ( - )	
		n	%	n	%
1	P01	58	52.25	53	47.75
2	P02	69	62.16	42	37.84
3	P03	38	36.54	66	63.46
4	P04	38	34.23	73	65.77
5	P05	40	35.40	73	64.60
6	P06	50	45.05	61	54.95
7	P07	53	47.75	58	52.25
8	P08	76	68.47	35	31.53
9	P09	44	39.64	67	60.36
10	P10	47	42.34	64	57.66
11	P11	22	19.82	89	80.18
12	P12	13	11.71	98	88.29
13	P13	9	8.11	102	91.89
14	P14	22	19.82	89	80.18
15	P15	32	28.83	79	71.17
16	P16	18	16.22	93	83.78
17	P17	34	30.63	77	69.37
18	P18	11	9.91	100	90.09
19	P19	31	27.93	80	72.07
20	P20	18	16.22	93	83.78
21	P21	26	23.42	85	76.58
22	P22	12	10.81	99	89.19
<b>Porcentaje Total</b>		<b>761</b>	<b>31.23</b>	<b>1676</b>	<b>68.77</b>

Fuente: Encuesta para administrativos

### Interpretación.

De acuerdo a la matriz de mejora de la tabla N° 27 los ítems que necesitan urgentemente mejoramiento son: P3, P4, P4, P5, P9, P11, P12, P13, P14, P15, P16, P17, P18, P19, P20, P21 y P22.

Los demás Ítems P1, P6, P7, P10 se encuentra en un nivel **En proceso** P2 y P8 se encuentran en un nivel **Aceptable**

## 4.2 Discusión

Con los datos obtenidos de la encuesta aplicada a los operadores del transporte, a los turistas y a los especialistas expertos y conocedores del transporte público se procedió a contrastar la hipótesis del presente trabajo de investigación, para ello se utilizó una correlación lógica:

El servicio de transporte público, la identificación e interés de los operadores del transporte público, el punto de vista de los especialistas, y preferencias de turistas (usuarios del servicio) son elementos importantes, entonces será necesario plantear lineamientos para mejorar la calidad del servicio de transporte público para desarrollar el turismo sostenible en el departamento de Lambayeque.

Considerando los resultados obtenidos en las dimensiones que engloba la calidad del servicio de transporte público terrestre y también por observación in situ. De las dimensiones medidas dos son las que requiere urgente mejora una de ellas es la **TANGIBILIDAD** y esto tiene que ver con el estado físico de los vehículos, la infraestructura de los terminales, equipos etc. Estos son un conjunto de elementos que no se encuentran en buenas condiciones por lo que merma el servicio de calidad que se pueda ofrecer al turista tanto nacional, local y extranjero.

La otra dimensión que requiere urgente mejora es **LA CAPACIDAD DE RESPUESTA**. Esta dimensión destaca como es atención y la prontitud con la que se hace frente a las solicitudes, las preguntas, reclamos y problemas que puedan presentar los usuarios del servicio de transporte, por lo que combatir la problemática existente es de gran importancia para la empresa.

Se deben aplicar mecanismos que permitan determinar si verdaderamente se están cubriendo las rutas y si las unidades cumplen con las paradas establecidas. Igualmente se deben buscar mecanismos con los que se propague la información sobre los diversos servicios de transporte que presta la empresa. Por lo expuesto, dado los argumentos sólidos en el análisis e interpretación de los resultados, y por las consideraciones previstas en la hipótesis planteada: “La Tangibilidad y la capacidad de respuesta son los factores que inciden en la calidad del servicio de transporte público terrestre como estrategia del desarrollo del turismo sostenible del departamento de Lambayeque”, esta queda validada o confirmada.

## V. CONCLUSIONES

1. Se determinó y analizo que los factores de calidad del servicio del transporte público terrestre que aportan al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región Lambayeque son: Fiabilidad, Garantía y Empatía ya que estos factores se encuentran en un nivel de calidad **EN PROCESO** es decir se encuentra en un rango de insatisfacción [40-60]%.
2. Se diagnosticó que el nivel de calidad del servicio del transporte público de los principales destinos turísticos de la región de Lambayeque se encuentra en un nivel **POR MEJORAR** es decir se encuentra en un rango de insatisfacción >60%. Por lo que se puede interpretar que se está dando un servicio ineficiente al turista.
3. Se identificó que los factores que determinan calidad del transporte público son: La Tangibilidad y la Capacidad de respuesta ya que estos factores se encuentran en un nivel **POR MEJORAR** y su porcentaje de insatisfacción es relativamente alta 60.30% y 64.41% respectivamente. Por ello se deberían toman las medidas correctivas en el corto plazo para mejora del servicio de calidad que se pretende dar.
4. Se determinó que el factor del turismo sostenible que las empresas de transporte público desarrollan son los **ASPECTOS ECONÓMICOS** ya que este factor se encuentra en un nivel EN PROCESO teniendo un porcentaje de insatisfacción de 55.67% es decir menor a 60%
5. Se propuso lineamientos de mejora en la calidad del servicio del transporte público terrestre de los principales destinos turísticos de la región Lambayeque teniendo en cuenta que los factores de calidad que tenían un porcentaje de insatisfacción mayores a 60% fueron: TANGIBILIDAD y CAPACIDAD DE RESPUESTA esto se consolido a través de un a propuesta.

## **V. RECOMENDACIONES**

- 1.** Evaluar la posibilidad de establecer convenios entre empresas de transportes público e instituciones bancarias con el aval de la Municipalidad Provincial de Chiclayo y Gobierno Regional para renovar la flota de vehículos con una antigüedad mayor de 15 años.
- 2.** Implementar talleres de atención del usuario y visitantes, turismo y educación ambiental y calidad de servicio; en el marco del reglamento de tránsito y ordenanzas municipales.
- 3.** Capacitar en el desarrollo de consultas pública para diagnosticar el nivel de satisfacción del servicio prestado y diseñar programas de mejora continua.
- 4.** Diseñar un programa de incentivos y eventos por parte de la municipalidad provincial de Chiclayo y región Lambayeque.
- 5.** Aplicación buenas prácticas para el mejoramiento del servicio del transporte público.

## **VI. PROPUESTA**

### **PLAN DE MEJORAMIENTO DEL TRANSPORTE PÚBLICO SOSTENIBLE**

#### **Introducción**

El transporte es uno de los ejes del crecimiento humano y económico, no obstante, los modelos vigentes de transporte, se basan principalmente en un parque automotor alimentado por combustibles derivados del petróleo, que produce impactos sociales, económicos y ambientales negativos, y además que no son renovables y sostenibles

Por lo que se necesita urgentemente un cambio de modelo, que priorice que sea más accesible antes que la movilidad, que se centre en las formas de transporte que sean más eficientes e impulse vehículos, con energía renovables y de bajo carbono. El cambio de modelo puede abreviarse en tres tipos de lineamientos: Prevenir viajes largos e innecesarios que sean motorizados, Disminuir el crecimiento de los recorridos en vehículos individuales motorizados, y mejoramiento de la tecnología y la gestión que opera en el transporte público.

La problemática que atraviesa el transporte en Chiclayo como en otras ciudades del Perú es enormemente compleja, su base no radica sólo en el tipo legal o administrativo, sino recae también socio económico y político, las mismas que se agudizan por la incapacidad, confabulación y desinterés particular de transportistas y de las mismas autoridades del estado que no están dispuestos a realizar un diagnóstico de la problemática y presentar una alternativa de solución integral a uno de los sectores principales de la economía nacional.

Es importante, a través de la comunicación social y directa, tratar la problemática de manera holística y allí estamos incluidos todos, los transportistas, la sociedad civil y el estado representado por el gobierno central, los gobiernos municipales y regionales. Las acciones de intervención deben estar dirigidas, primero a reforzar las organizaciones sindicales y agremiaciones de los transportistas y empresas, segundo promover una cultura de servicio que se base en valores éticos y morales con una

visión de innovación y compromiso con el progreso y el desarrollo que necesitan los pueblos, y de esta manera finalizara la informalidad y la pésima atención que predomina en el sector y por ende crecerá la economía del transportista haciendo más rentable el servicio que ofrece creando que sea atractiva la inversión en este sector.

## **5.1 Objetivos**

### **Objetivo General**

“Desarrollar una cultura de sostenibilidad mediante una planificación ordenación del transporte considerando los elementos tangibles y la capacidad de respuesta”.

### **Objetivos Específicos.**

- Mejorar la capacidad operativa ofreciendo vehículos en excelentes condiciones de presentación y funcionamiento.
- Inspeccionar continuamente el mantenimiento y la limpieza de las unidades
- Brindar con rapidez la información del servicio a prestar
- Proporcionar a los clientes manuales operacionales que incluyen procedimientos que contribuyan la no contaminación del medio ambiente.
- Fomentar y difundir los valores culturales locales a los pasajeros de los vehículos de las empresas operadoras de transporte público

## **5.2 Fases de aplicación**

### **A. Diagnostico.**

Para el diagnóstico se empleó como insumos la información documentada por las diversas empresas operadoras de transporte público y de la municipalidad provincial de Chiclayo conto con la cooperación de los técnicos de la Municipalidad Provincial de Chiclayo y empleados de las empresas operadores de transporte público.

La síntesis del diagnóstico se consolidó sobre la base de la información capturada y facilitada asimismo considerando los mejorados y ajustados por los representantes de los diversos actores del plan.

### **B. Planeamiento.**

Esta fase consiste en la elaboración del plan en sí. Es el documento que sirve para promover y orientar la sostenibilidad del transporte públicoturístico.

**C. Ejecución.**

Realización de acciones establecidas en el plan de mejoramiento sostenible del transporte público como finalidad de cumplir los objetivos que se contemplan.

**D. Evaluación**

Monitoreo y revisión de lo que se ha hecho y se está haciendo a través de los indicadores que midan la efectividad y cumplimiento de las estrategias programadas. Se realiza ajustes de las metas, objetivos y acciones de acuerdo a los cambios del entorno y de la misma organización el cual debe ser revisado y de ser necesario, actualizada y redefinida.

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RESPONSABLES</b>	<b>INDICADORES</b>
Mejorar la capacidad operativa ofreciendo vehículos en excelentes condiciones de presentación y funcionamiento fomentando el uso de energías limpias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compra de vehículos a través de financiamiento garantizados por la MPCH</li> <li>• Reducción del parque automotor del transporte público con más de 15 años de antigüedad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas operadoras de transporte público.</li> <li>• Municipalidad provincial de Chiclayo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción del 80% del parque automotor de vehículos con antigüedad mayores a 15 años</li> <li>• Renovación del 5% de la flota vehicular de las empresas operadoras de transporte publico</li> </ul>
Inspeccionar continuamente el mantenimiento y limpieza de las unidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etiquetado de vehículos y estándar de eficiencia energética.</li> <li>• Programas de monitoreo, reportaje y verificación a las unidades de las empresas de transporte publico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalidad Provincial de Chiclayo.</li> <li>• Empresas operadoras de transporte público.</li> <li>• Empresas certificadas para revisión de las unidades vehiculares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% de etiquetado de la flota vehicular de la empresa operadora de transporte público.</li> <li>• 80% operativos de la flota vehicular de las empresas operadoras de transporte público</li> </ul>
Brindar con rapidez y eficiencia la información del servicio a prestar	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitación en el desarrollo de consultas públicas para diagnosticar el nivel de satisfacción del usuario externo.</li> <li>• Programa incentivos y eventos donde se resalten lainiciativa empresarial y los valores éticos delas personas de la colectividad chiclayana.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Municipalidad provincial de Chiclayo</li> <li>• Empresas operadoras de transporte público</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% de los empleados de las empresas operadoras del transporte público capacitados en la atención al usuario externo.</li> <li>• 80% de satisfacción del pasajero de las unidades vehiculares del transporte público.</li> </ul>
Proporcionar a los clientes manuales operacionales que incluyen procedimientos que	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan para fortalecer capacidades para mitigación y adaptación del cambio climático dirigidos a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas operadoras de transporte público.</li> <li>• Municipalidad provincial de Chiclayo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción al 60% de la emisión de CO2 producido por el parque automotor de las empresas</li> </ul>

<p>contribuyan la no contaminación del medio ambiente</p>	<p>operadores turísticos y empresas de transportes públicos.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Planeación y gestión de áreas de cero emisiones y zonas de protección, por ejemplo urbanizaciones verdes.</li> </ul>		<p>operadoras de transporte público.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización del 80% de combustibles no contaminantes del parque automotor de las empresas operadoras de transporte público</li> </ul>
<p>Fomentar y difundir los valores culturales locales a los pasajeros de los vehículos de las empresas operadoras de transporte público .</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ejecución del Plan de difusión conociendo mi cultura local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas operadoras de transporte público.</li> <li>• Municipalidad provincial de Chiclayo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 80% de pasajeros informados sobre la cultura local</li> </ul>

## BIBLIOGRAFÍA

1. Libro verde: El Transporte Urbano Sostenible: Revisión De Las Medidas Implantadas En Las Ciudades Españolas Integradas En La IniciativaCivitas (CIudad-VITAlidad-Sostenibilidad). Recuperado de: <http://www.catedraetm.es/pdfs/transporte-urbano.pdf>
2. Oficina de Turismo y Convenciones de Ámsterdam –citado: página oficial de Holanda. Recuperado de: <http://www.holland.com/es/preparatuviaje/moverse/transporte-publico-amsterdam.jsp>
3. Gerencia del terminal Fiori S.A.C. Publicaciones de: ANDINA – Agencia Peruana de Noticias- (AND295949) /05/2010 lima. Recuperado: <http://www.andina.com.pe/espanol/Noticia.aspx?id=AUrfjm2LmgY=>
4. VIII Congreso Iberoamericano de Municipalidades- Guayaquil. Ecuador, 2006.Recuperado de : <http://www.voxlocalis.net/revistas/num14/doc/docviii1.pdf>
5. Reglamento de Organización y Funciones del MTC aprobado con Decreto Supremo 021-2007-MTC.
6. Resolución Viceministerial N° 489-2008-MTC/02 del 04 de Junio del 2008
7. Reglamento de Organización y Funciones de la DRTC (aprobado con RER. No.563 - 2003-GR.LAMB y modificado con RER No.662 -2003, 504 -2005 y 089 -2006-GR.LAMB)
8. Plan Estratégico Provincial de Turismo – PEPTUR Chiclayo: 2006 – 2015
9. Organización Mundial de Turismo – OMT. [http://www.world-tourism.org/code\\_ethics/eng.html](http://www.world-tourism.org/code_ethics/eng.html)

10. Reyes J.(2006), Propuesta de un plan de mejora de la calidad de servicio en la superintendencia de Operaciones de HidroFalcón C.A a través del modelo SERVQUAL.(Tesis para Ingeniero Industrial).Universidad Nacional Abierta. Recuperado de :<http://hdl.handle.net/123456789/1811>
11. Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R., & Zeithaml, V. A. (1993). Un modelo de proceso dinámico de la calidad de servicio: de las expectativas de las intenciones de comportamiento (Vol. 30). Journal of Marketing Research.
12. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2010.) Manual de buenas prácticas en gestión de servicio para empresas de transporte ligado al turismo terrestre. Perú-Lima
13. CHACALTANA, J.( 2002). Restricciones a la generación de empleo en el sector turístico. Centro de Estudios para el Desarrollo y la Participación, Lima.
14. Rainforest Alliance & usaid.(2011). Guía de buenas prácticas, empresas de transporte ligado al turismo.washington.
15. ORG-Ecologistas en Acción, (2007). Los medios de transporte en la ciudad.un análisis comparativo. ecologistas en acción.  
[http://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf\\_Cuaderno\\_2\\_Comparativa\\_medios.pdf](http://www.ecologistasenaccion.org/IMG/pdf_Cuaderno_2_Comparativa_medios.pdf)
16. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2010).Manual de Buenas Prácticas Ambientales para el Servicio de Transporte ligado al Turismo Terrestre. Perú. Lima.
17. Manual de buenas prácticas “Chile por un turismo sustentable”.  
[http://www.scb.cl/4\\_ManualdeBuenaPracticaSectorTuristico.pdf](http://www.scb.cl/4_ManualdeBuenaPracticaSectorTuristico.pdf)
18. Ministerio de Transporte y Comunicaciones.Manual de señalización turística del Perú.  
[http://www.mtc.gob.pe/portal/Manual\\_Se%C3%B1alizacion\\_turistica\\_del\\_Peru.pdf](http://www.mtc.gob.pe/portal/Manual_Se%C3%B1alizacion_turistica_del_Peru.pdf)

19. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). Manual de Buenas Prácticas Ambientales para Agencias de Viaje y Turismo. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs\\_documentos\\_Cultur/Gestion\\_Ambiental/Manual\\_Buenas\\_Practicas\\_Ambientales\\_Agencias\\_Viaje\\_Turismo.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/Gestion_Ambiental/Manual_Buenas_Practicas_Ambientales_Agencias_Viaje_Turismo.pdf)
20. Reglamento Nacional de Administración de Transporte. [http://transparencia.mtc.gob.pe/idm\\_docs/normas\\_legales/1\\_0\\_2789.pdf](http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_2789.pdf)
21. Manual de Buenas Practicas Guía de Turismo y Operación Turística. [http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs\\_documentos\\_Cultur/MBP\\_GT\\_VERSION\\_FINAL\\_190707/MBP\\_Guias\\_de\\_Turismo\\_y\\_Operacion\\_Turistica.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/cultur/pdfs_documentos_Cultur/MBP_GT_VERSION_FINAL_190707/MBP_Guias_de_Turismo_y_Operacion_Turistica.pdf)
22. Manual de Apoyo para la Implantación de la gestión de la calidad según la Norma UNE-EN13816. <http://www.fomento.es/NR/rdonlyres/6336A739-3BBF-426C-AD69-1F3C59833A19/25583/Cap1ElmodelodecalidadsegunUNEEN13817.pdf>
23. PetitBoqué, (2007). La mejora de la calidad en los sistemas de transporte público como pilar de una movilidad más sostenible. <https://upcommons.upc.edu/pfc/bitstream/2099.1/5960/8/06.pdf>

## ANEXOS.

### Anexo 1: Encuesta de calidad para empleados de la empresa de transportes.

#### ENCUESTA

##### Instrucciones.

Instrucciones. Gracias por tomar un poco de su tiempo para responder esta encuesta, la cual tiene como finalidad evaluar la percepción del servicio de la empresa. Para responder esta encuesta debe colocar en los espacios de la columna las opciones siguientes: 4. Excelente 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

N°	DIMENSIONES SERVQUAL	NIVEL			
		EXC 4	BUE 3	REG 2	MAL 1
<b>TANGIBILIDAD</b>					
P1	Estado de los equipos y mobiliario de la empresa				
P2	Estado de la Infraestructura				
P3	Cuidado personal de los empleados				
P4	Limpieza de las instalaciones				
P5	Comodidad de las instalaciones				
<b>FIABILIDAD</b>					
P6	Condiciones del servicio de transporte prestado				
P7	Eficiencia en la solución de problemas de los usuarios				
P8	Efectividad del servicio de transporte				
P9	Veracidad de la información disponible a los usuarios				
P10	Funcionamiento de los equipos de oficina				
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
P11	Accesibilidad de la información sobre el servicio				
P12	Rapidez de funcionamiento del servicio				
P13	Cooperación hacia los usuarios				
P14	Nivel de atención al cliente				
<b>GARANTIA</b>					
P15	Confianza entre el personal				
P16	Respeto hacia el usuario				
P17	Discreción en la resolución de problemas de los usuarios				
P18	Profesionalismo del personal				
P19	Cumplimiento de las normas de seguridad				
<b>EMPATIA</b>					
P20	Individualismo de la atención al cliente				
P21	Conocimiento de las necesidades del cliente				
P22	Resolución de las necesidades del cliente				
P23	Ubicación y accesibilidad de instalaciones de la empresa				
P24	Sentido de pertenencia del personal con la empresa				

## Anexo 2: Encuesta de calidad a turistas.

### ENCUESTA

#### Instrucciones.

Gracias por tomar un poco de su tiempo en llenar esta sencilla encuesta, para ello solo debe colocar en los espacios de las columnas la valoración al aspecto indicado, según usted lo perciba o crea conveniente. Para responder esta encuesta debe colocar en los espacios de la columna las opciones siguientes: Excelente 3. Bueno 2. Regular 1. Malo

N°	DIMENSIONES SERVQUAL	NIVEL			
		EXC 4	BUE 3	REG 2	MAL 1
<b>TANGIBILIDAD</b>					
P1	Estado mecánico de las unidades				
P2	Limpieza de las unidades				
P3	Higiene personal de los choferes				
P4	Comodidad de las unidades				
<b>FIABILIDAD</b>					
P5	Uso de las paradas establecidas				
P6	Cumplimiento de la ruta				
P7	Confiable de las unidades (No tener fallas)				
P8	Resolución de problemas				
P9	Suministro de la información al usuario				
P10	Ubicación de las paradas (la parada más cercana le es cómoda)				
P11	Tarifa del servicio				
<b>CAPACIDAD DE RESPUESTA</b>					
P12	Disponibilidad de información				
P13	Rapidez del servicio				
P14	Cooperación de los choferes				
P15	Atención al cliente				
<b>GARANTIA</b>					
P16	Cumplimiento de normas de uso de la unidad				
P17	Cumplimiento de las normas de tránsito terrestre				
P18	Respeto hacia los usuarios				
P19	Respeto hacia el público en general				
P20	Cordialidad de los usuarios				
<b>EMPATIA</b>					
P21	Servicio brindado al usuario				
P22	Satisfacción de necesidades del usuario				
P23	Cumplimiento de horarios				
P24	Comodidad de las rutas				
P25	Interés de la empresa hacia la comunidad				

### Anexo 3: Encuesta de desarrollo de turismo sostenible.

#### ENCUESTA

##### Instrucciones.

Gracias por tomar un poco de su tiempo en llenar esta sencilla encuesta, para ello solo debe colocar en los espacios de las columnas la valoración al aspecto indicado, según usted lo perciba o crea conveniente. Para responder esta encuesta debe colocar en los espacios de la columna las opciones siguientes: Cumple, No cumple

N°	DIMENSIONES	NIVEL	
		Cumple	No cumple
<b>ASPECTO ECONOMICOS</b>			
P1	Estabilidad y crecimiento económico		
P2	Generación de empleos		
P3	Contratación de mano de obra local		
P4	Trato preferencial del residente		
P5	Satisfacción del cliente		
P6	Provisión de bienes básicos		
<b>ASPECTO SOCIO CULTURAL</b>			
P7	Contribución al desarrollo local		
P8	Bienestar de la comunidad		
P9	Alentar a los clientes para comprar productos y servicios locales		
P10	Conocer, fomentar y difundir los valores culturales locales		
P11	Apoyo a proyectos comunitarios		
P12	Manuales operacionales incluyan procedimientos para la reducción del ruido, especialmente en las operaciones de mantenimiento		
P13	Establecer acuerdos de colaboración comercial con otras empresas locales		
<b>ASPECTO AMBIENTAL</b>			
P14	Controlar el consumo diario, semanal o mensual de agua para cada área del negocio		
P15	Aplicar prácticas de uso eficiente del agua para el lavado de vehículos		
P16	Continuar monitoreando el consumo de energía tanto en las instalaciones como el consumo de los vehículos		
P17	Trabajar en conjunto con el personal para identificar e implementar Buenas Prácticas para el ahorro de energía		
P18	Monitorear el consumo de combustible para todos los vehículos		
P19	Usar detergentes y compuestos desengrasantes de degradación rápida		
P20	Proveer a los pasajeros de bolsas y contenedores de material biodegradables para los alimentos.		
P21	Difusión de material que contribuya a sensibilizar y concientizar a los visitantes		
22	Comprobar el estado de los neumáticos al menos una vez al mes		



26	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
27	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
29	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
30	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
31	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3
32	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
33	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	
34	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
35	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
38	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
39	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
40	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
41	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
42	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
44	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
46	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
47	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
48	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
49	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
50	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
51	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
52	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
53	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
54	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
55	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
56	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
57	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
58	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4

59	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
60	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
61	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
62	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
63	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
64	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
65	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
66	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
67	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
68	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
69	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
70	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
71	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
72	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
73	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
74	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
75	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
76	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
77	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
78	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
79	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
80	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
81	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
82	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
83	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
84	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
85	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
86	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
87	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
88	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
89	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
90	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
91	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4

92	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
93	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
94	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
95	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
96	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3

**Anexo 5: Resultados de la encuesta Servqual aplicada a los turistas usuarios de las empresas de transporte público terrestre de la región de Lambayeque para medir la percepción.**

N° de encuesta	PERCEPCIONES																								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25
1	2	3	4	3	4	2	3	4	4	1	3	1	1	1	1	3	3	2	1	3	3	1	3	3	2
2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	1	2	1	3	1	1	1	3	3	2	3	3	2
3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	1	3	1	1	1	3	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2
4	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	2
5	2	3	3	2	4	3	2	4	4	2	3	1	3	1	3	3	3	2	2	3	3	1	3	3	2
6	2	3	3	1	4	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3
7	2	2	3	2	4	3	2	1	1	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
8	2	1	3	3	4	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3
9	2	3	3	3	4	3	2	1	1	1	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3
10	2	1	3	3	4	3	2	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	3
11	2	3	3	3	4	3	2	4	4	1	3	2	2	1	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3
12	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1
13	2	3	3	3	4	3	2	1	1	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
14	2	1	3	3	4	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
15	3	3	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1
16	2	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
17	2	3	3	2	2	3	3	4	4	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2
18	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
19	1	2	3	2	2	3	3	1	1	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
20	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3
21	1	1	3	2	1	3	3	2	1	1	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	1	2	3

22	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
23	3	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
24	1	1	3	2	1	3	2	2	1	3	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3
25	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3
26	3	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3	2	3	3	3	2	1	3	3	2	3	3	3	2	3
27	1	1	3	2	1	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3
28	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3
29	1	1	3	2	1	3	2	2	1	3	3	2	1	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3
30	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	3	2	1	3	1	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3
31	3	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3
32	1	1	2	2	1	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3
33	3	3	4	2	1	3	3	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
34	3	3	3	2	2	3	1	1	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3
35	1	1	2	2	1	3	2	2	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3
36	3	3	4	2	1	3	3	4	4	3	3	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	1	1	3
37	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3
38	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3
39	2	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	2	3	1	2	3	3	3	2	3	3	1	1	3	3
40	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	3	3	2	1	3	3
41	1	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	1	3	3	4	2	3	3
42	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	3	3
43	3	3	3	3	1	3	3	4	4	1	2	2	3	2	2	3	3	3	1	1	3	4	1	3	3
44	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	3	3	2	2	1	3	4	2	3	3
45	1	1	3	1	1	3	2	2	1	1	2	2	3	2	2	3	2	1	1	1	3	4	1	3	3
46	3	3	3	2	1	2	3	4	4	1	2	2	3	2	2	3	3	2	1	3	3	4	2	3	3
47	1	1	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1	3	3	4	3	3	3
48	3	3	3	2	1	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
49	3	3	3	2	1	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
50	1	1	3	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
51	3	3	4	2	1	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
52	3	3	4	3	1	2	3	4	4	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3
53	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	2	3	3	4	3	3	3
54	3	3	4	3	1	2	3	4	4	2	2	2	3	1	2	3	3	2	1	3	3	4	3	1	3

55	3	3	4	3	1	2	3	4	4	2	2	2	3	1	2	3	3	2	1	3	3	4	3	1	3	
56	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1	3	3	1	3	1	3	
57	3	3	4	3	1	2	3	4	4	2	2	2	3	1	1	3	3	2	1	3	3	1	3	1	3	
58	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	
59	1	1	2	3	1	1	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	3	2	
60	1	3	2	3	1	1	2	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	3	2
61	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	
62	3	3	4	1	1	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	3	1	1	3	1	1	
63	1	3	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	
64	3	3	4	1	1	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	1	1	1	3	1	1	
65	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	
66	1	3	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	3	3	
67	1	3	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	3	
68	3	3	4	1	1	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	1	1	1	3	1	3	
69	1	3	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	1	3	1	3	
70	3	3	4	1	1	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	3	3	2	1	1	1	1	3	1	3	
71	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	
72	1	3	2	1	1	1	2	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3	
73	1	3	2	1	2	1	2	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3	
74	3	3	4	1	2	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	
75	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	
76	3	3	4	1	2	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	
77	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
78	1	1	2	1	2	1	2	3	1	1	2	3	3	1	2	2	1	1	2	3	1	1	2	3	3	
79	3	3	4	1	2	2	3	4	4	1	1	1	3	1	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	
80	1	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	2	3	
81	3	3	4	3	2	2	3	4	4	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	
82	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	
83	1	1	2	3	2	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	1	2	2	1	1	2	3	3	
84	3	3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	1	1	1	3	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	
85	1	1	2	3	2	2	2	2	1	3	3	1	1	2	2	3	2	1	1	2	3	3	3	3	3	
86	3	3	4	3	1	2	3	4	4	3	3	1	1	1	1	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3	
87	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	

88	1	1	2	3	1	1	2	3	1	3	3	3	1	3	2	3	1	1	2	2	1	1	2	3	3
89	3	3	4	3	1	2	3	4	4	3	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	1	1	1	1	3
90	1	3	2	1	1	2	2	2	1	3	3	1	1	3	2	3	2	1	3	2	1	1	1	1	3
91	3	3	4	2	1	2	3	4	4	3	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	1	1	1	1	1
92	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2
93	1	1	2	3	1	1	2	3	1	2	3	3	1	3	2	3	1	1	3	2	1	1	2	3	2
94	3	3	4	2	1	2	3	4	4	2	3	1	1	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3
95	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	3	1	1	3	2	3	2	1	3	2	3	3	3	3	3
96	3	3	4	2	1	2	3	4	4	2	3	1	1	3	1	3	3	2	1	2	3	3	3	3	3

**Anexo 6: Resultados de la encuesta Servqual aplicada a los empleados de las empresas de transporte público terrestre de la región de Lambayeque para medir la expectativa.**

N° de encuest	EXPECTATIVAS																							
	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21	E22	E23	E24
1	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
6	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
7	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
8	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
9	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
10	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

27	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
28	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
29	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
32	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
33	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
36	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
37	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
38	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
39	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
40	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
41	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
42	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
43	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
44	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
45	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
46	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
47	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
48	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
49	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
50	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
51	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
52	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
53	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
54	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
55	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
56	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
57	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
58	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
59	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4



93	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
94	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
95	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
96	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	
97	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
98	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
99	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
100	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	
101	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
102	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
103	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	
104	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	
105	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
106	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3
107	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
108	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4
109	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
110	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
111	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4

**Anexo 7: Resultados de la encuesta Servqual aplicada a los empleados de las empresas de transporte público terrestre de la región de Lambayeque para medir la percepciones.**

N° de encuesta	PERCEPCIONES																							
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24
1	2	3	3	2	1	2	3	4	4	1	1	1	1	1	1	2	3	2	1	2	1	1	2	3
2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3
3	2	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1	1	2	3
4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	3
5	2	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3
6	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2	2	3
7	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3
8	2	1	3	3	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	2	2	3	1	2	3
9	3	3	3	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3
10	3	1	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	3	1	2	3
11	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	1	3	1	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3
12	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2	2	3
13	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	1	3	1	2	3	3	3	2	2	3	1	2	2
14	3	1	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	3	1	2	2	2	3	2	2	3	1	2	1
15	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	3	1	2	2
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2	2	2
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
22	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
23	3	3	2	3	3	3	1	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
24	1	1	2	3	3	3	2	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2

25	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	
26	3	3	2	3	3	3	1	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2
27	1	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	
28	3	3	2	3	3	3	3	4	4	1	1	2	3	1	1	2	3	3	3	3	3	1	3	1	
29	1	1	2	3	3	3	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	1	
30	3	3	2	3	1	3	3	4	4	1	1	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	1	3	1	
31	3	3	2	3	2	3	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	1	3	2	
32	1	1	2	3	1	3	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	1	3	1	
33	3	3	2	3	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	1	2	3	3	3	3	3	1	3	1	
34	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	1	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	1	3	2	
35	3	3	2	3	3	3	3	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	3	3	
36	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	1	3	3	
37	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	1	3	3	
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2	3	3	
39	2	3	3	3	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	1	3	3	
40	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	3	2	3	3	
41	1	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	
42	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	
43	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
44	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	
45	1	1	3	3	1	3	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	
46	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
47	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	
48	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	
50	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3	3	3	
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	
52	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	
53	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	
54	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	
55	3	3	3	2	1	3	3	4	4	3	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	
56	1	1	3	1	1	3	2	2	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	3	3	1	3	3	3	
57	3	3	2	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	

58	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3
59	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3
60	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3
61	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3
62	3	3	2	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3
63	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	3	1	1	3	3	3
64	3	3	2	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	3	3	3
65	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3
66	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3
67	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	3	3	1	3	3	3
68	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	3	3	3
69	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	3	1	1	3	3	3
70	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	3	3	3
71	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3
72	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	3	3	3
73	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	3	3	3
74	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	3	3
75	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	3	1	3
76	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	1	3
77	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3
78	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	3	2	3
79	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	1	1
80	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	3	1	1
81	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	1	1
82	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
83	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	3	2	3
84	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	1	1
85	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	3	1	1
86	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	3	1	1
87	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2
88	1	1	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	3	2	3
89	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
90	1	1	2	1	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3

91	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	
92	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	
93	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	
94	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3	
95	1	1	2	1	1	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	
96	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3	
97	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	
98	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	
99	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3	
100	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3	
101	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3	
102	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	
103	1	1	2	3	1	1	2	3	1	3	3	3	3	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	
104	3	3	4	2	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3
105	1	1	2	1	1	2	2	3	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1	1	3	1	3
106	3	3	4	2	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	1	1	1	3	1	3
107	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3
108	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3
109	3	3	4	2	1	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
110	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3
111	3	3	4	2	1	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3

**Anexo 8: Resultados de la encuesta aplicada a los turistas de las empresas de transporte público terrestre de la región de Lambayeque para medir el cumplimiento de prácticas en los aspectos relacionados al turismo sostenible**

N° de encuesta	NIVEL DE CUMPLIMIENTO																					
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	1	1	1
2	2	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2
3	2	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	1	1
4	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2
5	2	3	3	3	1	2	3	4	4	1	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	3	1
6	2	3	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	3	2
7	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1
8	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	2	2	3	1
9	3	3	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	3	1	2	2	2	3	1
10	3	1	1	2	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	3	1
11	2	3	1	2	3	3	3	3	4	2	1	1	3	1	2	2	3	2	2	2	3	1
12	2	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	1	1	3	2	2	3	2
13	3	3	1	2	3	1	1	3	1	2	1	1	3	1	2	3	3	3	2	2	3	1
14	3	1	1	2	3	1	2	3	2	2	1	1	3	1	2	2	2	3	2	2	3	1
15	2	3	1	2	3	1	2	3	4	2	1	1	3	1	2	1	2	3	2	2	3	1
16	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	3	2	1	2	2	1	1	3	2	2	3	2
17	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
19	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	3	3	1	2	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

23	3	3	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25	3	3	1	1	3	3	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26	3	3	1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	1	1	3	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28	3	3	1	1	3	3	3	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30	3	3	1	1	1	2	3	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	3	3	1	1	2	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
32	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
33	3	3	1	1	1	2	3	4	4	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
34	3	3	1	1	3	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	3	3	1	1	3	2	3	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	3	3	1	1	3	2	3	3	4	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37	3	3	1	1	3	2	3	3	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
38	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
39	2	3	3	3	1	2	3	4	4	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
40	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2
41	1	2	3	3	1	2	1	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
42	3	3	3	3	2	2	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3
43	3	3	3	3	1	2	3	4	4	3	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3
44	3	3	3	3	2	2	1	1	1	3	1	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3
45	1	1	3	3	1	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	2	1	3	3	3	3
46	3	3	3	3	1	2	3	4	4	3	1	2	2	1	3	2	3	2	3	3	3	3
47	1	3	3	3	3	2	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	3	3
48	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2
49	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	3	2
50	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2
51	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
52	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
53	1	3	3	3	3	1	3	3	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2
54	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
55	3	3	3	2	1	1	3	4	4	3	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2

56	1	1	3	1	1	1	2	2	1	3	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2
57	3	3	2	2	1	1	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
58	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2
59	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2
60	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2
61	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2
62	3	3	2	2	1	1	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
63	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2
64	3	3	2	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
65	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2
66	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2
67	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2
68	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	1	2	1	1	2
69	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	2	2	3	2	2	1	3	1	1	2
70	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	2	1	3	2	3	2	3	1	1	2
71	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
72	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	2
73	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	2
74	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
75	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2
76	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
77	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
78	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	2
79	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
80	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2
81	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
82	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
83	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	2
84	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
85	1	1	2	1	1	3	2	2	1	1	1	1	1	3	2	2	2	1	3	1	1	2
86	3	3	4	2	1	3	3	4	4	1	1	1	1	3	1	2	3	2	3	1	1	2
87	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
88	1	1	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	3	2	3	1	1	3	3	1	2

89	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	1	2	1	1	3	3	3	3	3	3	2
90	1	1	2	1	1	3	2	3	1	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2
91	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2
92	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	2
93	1	1	2	3	1	3	2	3	1	1	2	1	2	1	2	3	1	1	2	3	1	2
94	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	1	2	1	2	2	3	2	1	1	1	2
95	1	1	2	1	1	3	2	3	1	3	3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2
96	3	3	4	2	1	3	3	3	4	3	3	1	2	1	2	2	3	2	1	1	1	2
97	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2
98	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	1	2
99	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	2	1	1	2	3	2	1	1	1	2
100	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2
101	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	1	2	1	1	2	3	2	1	1	1	2
102	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
103	1	1	2	3	1	1	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	3
104	3	3	4	2	1	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	3
105	1	1	2	1	1	2	2	3	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
106	3	3	4	2	1	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	1	3
107	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3
108	1	1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3
109	3	3	4	2	1	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
110	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1
111	3	3	4	2	1	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD  
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02  
Versión : 07  
Fecha : 31-03-2017  
Página : 1 de 1

Yo, MBA. Francisco Eduardo Cúneo Fernández, he filtrado la tesis del estudiante, **SANDOVAL ROJAS, ROSSINA ROSA ISABEL**, titulada: **LA CALIDAD DEL SERVICIO DEL TRANSPORTE PÚBLICO TERRESTRE Y SU APOORTE AL DESARROLLO SOSTENIBLE EN LOS PRINCIPALES DESTINOS TURÍSTICOS DE LA REGIÓN LAMBAYEQUE**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 12 de diciembre de 2018



**MBA Francisco E. Cúneo Fernández**  
Coordinador – Negocios Internacionales

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



### ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Yo, FRANCISCO EDUARDO CÚNEO FERNÁNDEZ, docente de la Facultad de CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional de TURISMO Y NEGOCIOS de la Universidad César Vallejo, filial Chiclayo, revisor (a) del trabajo de investigación titulado:

**"La calidad del servicio del transporte público terrestre y su aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la región Lambayeque"** de la estudiante Ruiz Castro Gabriela María constato que la investigación tiene un índice de similitud de 24 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Chiclayo, 14 de diciembre de 2018

  
.....  
MBA. Francisco E. Cúneo Fernández  
43790999



Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Ruiz Castro Gabriella María.  
D.N.I. : 44344365  
Domicilio : Lambayeque.  
Teléfono : Fijo : ..... Móvil 972667986  
E-mail : gabi\_mrc@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales.  
Escuela : Turismo y Negocios.  
Carrera : Turismo y Negocios.  
Título : Licenciada en Turismo y Negocios.

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....

Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor:

Ruiz Castro Gabriella María.

Título de la tesis:

La calidad del servicio de transporte público terrestre y su aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la Región Lambayeque.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :  .....

Fecha : 28 de marzo del 2019.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)  
"César Acuña Peralta"

## FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

### 1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Sandoval Rojas Rossina Rosa Isabel  
D.N.I. : 44860589  
Domicilio : Santa María 1 # 506 – Cayaltí.  
Teléfono : Fijo : ..... Móvil : 983542691  
E-mail : isabelsando15@hotmail.com

### 2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias Empresariales.  
Escuela : Turismo y Negocios.  
Carrera : Turismo y Negocios.  
Título : Licenciada en Turismo y Negocios.

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado : .....  
Mención : .....

### 3. DATOS DE LA TESIS

Autor:

Sandoval Rojas Rossina Rosa Isabel.

Título de la tesis:

La calidad del servicio de transporte público terrestre y su aporte al desarrollo del turismo sostenible en los principales destinos turísticos de la Región Lambayeque.

Año de publicación : 2018

### 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento,

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma :

Fecha : 28 de marzo del 2019.



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E.P. de Turismo y Negocios

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Gabriella Myrica Ruiz Castro.

INFORME TÍTULADO:

La Calidad del Servicio de transporte público  
terrestre y su aporte al desarrollo del Turismo,  
Sostenido en los Principales Destinos Turísticos de la Región Lambayeque.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada de Turismo y Negocios

SUSTENTADO EN FECHA: 21 de Diciembre 2018

NOTA O MENCIÓN: Aprobado por Unanimidad.



[Firma]

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN



# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

E. P. de Turismo y Negocios.

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Rossina Rosa Isabel Sandoval Rojas  
INFORME TITULADO: La calidad del servicio del  
Transporte público Terrestre y su aporte  
al desarrollo del Turismo Sostenible  
en los principales destinos turísticos de la Región Lambayeque

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada de Turismo y negocios.

SUSTENTADO EN FECHA: 21 de diciembre del 2018.

NOTA O MENCIÓN: Aprobada por unanimidad.



[Firma]  
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN