



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**“CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE
TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSIÓN EN LA
AFLUENCIA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE PIURA. 2012.”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y
HOTELERÍA**

AUTORA

AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS

ASESORES

Lic. Walter Lizano Troncos

Lic. Yanilda Aguirre Valde

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

GESTIÓN TURÍSTICA

PIURA – PERÚ

2012



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

JORNADA DE INVESTIGACIÓN Nº 2

ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Jurado encargado de evaluar el trabajo de investigación, PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE:
DESARROLLO DE TESIS

Por don(a)

AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS

Cuyo Título es:

"CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSIÓN EN
LA AFLUENCIA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE PIURA. 2012"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante,
otorgándole el calificativo de: 13 [Número] buena [Letras].

Piura 10 de mayo del 2019.


Dr. Miguel Saldarriaga Pacheco
PRESIDENTE


Mg. José Francisco Lázaro Velázquez
SECRETARIO


Mg. Alfredo Seminario Venegas
VOCAL

Dedicatoria

Con todo cariño dedico la presente investigación a mis procreadores Guillermo y Aurea, ello por apoyarme en todos los momentos de mi vida.

Silvana

Agradecimiento

A Dios y a la Virgen Santísima por alumbrarme en todos los días de mi vida universitaria.

A mis profesores, que con sus enseñanzas, he logrado adquirir los conocimientos con los que ahora me servirán para aplicar en mi vida profesional.

Silvana

Declaración de autenticidad

Yo, AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS con DNI N ° 44029075, para cumplir con las disposiciones vigentes contempladas en la Oficina de Grados y Grados de la Universidad César Vallejo, declarar bajo el juramento que toda la documentación que acompaña el informe es verdadera y auténtica.

Además, también declaramos bajo juramento que todos los datos e información en este informe son verdaderos y auténticos.

En este sentido, asumo la responsabilidad que corresponde a cualquier falsedad, ocultación u omisión de documentos e información, tema de los estándares académicos de la Universidad César Vallejo.

Piura, 23 de julio de 2012.



AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS

DNI 44029075

Presentación

Señores miembros del jurado:

La medida de la calidad en los servicios del sector turismo, es una herramienta importante para poder identificar debilidades e implementar planes de mejora en la prestación del servicio, siendo su aplicación es factible en todos los productos turísticos.

El servicio de transporte local, constituye parte del equipamiento en un destino turístico y la mejora en su prestación puede influir en la percepción del mismo. Piura es una ciudad en la que el servicio de transporte de mototaxi, forma parte de su cultura, es muy común el encontrar el servicio disponible en prácticamente toda la ciudad y a todo aquel que transita en la ciudad de Piura, sea residente o turista.

El presente estudio surge de la necesidad de medir la repercusión entre la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi y la afluencia turística de Piura, por lo se orienta a “determinar la repercusión de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi en la afluencia turística de la ciudad de Piura”.

A fin de cumplir con el objetivo planteado, se desarrolló un estudio cuantitativo, transversal y correlacional, las fuentes de información fueron principalmente primarias, recogidas a través de una encuesta aplicada a 164 turistas de la ciudad de Piura.

La hipótesis que se planteó en la investigación consideró que la calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión significativa en la afluencia turística de Piura, al término de la investigación se encontró que la correlación es no significativa entre la calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi y la afluencia turística, rechazándose la hipótesis general de la investigación.

El capítulo I: sistematiza la introducción, presenta la realidad problemática, los trabajos anteriores, las teorías relacionadas con el tema, los problemas de la investigación, la justificación y finalmente los objetivos del estudio.

En el Capítulo II: Método, el diseño de la investigación, las variables y su operacionalización, la población y la muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, la validez y confiabilidad, los métodos de análisis de datos y, finalmente, los aspectos éticos son: mostrado

En los capítulos III y IV: los resultados muestran los resultados de los trabajos anteriores, las teorías relacionadas con el tema se comparan con los resultados en la presente investigación, respectivamente. La propuesta también se desarrolla.

En los capítulos V, VI y VII: se detallan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas que sirvieron de base para el desarrollo de esta investigación y los anexos utilizados.

Esta investigación se presenta en cumplimiento de los estándares de Grados y Grados de la Universidad César Vallejo. A la espera de cumplir con los requisitos para obtener la Licenciatura Profesional en Gestión de Hostelería y Turismo.

Aurea Silvana Ramirez Cardenas

Índice de contenido

<i>Página del jurado</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Dedicatoria</i>	3
<i>Agradecimiento</i>	4
<i>Declaración de autenticidad</i>	<i>¡Error! Marcador no definido.</i>
<i>Presentación</i>	5
<i>Resumen</i>	10
<i>Abstract</i>	11
I. INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad Problemática	12
1.2. Trabajos previos.....	14
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	17
1.3.1 Marco Teorico	17
a. El Departamento de Piura	17
b. Accesos a la ciudad de Piura y transporte local.....	18
c. El turismo y el empleo:	19
d. El sistema Turístico	19
f. La importancia del transporte turístico	23
i. Afluencia Turística:	24
g. Turismo en el Perú.....	24
h. Mototaxi	26
j. Calidad y Servicio:	28
k. Calidad del servicio en el sector turístico:	29
l. Modelo SERVQUAL aplicado a la empresa turística:	31
m. SERVPERF:	32
1.4. Formulación del Problema	33
1.4.1. Pregunta General	33
1.4.2. Preguntas específicas.....	33
1.5. Justificación del estudio	33
1.3. Objetivos	34
1.3.1. Objetivo general.....	34
1.3.2. Objetivos específicos	34
II. Método	35
2.1. Diseño de la investigación	35
2.2 Hipótesis	35
2.2.1 Hipótesis general:	35
2.2.2 Hipótesis específicas:	35
2.3 Variables.....	35
2.4 Población y muestra.	33
2.4.1 Población:	33
2.4.2 Muestra	33
2.5 Técnica e instrumentos de recolección	34
2.5.1 Técnicas.....	34
2.6 Metodos de análisis.....	34
2.7 Aspectos Eticos	34
III. RESULTADOS	35
3.1. Identificación de las características, percibidas por el turista, que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura.....	35
3.1.1. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Elementos Tangibles. 35	35
3.1.2. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Fiabilidad. ..38	38
3.1.3. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Capacidad de Respuesta. 43	43
3.1.4. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Seguridad. 45	45
3.1.5. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Empatía.53	53
3.2. Determinación de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi.....	56

3.2.1.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Elementos Tangibles	56
3.2.2.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Fiabilidad.....	58
3.2.3.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Capacidad de Respuesta.....	59
3.2.4.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Seguridad.....	60
3.2.5.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Empatía.....	61
3.2.6.	Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, por dimensiones ..	62
3.3.	Determinación de la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura Afluencia Turística	63
3.3.1.	Afluencia Turística	63
3.3.2.	Repercusión de la calidad en la afluencia turística de la ciudad de Piura	65
IV.	DISCUSIÓN	67
4.1.	Discusión de resultados	67
4.1.1.	Características que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura.	67
4.1.1.1.	Características que posee el servicio de mototaxis respecto a los elementos tangibles	67
4.1.1.2.	Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la fiabilidad	68
4.1.1.3.	Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la Capacidad de respuesta	69
4.1.1.4.	Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la Seguridad.....	70
4.1.1.5.	Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la Empatía	71
4.1.2.	Calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi	71
4.1.3.	Repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en los turistas de la ciudad de Piura.....	73
4.2.	Contrastación de la hipótesis	74
4.2.1.	Contrastación de la Hipótesis específica N°1:.....	74
4.2.2.	Contrastación de hipótesis específica N°2:	75
4.2.3.	Contrastación de la Hipótesis específica N°3:.....	77
4.2.4.	Contrastación de la Hipótesis General:	77
V.	CONCLUSIONES	79
VI.	RECOMENDACIONES	80
VII.	REFERENCIAS	82
ANEXO	85

Resumen

La presente investigación titulada: “Calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxis y su repercusión en la afluencia turística de la ciudad de Piura. 2012.”; el objetivo primordial de esta investigación se encuentra enmarcado en la determinación de la repercusión de calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi en la afluencia turística de la ciudad de Piura. La metodología aplicada para la medición de la calidad de servicio fue la del SERVPERF, basada en el modelo SERVQUAL y la repercusión se determinó a través del coeficiente de correlación de Pearson. La presente investigación es de tipo correlacional – causal y transeccional, pues describe que no existen repercusiones significativas entre las variables de estudio. Acuerdo a los hallazgos obtenidos, se rechazó la hipótesis de la investigación.

Palabras clave: Calidad de servicio, Mototaxi y Afluencia turística.

Abstract

The present investigation titled: "Quality of the provision of the service of transport of mototaxis and its repercussion in the tourist affluence of the city of Piura. 2012. "; The main objective of this investigation is framed in the determination of the repercussion of the quality of the provision of the transport service of mototaxi in the tourist affluence of the city of Piura. The application and the repercussion were determined in Pearson's cooperation coefficient. The present investigation of correlational type - causal and transeccional, to describe relations between the service quality of transport of mototaxi and the tourist affluence of Piura. The results indicate that there are no repercussions between the study variables. According to the findings included, the hypothesis of the investigation was rejected.

Keywords: Quality of service, and Mototaxi. Tourist Influx.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática

La expansión de las mototaxis en el país se produce como consecuencia de los ajustes económicos de los años noventa, en que las personas eran despedidas y buscaban nuevas alternativas de subsistencia. Es así como gran cantidad de los desempleados adquirió este tipo de vehículos convirtiéndolas en una fuente de trabajo.

La existencia de este servicio de transporte tiene como principal argumento el hecho de haberse convertido en fuente de empleo para muchas personas y del que dependen sus familias y toda la industria asociada que ha surgido conjuntamente con la masificación de este servicio; igualmente, se alega el hecho que en la actualidad se ha convertido en fuente de trabajo también para los jóvenes que encuentran en este medio la única opción de trabajo posible.

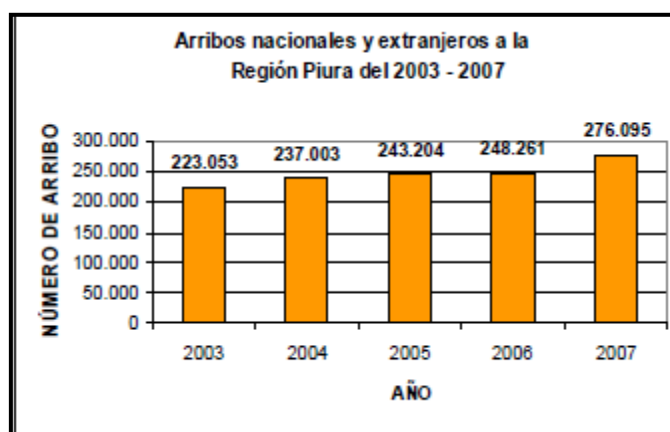
Según el Registro de la División de Tránsito y Circulación Vial y Tránsito de la Municipalidad Provincial de Piura, en el distrito de Piura, al 31 de Octubre del 2011, existen 134 Asociaciones de Mototaxistas, de las cuales 100 de ellas han registrado el número de mototaxis con que cuenta cada asociación, llegando a un total de 1,788 mototaxis y 88 Asociaciones han registrado el número de socios, habiendo registrado en total a 1,926 socios.

El servicio de mototaxi es considerado como un vehículo generador de accidentes, deficiente calidad, como trasgresor de normas de tránsito, etc., al respecto, las razones más importantes para esa idea generalizada en los usuarios, se debe al excesivo número de mototaxistas, que provoca una feroz competencia entre los choferes, que los lleva a actuar bajo conductas temerarias (exceso de velocidad, circulación por vías no autorizadas, sobrepasar las zonas de trabajo permitidas, transportar carga mayor a su capacidad), igualmente la falta de educación en seguridad vial, es otro factor que contribuye al riesgo de ocurrencia de accidentes provocados por estas unidades.

Los diferentes estudios muestran frecuentemente la realidad del servicio de transporte convencional, ya sea de transporte pesado, interprovincial, autos y camionetas, pero no muestran la realidad en la que se desenvuelve el transporte no convencional, dentro del cual está incluido el servicio de transporte de mototaxi, aún cuando es parte de la realidad de cada vez más regiones del Perú.

Piura es una ciudad que, según datos del último anuario presentado por Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, ha venido incrementando el número de arribos nacionales y extranjeros, presentando un incremento de 248,261 a 276,095 arribos del 2006 al 2007, tal como se muestra en el Gráfico 2.1.1. Arribos nacionales y extranjeros a la región Piura del 2003 al 2007, lo que representa un incremento de 11.21% sólo en ese periodo, mostrando ser un destino cada vez más atractivo para el turista nacional y extranjero.

Gráfico 2.1.1 Arribos nacionales y extranjeros a la región Piura del 2003 al 2007



Fuente: Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. Anuario Estadístico 2003 – 2007

Para que el incremento de turistas en la región sea sostenible en el tiempo, se requiere de un soporte de servicios de buena calidad, que no sólo proporcione la satisfacción de una necesidad de transporte, sino también que otorgue seguridad, fiabilidad, elementos tangibles en buen estado y un buen trato a los clientes.

Si la percepción del ciudadano local, actualmente, es negativa respecto a este servicio es de esperarse que la percepción del turista sea aún peor, pues ellos buscan un momento de placer al visitar la ciudad de Piura y uno de los factores que genera mayor desorden, tras visitar las calles, es el servicio de mototaxi, contribuyendo de manera negativa en la percepción de la ciudad como destino turístico.

1.2. Trabajos previos

Urdaneta, Monasterio y Peña (2011), en su tesis denominada “Calidad del servicio de taxis del municipio Maracaibo”. Ellos proponen una investigación descriptiva y aplicada, tiene un diseño no experimental, de tipo descriptivo. La población de esta investigación se caracteriza por los usuarios de las líneas de taxis del municipio de Maracaibo y el tipo de muestreo utilizado fue el del conglomerado El La estrategia metodológica consiste en: 1) análisis documental, para contextualizar la importancia de los servicios públicos y de la calidad; 2) diseño y validación del instrumento para valorar la calidad desde la perspectiva del usuario, 3) aplicación de los instrumentos en el municipio Maracaibo, 4) Análisis factorial de la data y redimensionamiento de la variable, y, 5) análisis de los resultados. Llegando a las siguientes conclusiones: este servicio estudiado es una forma particular de transporte urbano y en este país el gobierno es el responsable de el, es en este sentido que la calidad del mencionado servicio tiene repercusiones directas en los ciudadanos, razón por la cual se deben buscar mecanismos para que este sea de calidad. Para poder caracterizar la calidad se han definido las 3 dimensiones: confiabilidad, socialización y la responsabilidad para identificarlas se ha desarrollado un análisis de varianza. Se debe indicar que en esta investigación los niveles de calidad son medios, teniendose que mejorar en los tiempos y costos del servicio. Asimismo en cuestión de socialización y responsabilidad se debe mejorar en cuanto a la educación que reciben los taxistas, se debe comentar también que el gobierno debe participar y controlar estas mejoras para tener un servicio integral.

Hussain y Ekiz (2007) en el estudio denominado “Percepción de la calidad del servicio de la calidad del servicio en las empresas aéreas del norte

de Chipre. Una aplicación del análisis lineal de patrones”; tuvo como muestra a los usuarios de la línea aérea de bandera del norte de Chipre durante mayo y julio teniendo un estudio no probabilístico. Como instrumento de recolección se utilizó la teoría de Ekiz, Hussain y Bavik (2006). Se aplicaron 610 cuestionarios tenía solo 583 cuestionarios válidos. En el cuestionario se hace referencia a las percepciones de los usuarios sobre el servicio. Teniendo en cuenta tangibilidad, empatía, personal, imagen, intención de compra, satisfacción del consumidor y comunicación, se usó escalas Likert para poder recolectar y analizar la información. Para los resultados se utilizó el SPSS v. 10 y LISREL 8.54. calculándose la media, desviación y las frecuencias. Se obtuvo como resultados que la industria de los servicios es uno de los más importantes sectores en los países en desarrollo. Debido a que las personas siempre buscan calidad en lo que reciben, ahora las empresas se han vuelto más sensibles y tratan de brindar el mejor servicio para sobresalir y seguir compitiendo en un entorno altamente competitivo. De manera similar, si las compañías de transporte aéreo continúan mejorando tecnológicamente, pueden obtener una mayor porción del mercado. El factor clave del éxito es lograr un servicio de alta calidad y mantenerse en esos niveles. Las fallas conducirán a la falta de satisfacción en el servicio. Este estudio tuvo como objetivo replicar una escala de medición llamada AIRQUAL que fue desarrollada por Ekiz, Hussain y Bavik (2006) y que consiste en una escala de múltiples elementos que mide la calidad de servicio percibida de una aerolínea de bandera. Durante el trabajo de campo se encontró que los encuestados se quejaron de muchos aspectos relacionados con el producto y el servicio de las aerolíneas de bandera, lo que llevó a los investigadores a replicar este estudio después de cuatro años, pudiendo observar que no hubo cambios significativos durante ese período (Ekiz, Hussain y Bavik 2006). Acuerdo con los resultados actuales, se pueden hacer algunas recomendaciones a las aerolíneas de bandera. Para satisfacer mejor a sus clientes, se debe dar mayor importancia a los aspectos visibles, como el exterior de la aeronave y el aspecto interior, los procedimientos eficientes de manejo de la carga, el mantenimiento técnico de la aeronave a intervalos regulares, el personal debe estar capacitado y altamente calificado para poder comprender mejor y atender a los consumidores. Aún más, deben actualizar

sus servicios de catering. Principalmente en el campo de la comercialización, la empresa debe contratar personal calificado. La muestra es la limitación del estudio porque solo utiliza una aerolínea de bandera e ignora las del capital privado; por lo tanto, los resultados no pueden generalizarse a otras aerolíneas. Se recomiendan estudios adicionales para llenar este vacío, lo que podría ayudar a fortalecer y generalizar los resultados de este estudio. Incluso los proveedores de servicios de otras aerolíneas podrían ofrecer posibilidades de comparación y, por lo tanto, agregar otros puntos de vista. Finalmente, muchos de los temas encontrados en la literatura sobre la calidad del servicio aún no se han explorado. Por ejemplo, diferentes formas de desarrollar pautas de marketing para gestionar la calidad percibida del servicio y cómo la industria hotelera puede utilizar el concepto de calidad de servicio para formular estrategias de marketing de manera eficiente.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Marco Teorico

a. El Departamento de Piura ¹

La ubicación del departamento de Piura es en el litoral norte del territorio peruano, al sur de la Línea Ecuatorial. El departamento de Piura cuenta con muchos atractivos turísticos², y éstos poseen gran valor histórico y cultural, como los vestigios de la cultura Tallán, una de las más antiguas de las costas del Perú, entre ellos se tienen plazas, puentes y malecones, así como, desiertos, puertos y playas, también cuenta con grandes obras culturales, lugares históricos e importantes restos arqueológicos. Piura es cuna del Contralmirante Miguel Grau Seminario, héroe de Angamos y peruano del milenio; José Ignacio Merino, uno de los grandes pintores piuranos; Enrique López Albújar, insigne novelista costumbrista y autor de la famosa Matalaché; Carlos Salaverry, poeta del romanticismo en el Perú, José Cayetano Heredia, insigne médico, entre otros.

Atractivos turísticos no sólo se encuentran en la capital, sino también en otras provincias, entre los que pertenecen a la ciudad de Piura, se pueden mencionar: La Catedral, la Casa Grau, Iglesia San Francisco, Iglesia San Sebastián, Plaza de Armas, Óvalo Grau, Plaza Bolognesi, Plaza Merino, Plaza Tres Culturas y el Museo Municipal.

En provincias se tienen atractivos turísticos, como son:

Las Lagunas de las Huaringas, en la provincia serrana de Huancabamba, centro conocido de la brujería y curanderismo, aguas medicinales, el centro de la orfebrería del norte en la Encantada: heredada de Los Vicus, cerca de la ciudad de Chulucanas, capital de la provincia de Morropón, el centro de peregrinación más grande del norte en la ciudad de Ayabaca, donde está el milagroso Señor Cautivo, el primer puerto del departamento en Paita y sede de bellísimas playas como Colán y Yacila, sitio de peregrinación de la tradicional Virgen de Las Mercedes en su famosa Basílica, las playas de fama internacional del departamento en las localidades de Máncora y Cabo Blanco en la provincia de Talara, un centro de población negra en el Perú, localizado

¹ Recuperado de : <http://webinei.inei.gob.pe/SIRTOD/infgen.html#>

² CONCYTEC. *Atractivos Turísticos de Piura*. Recuperado de: <http://revistas.concytec.gob.pe/pdf/rpp/v61n2/a11v61n2.pdf>

en la localidad de Yapatera, en la provincia de Morropón.

Morropón, cuna del tondero y la cumanana, los famosos manglares de San Pedro, en la provincia de Sechura, las ruinas de la ciudadela incaica de Aypate, en la provincia de Ayabaca, el desierto más grande de todo el Perú, en Sechura, con sus famosas dunas de arena, la laguna de Ñapique y San Ramón, Asiento de los fosfatos de Bayovar, la capital artesanal de Piura, en el pintoresco pueblo de Catacaos, famosa por sus artesanías de oro y plata, labrados en cuero, artesanías de paja y pinturas costumbristas. Catacaos es la ciudad natal de Cayetano Heredia, la ciudad de Tambogrande, capital del mango, Sullana, capital arrocera y algodонера de Piura, las ruinas de Narihualá, en Catacaos, el coto de caza El Angolo, en Sullana.

Asimismo, Piura es muy conocida por su exquisita gastronomía y especialidad en pescados y mariscos.

Como se puede apreciar, Piura es un departamento con numerosos destinos turísticos, los mismos que no se concentran en la región costera, sino en toda la región.

b. Accesos a la ciudad de Piura y transporte local

El acceso a Piura puede ser por vía aérea o terrestre, asimismo, se puede usar la vía marítima a través del puerto de Paita, situado en la provincia del mismo nombre, la misma que se encuentra a 65 km. de la ciudad de Piura (45 minutos de viaje por la carretera Panamericana).

Piura, está unida con Lima y otras ciudades de la costa a través de la carretera Panamericana Norte, la distancia desde Lima es de 1035 Km, con aproximadamente 15 horas de viaje en ómnibus interprovincial y por vía aérea aproximadamente 1.5 horas de viaje.

Según el Ministerio de Transporte, en la ciudad de Piura existen 11 empresas de transporte interprovincial que tienen salidas diarias Lima - Piura y Piura - Lima, con servicios diferenciados en cada uno de ellos; asimismo, existen tres aerolíneas con salidas diarias y frecuentes Lima - Piura y Piura - Lima.

Esta disponibilidad de transporte, con lo que cuenta la ciudad de Piura, favorecen el ingreso de turistas por esta ruta y convirtiéndola en la primera ciudad que

visitan cuando eligen como destino turístico el departamento de Piura.

El turista que decide transitar por la ciudad de Piura, los medios con los que cuenta son: combis, taxis, mototaxis y motos lineales; siendo el medio de transporte más ofertado el de mototaxi.

Luego de identificar los diferentes accesos a Piura, se puede afirmar que Piura es una zona privilegiada en cuanto a la facilidad de acceso, pues se puede llegar a este destino por los tres medios: aéreo, terrestre y marítimo.

c. El turismo y el empleo³:

El turismo esta tradicionalmente considerado como un sector que utiliza, de forma intensiva y muchas veces estacional, el factor trabajo. Es un generador importante de nuevos puestos de trabajo, teniendo el componente de servicios personales en la mayoría de las prestaciones turísticas: Camareros, recepcionistas, etc.

- i. Tareas Manuales y subalternas: Camareros, cocineros, barmans, camareras de pisos, botones, etc.
- ii. Tareas Administrativas e intelectuales: recepcionistas, personal de agencias de viajes, guías, etc.

Normalmente, se designa por empleo directo el que se realiza en una empresa turística, hotel, agencias de viajes, y por empleo indirecto un puesto de trabajo en una empresa relacionada indirectamente con el turismo- discotecas, comercios, situadas en zonas turísticas – o una empresa suministradora de bienes y servicios para el sector turístico.

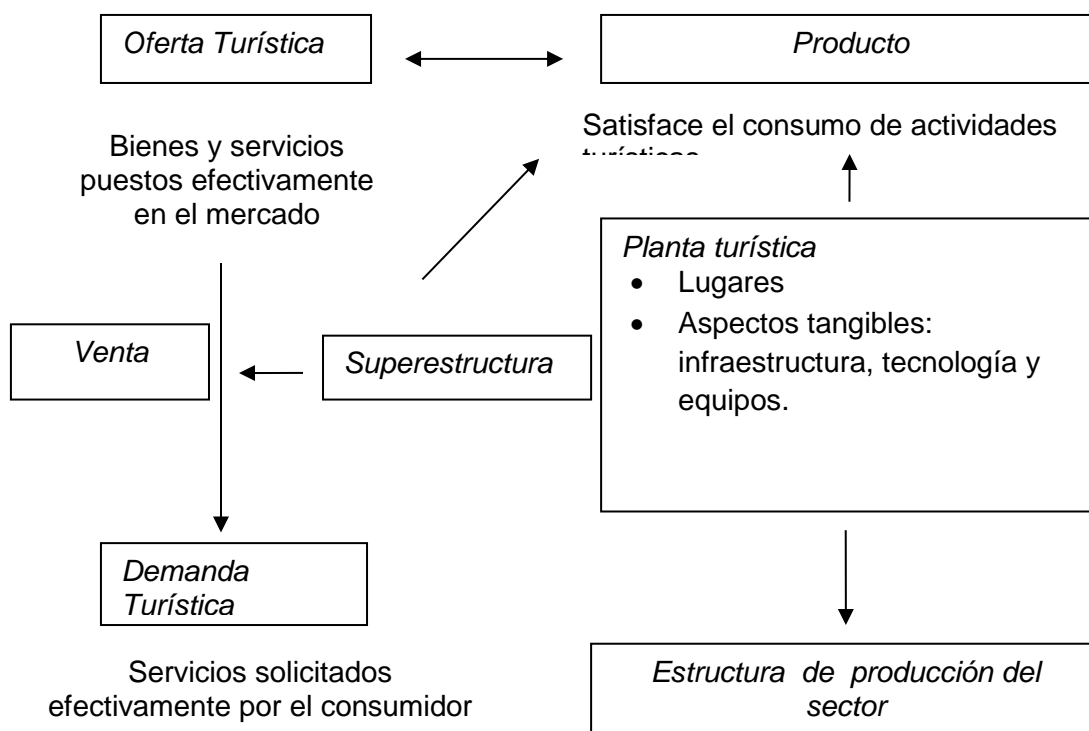
d. El sistema Turístico⁴:

El turismo es el resultado de un estigma social, teniendo como punto de partida el tiempo libre y el progreso del sistema de transporte. (Boullón, 2006; p. 32).

Figura N° 1: El Sistema Turístico

³ Montaner, J. (2006), Estructura del Mercado Turístico. Pág. 122.

⁴ Boullón, R. (2006), Planificación del espacio Turístico, Pag.32.



Fuente: Boullón, Roberto (2006)

La existencia se debe a los movimientos de traslado de las personas, y que se convirtió en una necesidad la cual fue satisfecha en el ámbito privado y luego tuvo participación el gobierno en todos sus niveles. Incorporando cada vez más servicios para mejorar la comodidad de los turistas.

e. La demanda Turística⁵:

La demanda turística está configurada como el conjunto de personas – Turistas que se desplazan periódicamente y temporalmente lejos de su lugar de residencia habitual por motivos de viaje que no sean por motivos de trabajo o cumplir una actividad remunerada. En numerosos países, la demanda turística tiene un comportamiento estacional.

Asimismo, la demanda turística está considerada por una serie de factores: Disponibilidad de tiempo, económica, demográfica, social.

i. Tipos de Demanda⁶

➤ La demanda real:

Es la cantidad de personas de otros lugares en un momento y lugar dado; esto se complementa con la suma de los bienes y servicios que ellos solicitan, además del tiempo de estadia.

➤ El turista real:

Caracterizado por los gastos no previstos por el turista, son los egresos de dinero que el turista hace en el momento y que no se han considerado.

➤ La Demanda Histórica:

Es el registro de las demandas reales en periodos anteriores, ello para analizar las variaciones y tendencias.

➤ La Demanda Futura:

Tomando en base la demanda histórica se realiza una prospección, para poder estimar la cantidad de turistas que posiblemente lleguen en el futuro.

➤ La Demanda Potencial:

Es la cantidad de posibles turistas que visiten una zona, además de la suma

⁵ Montaner, J. (2006), Estructura del Mercado Turístico. Pág. 122 – 123

⁶ Boullón, R. (2006), Planificación del espacio turístico. Pág.33-34

monetarias de los posibles bienes y servicios que ellos consuman.

ii. Estructura de la demanda⁷

- Número y procedencia de los turistas, edad, etc.
- Fidelidad de la demanda:
- Grado de satisfacción e intención de volver a visitarla.
- Características del viaje y la estancia:
- Conocer si los turistas se organizan ellos mismos los viajes o acuden a una agencia de viajes.
- El tiempo de alojamiento usado.
- El medio de transporte más usado: Automóvil, avión, autobús o tren.

iii. Valoración del destino por parte de la demanda:

Se puntúa la dotación de aparcamientos, paseos, zonas de descanso, zonas verdes, e instalaciones recreativas y deportivas.

La valoración por la demanda de los servicios de información es excelente para todos los elementos evaluados: localización, accesibilidad, imagen y aspectos de la oficina, folletos e información solicitada y atención recibida, lo que supone una buena aceptación de estos servicios por parte de la demanda.

⁷ Milio, I. (2004) Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales, Pág. 82.

iv. La oferta Turística⁸:

Está conformada por los servicios que ofertan los elementos del sistema turístico y por algunos bienes que se comercializan mediante este sistema.

v. El producto Turístico:

El producto turístico está formado por los mismos bienes y servicios que forman parte de la oferta.

Los servicios integran el producto turístico, pero no son los únicos ni los más importantes componentes, porque en realidad los servicios son un medio más que un fin: el fin es la práctica de actividades turísticas.

f. La importancia del transporte turístico⁹

Este constituye la condición *Sine qua non* del turismo, pues sin él los traslados no serían posibles y en consecuencia no habrían viajes. La importancia de los medios de transporte es tal, que la misma evolución de la actividad turística ha estado íntimamente ligada con su paulatino mejoramiento, diversificación y desarrollo.

Conviene también mencionar que la elección del medio de traslado se condiciona por la ubicación, distancia, accesibilidad, confort, rapidez, seguridad, costo; además de las características de los usuarios como su edad, ingreso, ocupación y finalmente por el propósito del viaje. Se explica la importancia general de este factor condicionante de los viajes turísticos, los cuales serán analizados tomando en cuenta las condiciones propias por donde transitan los vehículos, que a su vez definen su modalidad:

- Transporte terrestre
- Transporte Acuático.
- Transporte Aéreo.

La descripción que se hace responde fundamentalmente a los medios de transporte, como una forma de comunicación entre el origen y el destino. De este

⁸ Boullón, R. (2006), Planificación del espacio turístico. Pág 34 - 52

⁹ Quesada, R. (2007) Elementos del turismo, Universidad estatal a distancia. Pág. 89.

modo, tenemos que existen destinos que, por su ubicación, solo son accesibles por un tipo de vehículo en particular o que por conveniencia son escogidas por los turistas, aún existiendo otras opciones para llegar al destino.

i. Afluencia Turística¹⁰:

La definición de afluencia turística está dada por: “Llegada masiva de turistas a un determinado núcleo receptor. Coincide generalmente con los períodos de temporada alta, manifestándose como un flujo constante de llegadas y salidas. La afluencia turística se acentúa en los comienzos de los períodos vacacionales o en fechas cuyas características (fiestas locales, fines de semana, etc.) favorecen el desplazamiento de turistas. No debe confundirse con corriente turística; la afluencia turística posee un carácter receptivo identificable con la llegada”.

g. Turismo en el Perú

La gestión turística tiene como objetivo hacer que la actividad económica del turismo beneficie a la población local para lograr su desarrollo. Es evidente que el aprovechamiento turístico recreacional de un área debe garantizar la sostenibilidad en el uso de los recursos, los que constituyen valiosos atractivos naturales y/o culturales y que, estando bajo un régimen de protección, deben otorgar satisfacción al largo plazo para los visitantes.

La actividad turística debe ser entendida como el que coadyuda a tener niveles mas altos de desarrollo económico y también social. Ello por los ingresos, el empleo, la cultura que son los edectos positivos de la balanza turística (OMT, 1999).

Interesa el desarrollo con alto grado de participación de comunidades locales (campesinos, indígenas u otros) o en definitiva que exista una gestión que considere la participación directa, complementaria o asociada de estas comunidades a través de una variada gama de posibilidades, como contratación de mano de obra, subcontratación de servicios, proveedores de materia prima, asociaciones con empresarios locales, venta de artesanía local, u otros.

La participación en la actividad turística debe generar redes entre los individuos

¹⁰ Montaner, J. (1998) Diccionario de turismo. Pág.17

interesados en lograr un objetivo común para mejorar el bienestar colectivo. Los contactos sucesivos y frecuentes fortalecen la confianza y la reciprocidad entre los participantes. Este debe ser el principio por el cual la comunidad local debe ser partícipe en la actividad productiva del turismo.

El desarrollo turístico genera beneficios que revierten en la población. Se percibe al turismo como una actividad que beneficia a un grupo mínimo (la mayoría de ellos están fuera de las regiones o municipios), y no se ve que sea una actividad que pueda efectivamente ser un elemento de arrastre para el conjunto de la economía. Normalmente, los beneficios se localizan a través de clusters en las grandes ciudades.

La importancia de los corredores turísticos deben establecer un encadenamiento productivo con otras actividades relacionadas. La política turística está enlazada con el desarrollo de otros sectores como el comercio, transporte, artesanías, etc. Esta idea introduce el concepto de cluster, es decir, los encadenamientos entre la oferta de servicios turísticos y las características de la venta y la compra de insumos y factores productivos para ofrecer los servicios.

El turismo puede impactar significativamente sobre la economía si se genera una masa crítica de empresas competitivas en uno o varios de sus sectores productivos. Las empresas líderes en cualquier campo tienden a agruparse en conglomerados o clusters competitivos.

De esta forma, dentro de una región o una localidad se van creando grupos completos de industrias relacionadas, altamente eficientes, que permiten crear una ventaja competitiva sostenible. La base de toda estrategia de oportunidad del turismo receptivo en el ámbito local es que el gasto del turista se radique en el porcentaje mayor posible en el municipio de acogida. Dicho de una manera más directa: cuantos más transportes, pernoctaciones, comidas, actividades y compras sean gestionadas desde y en la localidad de recepción turística, mayores serán los beneficios económicos del turismo en un municipio.

La estrategia de desarrollo turístico local se basa en la captación de inversiones con una visión sustentable del desarrollo turístico hagan que los turistas dejen en el municipio la mayor parte de su efecto multiplicador. Difícilmente la comunidad local percibirá el interés por el turismo y menos por el turismo sostenible, si las estrategias

de desarrollo turístico no derraman los beneficios económicos en la propia comunidad.

La secuencia comienza con inversiones en transportes, alojamientos, restaurantes, actividades y comercio que se localicen en la comunidad local y que ésta se beneficie a través de la creación de empleo, micro emprendimientos, autoempleo y derrame del gasto turístico, a través de sus efectos multiplicadores (OMT, 1999).

h. Mototaxi

El término mototaxi es definido por el diccionario de Real Academia Española¹¹ como “vehículo de tres neumáticos y con cubierta que se utiliza como medio de transporte para distancias cortas” a cambio de dinero de la misma forma que un taxi.

Según el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, el Mototaxi es un taxi motocicleta con tres neumáticos y con capacidad para dos personas en la parte posterior del vehículo.¹²

Luego de revisar los diferentes conceptos de mototaxi, se puede decir que mototaxi es un vehículo motorizado, de tres ruedas, destinado a la prestación de servicios de transporte público individual de pasajeros.

Las características de este transporte son: tienen aprox. 2 metros de largo y 1.8 de ancho. 1.70 m de alto, y llegan a pesar 250 Kg. Pueden cargar 350 kg., la velocidad que pueden alcanzar es aprox. 50 km/h.

Algunas características de operación se muestran a continuación, presentadas por la Secretaria Técnica del Consejo de Transporte de Lima y Callao –ST/CTLC, 2008:

- La operación del Mototaxi está restringida a zonas muy específicas porque opera a velocidad en promedio a 26 Km/Hr.
- El Mototaxi brinda un servicio alimentador entre un área residencial, y un terminal de buses o paradero, también en las cercanías de los mercados.

¹¹ Recuperado de: <http://buscon.rae.es/draeI/>

¹² Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Viceministerio de Transportes. *Metodología para la estimación del total del parque vehicular del mototaxi*. Lima. Perú.

- Las características de estos servicios, son de recorridos menores de 10 minutos y de servicio de puerta a puerta.
- Este servicio principalmente compite con el modo caminata principalmente y el transporte público convencional, aunque en lugares donde existen éste último, también compite con esta.

Como se aprecia, las características físicas del mototaxi se encuentran normadas y están sujetas a fiscalización.

El servicio de transporte con uso de mototaxis, pertenece al servicio de transporte público no convencional. Este tipo de servicio es definido como “Paratransit”, que según la definición presentada por la Federal Transit Administration, 2009, es:

“Tipo de transporte de pasajeros que son más flexibles que el convencional de rutas fijas pero más estructurados que el uso de autos particulares. Esto incluye servicio de transporte dinámico (la oferta se adecua a la demanda), taxis compartido, Car Pool, Van Pool, colectivos, vehículos especiales para personas con limitaciones físicas.”

JICA (2005), denomina este tipo de transportes como “Pseudo Transporte Público”, pero en realidad estos servicios en muchos lugares de la ciudad se han consolidado y cumplen una función importante, por lo que esta definición es necesaria complementarla.

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones¹³ afirma que, como es un servicio público, en la medida que cualquier persona puede acceder a ese servicio, pero su operatividad no corresponde a un servicio convencional, por lo que se le podría llamar a estos servicios “transporte público no convencional”. En el Perú, esta definición de servicios de transporte público está cubriendo los servicios que actualmente se brindan con:

- Mototaxis: En la legislación municipal se les identifica como vehículos menores.
- Colectivos: Tiene su propia legislación a nivel nacional.

¹³ Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Vice ministerio de Transportes. *Metodología para la estimación del total del parque vehicular del mototaxi*. Lima. Perú.

- Taxis: Tiene su propia legislación.

Estos servicios se generan al margen del sistema convencional, debido a una reacción a la realidad o a una inadecuada atención del sistema de transporte público local disponible. Este es el pago de las zonas pobres que son descuidados por los proveedores del servicio regular. Estas deficiencias son corregidas por la gente del local cuando es posible.

Cuando hay necesidad de transportarse algunos inconvenientes serios de los operadores locales son tolerados por los usuarios tal como muy rápidos e imprudentes, sin seguro o beneficios para los conductores y el estigma de la ilegalidad.

j. Calidad y Servicio¹⁴:

Es el nivel elegido por la empresa para poder satisfacer a los clientes. El servicio son las prestaciones que combina los aspectos tangibles e intangibles.

La calidad se ha convertido en factor esencial en el proceso de elección de los consumidores. Teniendo cada vez consumidores mas exigentes.

El comportamiento del cliente cambia a medida que va conociendo el producto y mejorando su nivel de vida. En primera instancia se adecua al productos base pero ss exigencias van cambiando deseando cada vez cosas mejores.

La calidad es, pues, primordial en la comunicación de las ventajas comparativas del nuevo producto o servicio.

Todo debe contribuir a reducir el riesgo percibido por el cliente, La imagen de la marca, la reputación, las garantías, la ayuda en la puesta en marcha, una documentación clara y abundante, testimonios de satisfacción, disponibilidad de personal de ayuda e incluso la intervención directa del propietario.

En igualdad de precios, el cliente opta por la mejor calidad del servicio. En igualdad de calidades el cliente prefiere el servicio más barato.

¹⁴ Horovitz, J. (1999) La calidad del Servicio, Pág. 1 - 13

k. Calidad del servicio en el sector turístico¹⁵:

A comienzos del siglo XXI, la calidad de un factor clave de la competencia en el sector turístico se enfrenta a los desafíos del futuro.

Los principales aspectos que caracterizan dicho entorno son: Alta competencia y rivalidad, irrupción de nuevos destinos turísticos, globalización del sector y la importante influencia de factores políticos, económicos, sociales medioambientales y tecnológicos.

Por otra parte, la irrupción de internet en el mercado ha cambiado enormemente la estructura de los canales de distribución, confiriendo al cliente un mayor poder de negociación frente a los tradicionales operadores turísticos, al poder elaborar éste su propio plan de viajes y contratar directamente la combinación más adecuada tanto de transporte, como de alojamiento y actividades de ocio.

En otro orden los hábitos de consumo han experimentado importantes cambios en los últimos 20 años. Se ha experimentado una generalización de la búsqueda de tiempo libre, los viajes por ocio y el disfrute de las vacaciones cortas a lo largo de todo el año.

Por otra parte, el turista valora su dinero, posee experiencia y es cada vez más exigente en la prestación de un servicio individualizado. Flexible y de calidad. Al mismo tiempo existe una mayor concienciación medioambiental.

Como consecuencia, el sector turístico se ha visto forzado a adoptar estrategias de diferenciación y calidad, que haya habían sido anteriormente incorporadas a los procesos productivos y a otros servicios, tales como la banca o el asesoramiento empresarial, para competir en un nuevo escenario marcado por profundos cambios tanto en la oferta como en la demanda.

El sector turístico busca lograr el equilibrio entre el costo, la calidad y la diferenciación de oferta, la rentabilidad y la sostenibilidad. Para ello, los principales retos que hoy afronta este sector se enmarcan hacia la mejora del mismo.

Dentro del sector turismo se pueden encontrar subsectores empresariales tan

¹⁵ Almeida, A.(2006) “Gestión de la calidad en servicios de turismo”. Pág 11 - 38

diversos como el de los hoteles y apartamentos turísticos, agencias de viaje, restaurantes, campings, casas rurales, estaciones de esquí, espacios naturales, playas, espacios náuticos, parques temáticos, museos, palacios de congresos, oficinas de información turística, compañías de transporte, etc.

Son 6 los aspectos que distinguen a todos estos servicios turísticos de los bienes: La intangibilidad, la inseparabilidad, la intensidad en mano de obra, heterogeneidad, su caducidad y la localización del valor.

Puede concluirse que entre las posibles razones para la aplicación de estrategias de calidad en el sector turismo se encuentran las siguientes:

- Es un factor clave de competitividad sostenible, imprescindible hoy día, que permite la optimización en la generación de valor a los diferentes grupos de interés.
- Favorece la orientación de la organización y del servicio ofrecido por ésta a las necesidades y expectativas cambiantes
- Permite una visión sistemática y global de hacia dónde se quiere dirigir la organización, orientándola a la consecución de unos resultados.
- Supone una racionalización en la dirección, gestión y administración de la organización en un contexto de gran rivalidad en el sector.
- Conlleva la adecuación de la estructura organizativa de la empresa turística y establecimiento de las funciones que debe cumplir cada área.
- Contribuye a la adaptabilidad y flexibilidad del cambio organizacional, que le permite hacer frente al complejo entorno actual, permitiendo la configuración de organizaciones ágiles, adaptables y con capacidad de anticipación ante los potenciales cambios en la demanda del turismo.
- Involucra, implica y faculta a las personas en la política, estrategia, procesos y actividades que desarrolla la organización, orientada a la satisfacción del cliente, y contribuye a su motivación.
- Mejora la competitividad de la organización y optimiza la gestión de los recursos.
- Favorece la confianza de los clientes.
- Favorece la sostenibilidad de la actividad turística y los soportes en su conjunto como de las organizaciones que integran el sector.

- Promueve la innovación, creatividad y espíritu emprendedor en la oferta de turismo.
- Facilita la implantación de metodologías para el control, prevención de los posibles errores y mejora continua de la calidad ofrecida.

1. Modelo SERVQUAL aplicado a la empresa turística:

Este modelo da respuesta a los niveles que presentan en la aplicación de la calidad total a las empresas de servicios. Teniendo en cuenta aspectos tangibles e intangibles. Teniendo en cuenta que toda empresa se orienta en la satisfacción de las necesidades de los clientes y la mejora de la misma.

Este modelo se basa en la consideración de la calidad como expectativa y su respuesta como resultado de la búsqueda. El cliente se convierte en lo que la empresa debe ofrecer (expectativas), con la percepción del desempeño del servicio recibido (percepciones). (Parasuraman, Zeithaml y Berry; 1993, p. 89).

En la evaluación mental del servicio se identifican los resultados de 5 dimensiones mediante 22 variables que relacionan los aspectos de cada una de ellas que consideran más importantes. A partir de estos cuestionarios, la calidad del servicio se mide de forma global, el servicio se traduce en el mejor servicio. (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1993, p.101).

Cuadro N°4 Variables del Modelo SERVQUAL

Dimensión	Variable
Elementos Tangibles	Equipos Instalaciones Personal
Fiabilidad	Promesas Resolución de problemas
Capacidad de respuesta	Comunicación Rapidez Colaboración Información
Seguridad	Confianza Amabilidad Información brindada
Empatía	Atención personalizada Horario Preocupación por el cliente Comprensión de necesidades

Fuente: Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993).

m. SERVPERF¹⁶:

Cronin y Taylor (1992) determinan el modelo SERVPERF, que solo se basa en la medición de las percepciones de los consumidores, integrado por las mismas dimensiones y reactivos del Servqual pero se elimina las expectativas. Simplifican así el cuestionario y dándole más facilidad al encuestado por la cantidad de ítems.

Además los autores consideran que la valoración de la diferencia entre percepciones y expectativas puede llevar a valoraciones erróneas de la calidad para los elementos tangibles. Ya que, sobre estos, las expectativas tienen una clara influencia. (Juliá et al. 2002, p. 202)

Cuadro N°5 Ítems del Modelo SERVPERF

ITEM	ASPECTO VALORADO	DIMENSIÓN
1	Modernidad	Elementos tangibles
2	Instalaciones	
3	Apariencia colaboradores	
4	Tangibilidad	
5	Promesas	Fiabilidad
6	Interés	
7	Primer servicio	
8	Plazos oportunos	
9	No errores	
10	Personal comunicativo	Capacidad de respuesta
11	Personal Rápidos.	
12	Personal dispuestos a ayudar.	
13	Personal que respondan.	
14	Confianza generada por el personal	Seguridad
15	Seguridad de los consumidores	
16	Colaboradores amables.	
17	Colaboradores con la información oportuna	
18	Atención individualizada.	Empatía
19	Horario.	
20	Atención individualizada.	
21	Preocupación por intereses.	
22	Comprensión de necesidades.	

Fuente: Parasuraman, Zeithmal y Berry (1993)

¹⁶ Alberdi y Rubio en un artículo publicado en editorial Vision de España pag. 83 – 84.

1.4. Formulación del Problema

1.4.1. Pregunta General

¿Cómo es la repercusión de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi en la afluencia turística de la ciudad de Piura?

1.4.2. Preguntas específicas

- 1) ¿Cuáles son las características, percibidas por el turista, que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura?
- 2) ¿Cuál es la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi?
- 3) ¿Cuál es la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura?

1.5. Justificación del estudio

El sector turismo, es uno de los sectores que mayores beneficios económicos puede aportar en las comunidades, pues su desarrollo implica la intervención de diferentes sectores, siendo uno de los más involucrados el sector de transporte, el mismo que contribuye en la oferta de un servicio turístico adecuado, pues dentro de la realidad de Piura, el uso del mototaxi ya forma parte de las costumbres de las personas que viven en la región, por tanto de su cultura, la misma que es compartida con los turistas que la visitan, es por ello que el estudio de la calidad ofrecida es de gran importancia, pues forma parte del producto turístico ofrecido.

Actualmente, el cliente busca servicios de calidad y es cada vez más exigente; la globalización ha traído consigo el incremento de la competencia y con ello la exigencia de un desempeño de alta calidad. Por otra parte, el turista valora su dinero, posee experiencia y es cada vez más exigente, buscando un servicio individualizado, flexible y de calidad.

Para ello los principales retos que afronta el sector turístico se orientan hacia la mejora del servicio, la profesionalización de los recursos humanos, la diversificación de la oferta, la garantía de calidad, siendo la calidad un aspecto no considerado actualmente al ofrecer el servicio de transporte de mototaxi,

haciendo que la percepción por parte de los clientes sea negativa.

Se realiza este estudio porque es un tema que no ha sido tratado en la ciudad de Piura, analizando la relación entre las variables de estudio lo que permitirá tomar conciencia del efecto real que actualmente se tiene y de esa forma se podrá considerar el implementar cambios que contribuyan a mejorar los servicios.

Asimismo, esta investigación constituirá un aporte teórico y metodológico, pues será un antecedente importante para futuros estudios de calidad en el servicio de transporte y su impacto en la afluencia turística,

Por ello, el objetivo de este estudio es Analizar la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi y su repercusión en la afluencia turística en Piura.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la repercusión de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi en la afluencia turística de la ciudad de Piura.

1.3.2. Objetivos específicos

- 1.3.2.1. Identificar las características, percibidas por el turista, que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura.
- 1.3.2.2. Determinar la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi.
- 1.3.2.3. Determinar la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

II. Método

2.1. diseño de investigación

La presente es una investigación correlacional – causal y a la vez transeccional, pues describe relaciones entre la calidad de servicio de transporte de mototaxi y la afluencia turística de Piura.

2.2 Hipótesis

2.2.1 Hipótesis general:

La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión significativa en la afluencia turística de Piura.

2.2.2 Hipótesis específicas:

- a) Las características positivas percibidas por el turista respecto al servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura son los elementos tangibles y la capacidad de respuesta.
- b) No hay calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, porque los turistas se encuentran insatisfechos con el servicio recibido.
- c) El servicio de transporte de mototaxi repercute significativamente en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

2.3 Variables

2.3.1. Variable 1:

Variable: Calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi.
Indicador: Nivel de satisfacción

2.2.1. Variable 2:

Variable dependiente: Afluencia turística.
Indicador: Porcentaje de turistas que regresarían a Piura, considerando el actual servicio de transporte de mototaxi.

2.4 Población y muestra.

Se investigarán a los Turistas que acuden a la ciudad de Piura.

2.4.1 Población:

Al 2007, según Mincetur, a Piura llegaban 276, 095 turistas, los mismos que proyectados al 2011, son 315,928 turistas.

2.4.2 Muestra

La muestra, pertenece a un universo finito, debido a que es menor a 500,000. Para una muestra finita el tamaño se calculará de la siguiente manera:

Dónde:

n = tamaño de la muestra

z = Grado de fiabilidad

e = margen de error

p = probabilidad que ocurrió

q = probabilidad de que no haya ocurrido

N = Tamaño de la población

Para el presente estudio se estimará un 5,0% de error muestral y un nivel de confianza de 95,00%, en donde se considera un Z equivalente a 1,96. Esta variación nos permitirá obtener un resultado aceptable en el análisis de los datos.

Y considerando los parámetros obtenidos luego de la validación del instrumento:

p = proporción de personas que consideran que el servicio es de buena calidad

$p = 0.12$

q = proporción que no considera que es de buena calidad

$q = 0.88$

Por lo que el tamaño de la muestra será de 162 turistas.

2.5 Técnica e instrumentos de recolección

2.5.1 Técnicas

La técnica de recolección de información en turistas fue la encuesta y el instrumento el cuestionario.

Se utilizarán las siguientes técnicas de análisis e interpretación de la información: Análisis estadístico y Tablas y gráficos, con el apoyo del software SPSS V. 25 para Windows.

Asimismo para medir la repercusión de la calidad de servicio de mototaxi en la afluencia turística del distrito de Piura, se utilizará el coeficiente de correlación.

2.6 Metodos de análisis

Los datos recopilados en la investigación se han procesado electrónicamente con el paquete estadístico SPSS V. 25. Para el análisis de la información se utilizó la estadísticas descriptivas se han desarrollado mediante la elaboración de tablas y gráficos de barras.

2.7 Aspectos Éticos

En la presente investigación se ha tenido en cuenta lo siguiente:

- Anonimato de los usuarios
- se conservó confidencialidad en información.
- El respeto a la libertad de colaboración

III. RESULTADOS

3.1. Identificación de las características, percibidas por el turista, que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura

3.1.1. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Elementos Tangibles.

La dimensión de elementos Tangibles, analiza las características físicas de la mototaxi, en este caso será lo referente a: la limpieza del mototaxi, el estado y mantenimiento de las puertas y la apariencia y aseo del conductor.

Tabla 1:

Limpieza de la Mototaxi

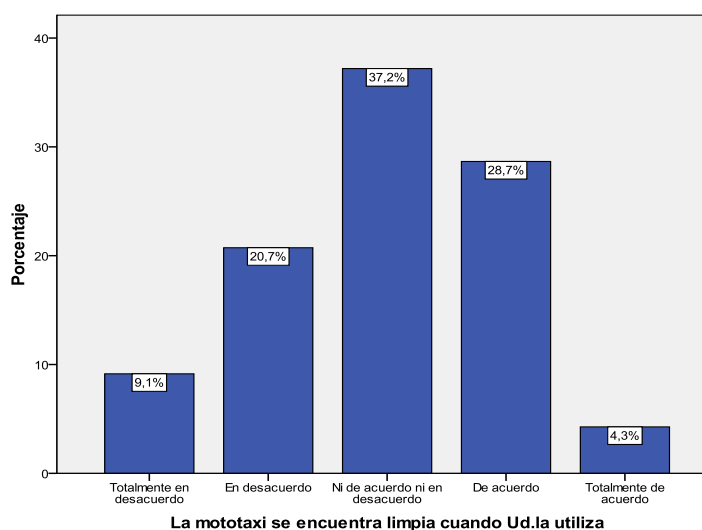
La mototaxi se encuentra limpia cuando Ud.la utiliza	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	15	9.1
Desacuerdo	34	20.7
Indiferente	61	37.2
Acuerdo	47	28.7
En total acuerdo	7	4.3
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 1.

Limpieza de la mototaxi



Fuente: Tabla N°1

La Tabla 1 y el Gráfico 1, muestran que el 37.2% de los turistas encuestados no están Acuerdo ni desacuerdo con la limpieza de la mototaxi, el 28.7% está Acuerdo con que la mototaxi se encuentra limpia cuando la utiliza, el 20.7% está desacuerdo con la limpieza, el 9.1% está en total desacuerdo con que la mototaxi se encuentra limpia cuando la utiliza y el 4.3%, se encuentra en total acuerdo con que la mototaxi se encuentra limpia cuando la utiliza.

Tabla 2:

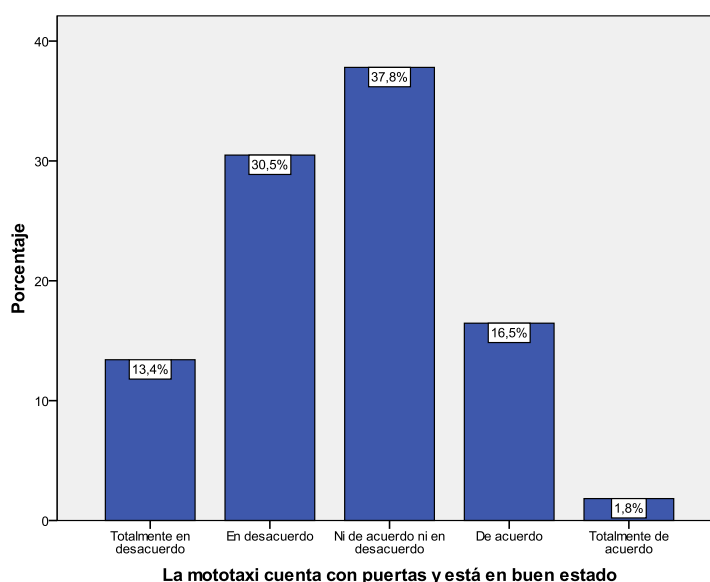
Estado de las puertas

La mototaxi cuenta con puertas y está en buen estado	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	22	13.4
Desacuerdo	50	30.5
Indiferente	62	37.8
Acuerdo	27	16.5
En total acuerdo	3	1.8
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 2.

Estado de las puertas

Fuente: Tabla N°2

La Tabla 2 y el Gráfico 2, muestran que el 37.8% de los turistas encuestados no están Acuerdo ni desacuerdo con el buen estado de las puertas, el 30.5% está

desacuerdo con el buen estado de las puertas, el 16.5% está Acuerdo, el 13.4% está en total desacuerdo con el buen estado de las puertas y el 1.8%, se encuentra en total acuerdo con el buen estado de las puertas.

Tabla 3:

Aspecto del conductor del mototaxi

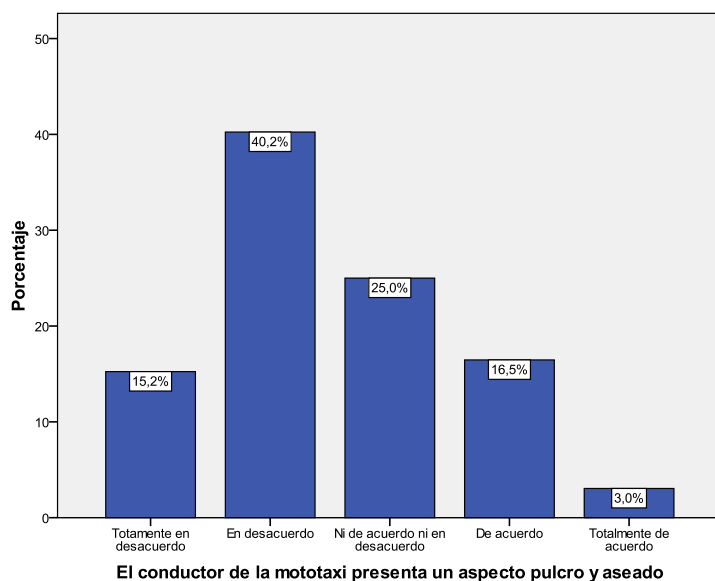
El conductor de la mototaxi presenta un aspecto pulcro y aseado	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	25	15.2
Desacuerdo	66	40.2
Indiferente	41	25.0
Acuerdo	27	16.5
En total acuerdo	5	3.0
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 3.

Aspecto del conductor del mototaxi



Fuente: Tabla N°3

3.1.2. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Fiabilidad.

La dimensión de fiabilidad, fue medida a través de: la información brindada respecto a la tarifa, el mantenimiento de la tarifa establecida, conformidad respecto a la tarifa, conocimiento respecto a la ubicación solicitada y el mantenimiento de la unidad de mototaxi. Los resultados se muestran de la Tabla 4 a la Tabla 8.

Tabla 4:

Información respecto a la Tarifa

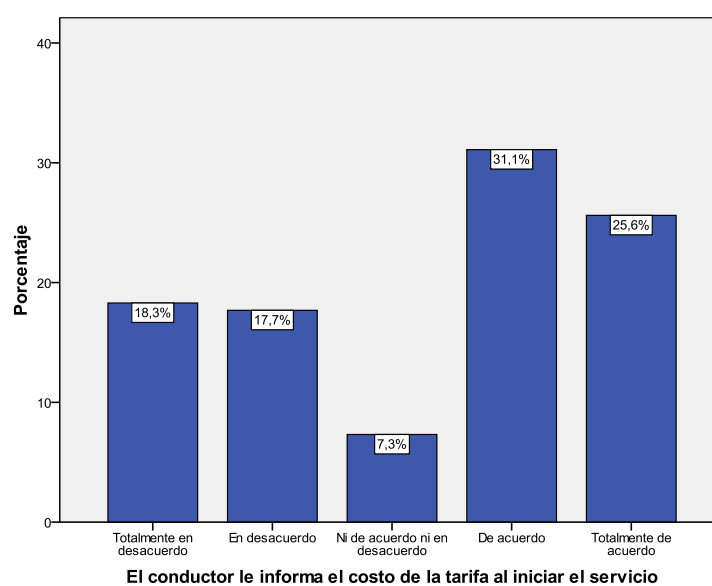
El conductor le informa el costo de la tarifa al iniciar el servicio	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	30	18.3
Desacuerdo	29	17.7
Indiferente	12	7.3
Acuerdo	51	31.1
En total acuerdo	42	25.6
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 4.

Información respecto a la Tarifa



Fuente: Tabla N°4

La Tabla 4 y el Gráfico 4, muestran que el 31.1% de los turistas encuestados se encuentran Acuerdo con que el conductor le informa el costo de la tarifa al iniciar el servicio, el 25.6% se encuentran en total acuerdo, el 18.3% en total desacuerdo, el 17.7% desacuerdo y el 7.3% ni Acuerdo, ni desacuerdo.

Tabla 5:

Mantenimiento de Tarifa al término del servicio

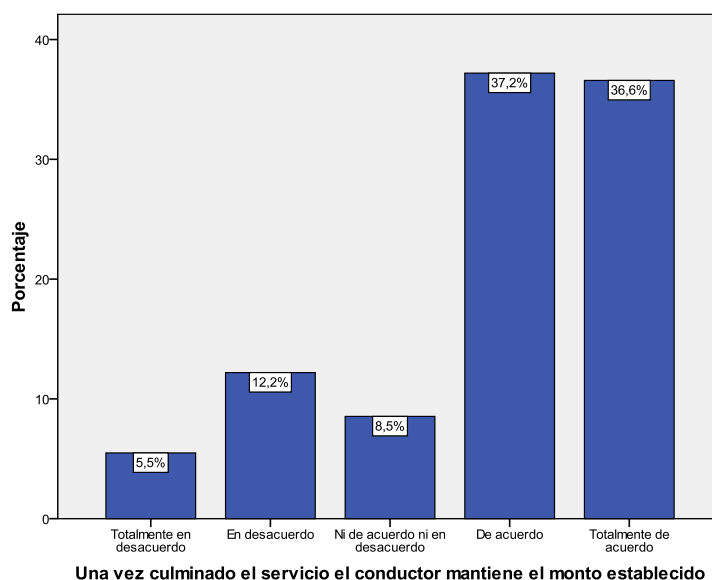
Una vez culminado el servicio el conductor mantiene el monto establecido	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	9	5.5
Desacuerdo	20	12.2
Indiferente	14	8.5
Acuerdo	61	37.2
En total acuerdo	60	36.6
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 5.

Mantenimiento de Tarifa al término del servicio



Fuente: Tabla N°5

La Tabla 5 y el Gráfico 5, muestran que el 37.2% de los turistas investigados

están Acuerdo con que la tarifa indicada al inicio del servicio, se mantiene al término del mismo, el 36.6% se encuentra en total acuerdo, el 12.2% desacuerdo, el 8.5% Indiferente y el 5.5% en total desacuerdo.

Tabla 6:

Conformidad respecto a la Tarifa

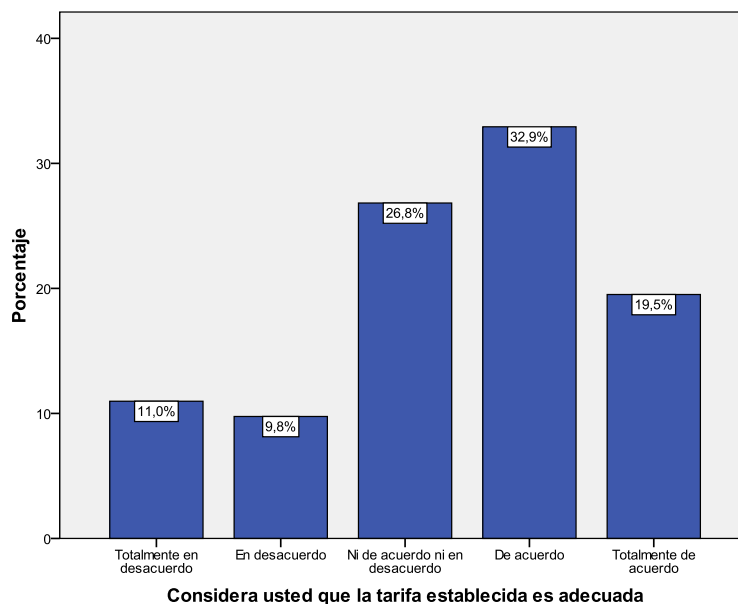
Considera usted que la tarifa establecida es adecuada	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	18	11.0
Desacuerdo	16	9.8
Indiferente	44	26.8
Acuerdo	54	32.9
En total acuerdo	32	19.5
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 6.

Conformidad respecto a la tarifa



Fuente: Tabla N°6

La Tabla 6 y el Gráfico 6, muestran las calificaciones de la conformidad respecto a la tarifa. Se aprecia que el 32.9% se encuentra conforme con la tarifa establecida, el 26.8% no se encuentra Acuerdo, ni desacuerdo, el 19.5% se encuentra

en total acuerdo, el 11% en total desacuerdo y el 9.8% desacuerdo.

Conocimientos respecto a la ubicación solicitada

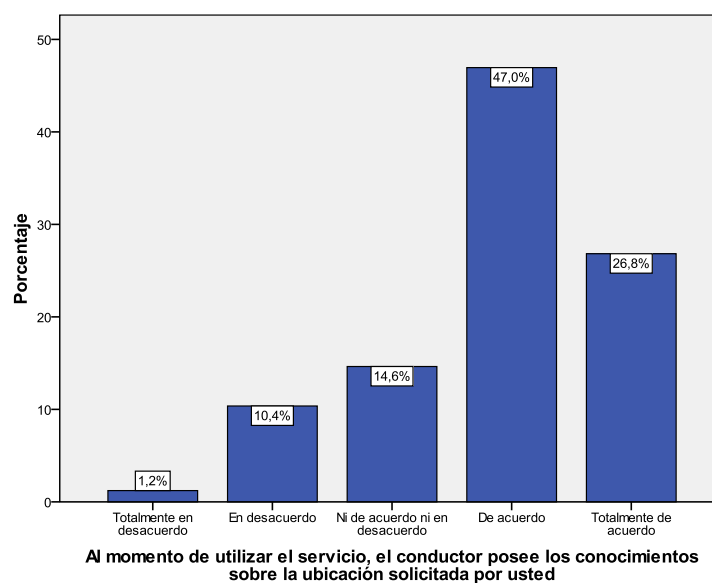
Al momento de utilizar el servicio, el conductor posee los conocimientos sobre la ubicación solicitada por usted	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	2	1.2
Desacuerdo	17	10.4
Indiferente	24	14.6
Acuerdo	77	47.0
En total acuerdo	44	26.8
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 7.

Conocimientos respecto a la ubicación solicitada



Fuente: Tabla N°7

La Tabla 7 y el Gráfico 7, muestran que el 47.0%, se encuentra Acuerdo con que el conductor conoce la ubicación solicitada, el 26.8% está en total acuerdo, el 14.6% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 10.4% se encuentra desacuerdo y el 1.2% en total desacuerdo.

Tabla 7:

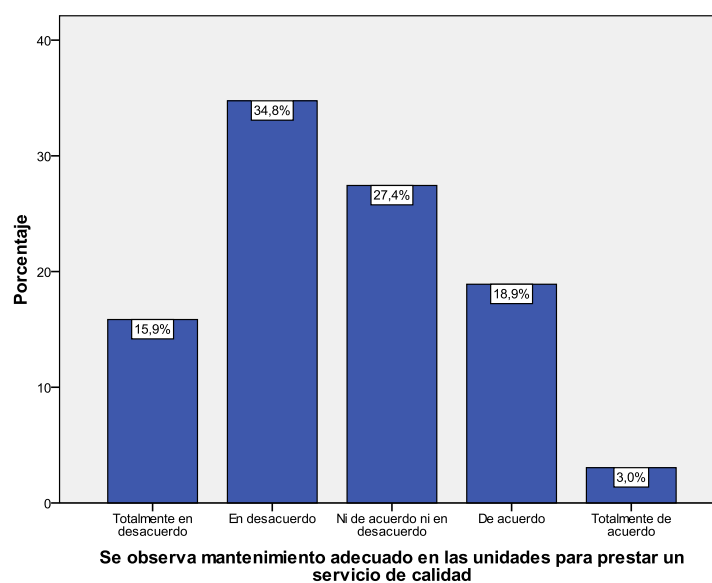
Mantenimiento de las unidades de mototaxi

Se observa mantenimiento adecuado en las unidades para prestar un servicio de calidad	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	26	15.9
Desacuerdo	57	34.8
Indiferente	45	27.4
Acuerdo	31	18.9
En total acuerdo	5	3.0
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 8.

Mantenimiento de las unidades de mototaxi

Fuente: Tabla N°8

La Tabla 8 y el Gráfico 8, muestran las calificaciones respecto al mantenimiento adecuado de las mototaxis, se observa que el 34.8% se encuentra desacuerdo con el mantenimiento, el 27.4% ni Acuerdo, ni desacuerdo, el 18.9% Acuerdo, el 15.9% en total desacuerdo y el 3.0% en total acuerdo.

3.1.3. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Capacidad de Respuesta.

La capacidad de respuesta, se midió considerando: el ahorro de tiempo por utilizar el servicio y la disposición para traslados a lugares lejanos.

Tabla 8:

Ahorro de tiempo en el servicio

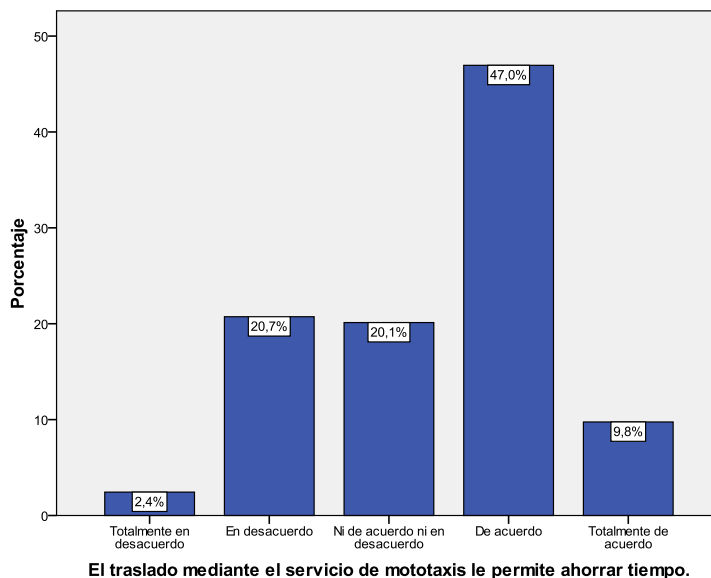
El traslado mediante el servicio de mototaxis le permite ahorrar tiempo	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	4	2.4
Desacuerdo	34	20.7
Indiferente	33	20.1
Acuerdo	77	47.0
En total acuerdo	16	9.8
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 9.

Ahorro de tiempo en el servicio



Fuente: Tabla N°9

La Tabla 9 y el Gráfico 9, muestran la calificación respecto al ahorro de

tiempo por utilizar el servicio de mototaxi. Se aprecia que el 47% de los turistas investigados está Acuerdo con que el uso del servicio le permite ahorrar tiempo, el 20.7% está desacuerdo, el 20.1% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 9.8% se encuentra en total acuerdo y el 2.4% se encuentra en total desacuerdo.

Tabla 9:

Disposición para traslados lejanos

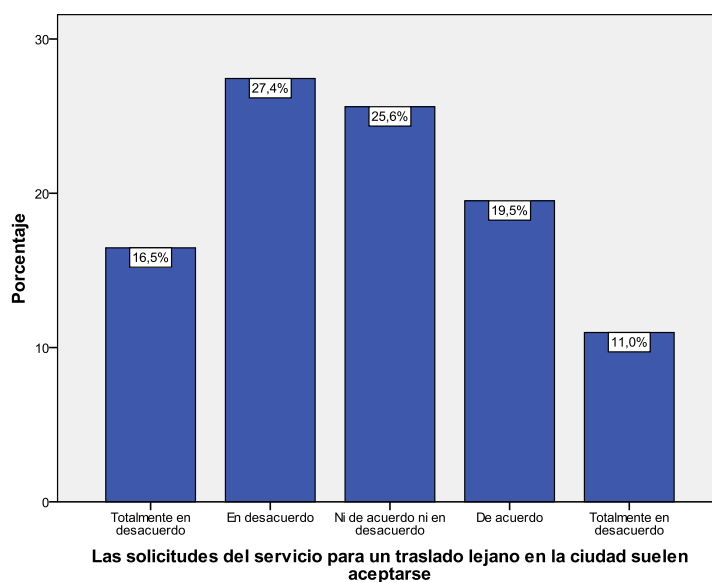
Las solicitudes del servicio para un traslado lejano en la ciudad suelen aceptarse	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	27	16.5
Desacuerdo	45	27.4
Indiferente	42	25.6
Acuerdo	32	19.5
En total desacuerdo	18	11.0
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 10.

Disposición para traslados lejanos



Fuente: Tabla N°10

La Tabla 10 y el Gráfico 10, muestran que el 27.5% de los turistas

investigados están desacuerdo respecto a la disposición para aceptar un traslado lejano a la ciudad, el 25.6% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 19.5% se encuentra Acuerdo, el 16.5% en total desacuerdo y el 11.0% en total acuerdo.

3.1.4. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Seguridad.

Las características del servicio de mototaxi en cuanto a su dimensión de seguridad, se midieron considerando los siguientes aspectos: respeto a las señales de tránsito, seguridad percibida por el desempeño laboral, seguridad percibida por el conocimiento de las rutas, respeto a los límites de seguridad, niveles de ruido dentro de la unidad, uso del celular durante la prestación del servicio y asaltos en la mototaxi.

Tabla 10:

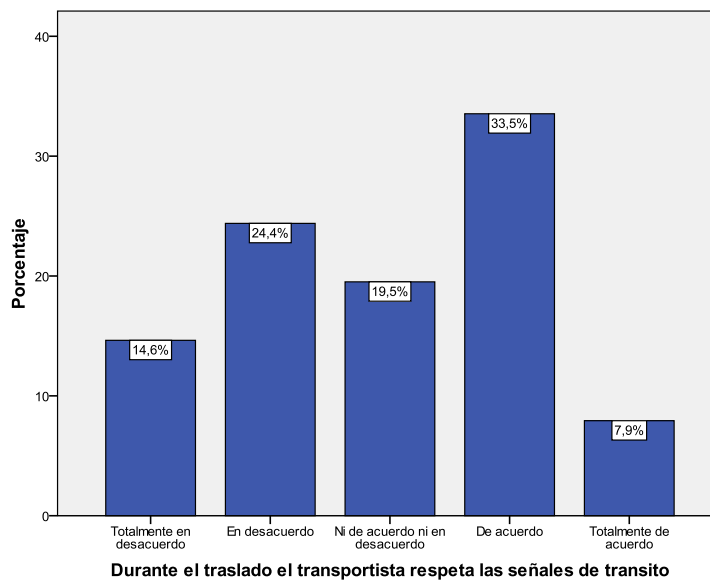
Respeto a las señales de tránsito

Durante el traslado el transportista respeta las señales de tránsito	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	24	14.6
Desacuerdo	40	24.4
Indiferente	32	19.5
Acuerdo	55	33.5
En total acuerdo	13	7.9
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 11.

Respeto a las señales de tránsito

Fuente: Tabla N°11

La Tabla 11 y el Gráfico 11, muestran que el 33.5% de los turistas investigados están Acuerdo con que el conductor respeta las señales de tránsito, el 24.4% se encuentra desacuerdo, el 19.5% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 14.6% se encuentra en total desacuerdo y el 7.9% se encuentra en total acuerdo.

Tabla 11:

Seguridad percibida por el desempeño laboral

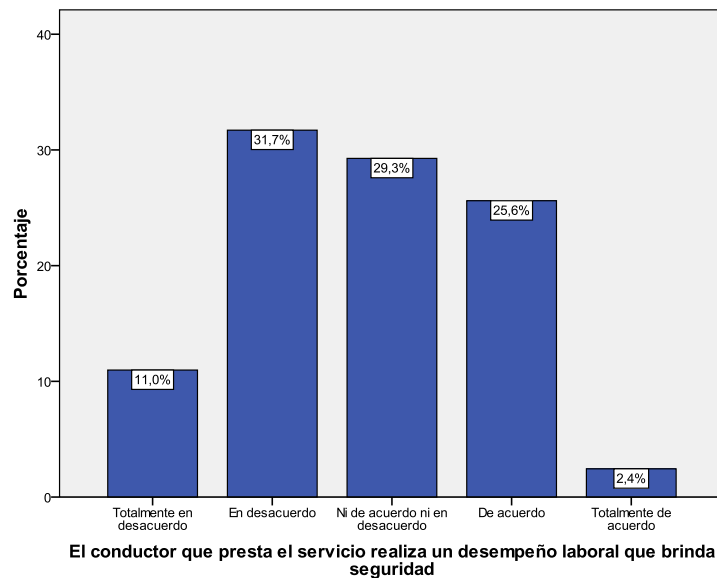
El conductor que presta el servicio realiza un desempeño laboral que brinda seguridad	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	18	11.0
Desacuerdo	52	31.7
Indiferente	48	29.3
Acuerdo	42	25.6
En total acuerdo	4	2.4
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 12.

Seguridad percibida por el desempeño laboral



Fuente: Tabla N°12

La Tabla 12 y el Gráfico 12, muestran que el 31.7% de los turistas investigados se encuentran desacuerdo con que el conductor que presta el servicio realiza un desempeño laboral que brinda seguridad, el 29.3% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 25.6% se encuentra Acuerdo, el 11.0% en total desacuerdo y el 2.4% en total desacuerdo.

Tabla 12:

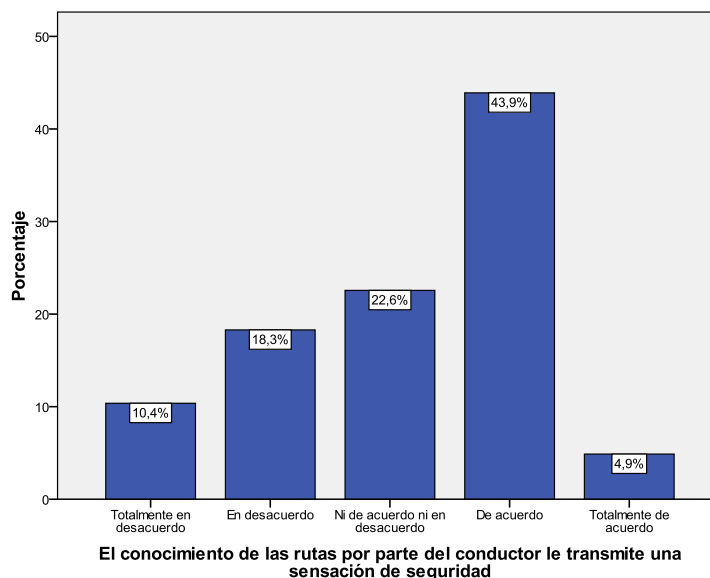
Seguridad percibida por el conocimiento de las rutas

El conocimiento de las rutas por parte del conductor le transmite una sensación de seguridad	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	17	10.4
Desacuerdo	30	18.3
Indiferente	37	22.6
Acuerdo	72	43.9
En total acuerdo	8	4.9
Total	164	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 13.

Seguridad percibida por el conocimiento de las rutas

Fuente: Tabla N°13

La Tabla 13 y el Gráfico 13, muestran que el 43.9% de los turistas investigados afirma que el conocimiento de las rutas por parte del conductor le transmite una sensación de seguridad, el 22.6% no se encuentran Acuerdo ni desacuerdo, el 18.3% desacuerdo, el 10.4% En total desacuerdo y el 4.9% En total acuerdo.

Tabla 13:

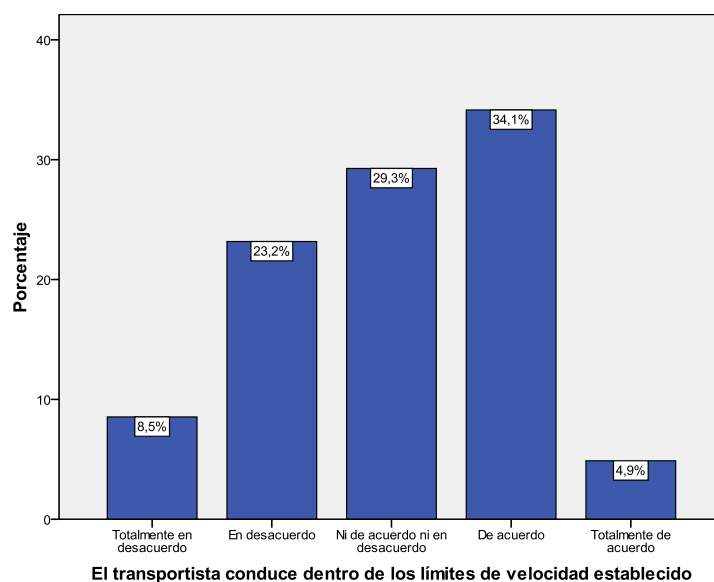
Respeto a los límites de velocidad

El transportista conduce dentro de los límites de velocidad establecido	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	14	8.5
Desacuerdo	38	23.2
Indiferente	48	29.3
Acuerdo	56	34.1
En total acuerdo	8	4.9
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 14.

Respeto a los límites de velocidad

Fuente: Tabla N°14

La Tabla 14 y el Gráfico 14, muestran que el 34.1% de los turistas encuestados están Acuerdo con que el transportista conduce dentro de los límites de velocidad establecidos, el 29.3% no están Acuerdo ni desacuerdo, el 23.2% se encuentran desacuerdo, el 8.5% se encuentran en total desacuerdo y el 4.9% en total acuerdo.

Tabla 14:

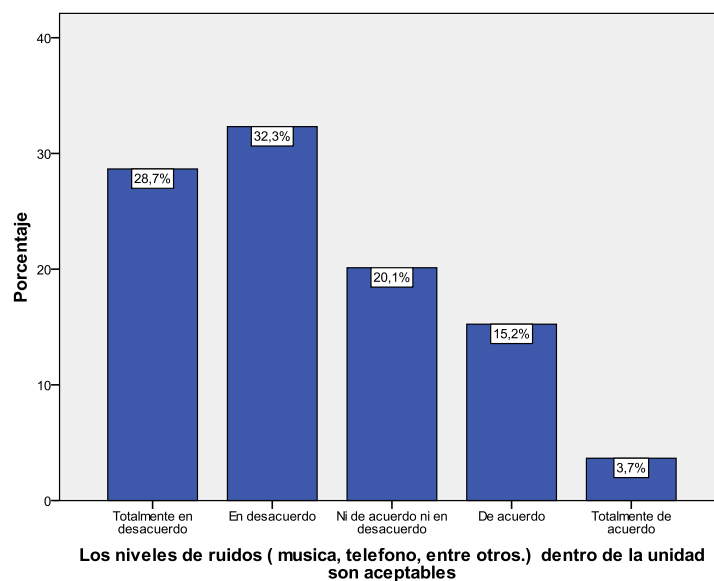
Niveles de ruido dentro de la unidad

Los niveles de ruidos (música, teléfono, entre otros.) dentro de la unidad son aceptables	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	47	28.7
Desacuerdo	53	32.3
Indiferente	33	20.1
Acuerdo	25	15.2
En total acuerdo	6	3.7
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 15.

Niveles de ruido dentro de la unidad

Fuente: Tabla N°15

La Tabla 15 y el Gráfico 15, muestran que el 32.3% de los turistas investigados están desacuerdo con que los niveles de ruidos dentro de la unidad son aceptables, el 28.7% se encuentran en total desacuerdo, el 20.1% Indiferente, el 15.2% Acuerdo y el 3.7% en total acuerdo.

Tabla 15:

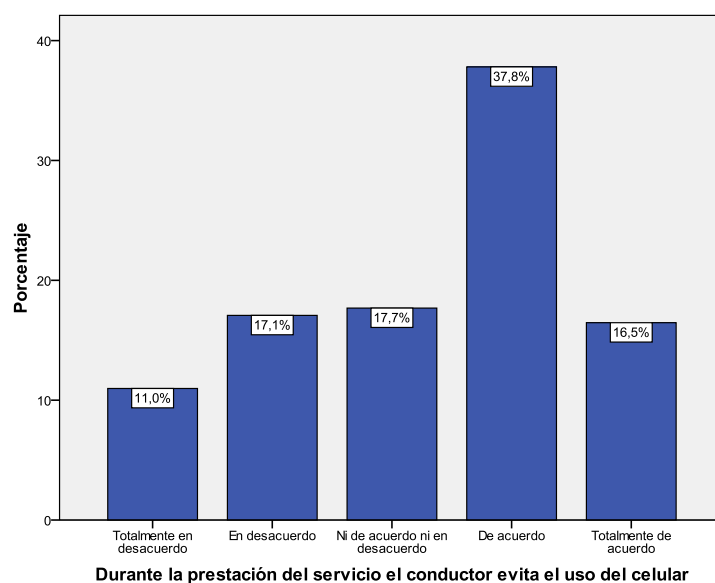
Uso del celular durante la prestación del servicio

Durante la prestación del servicio el conductor evita el uso del celular	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	18	11.0
Desacuerdo	28	17.1
Indiferente	29	17.7
Acuerdo	62	37.8
En total acuerdo	27	16.5
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 16.

Uso del celular durante la prestación del servicio

Fuente: Tabla N°16

La Tabla 16 y el Gráfico 16, muestran que el 37.8% de los turistas investigados se encuentran Acuerdo con que, durante la prestación del servicio, el conductor evita el uso del celular, el 17.7% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 17.1% desacuerdo, el 16.5% en total acuerdo y el 11.0% en total desacuerdo.

Tabla 16:

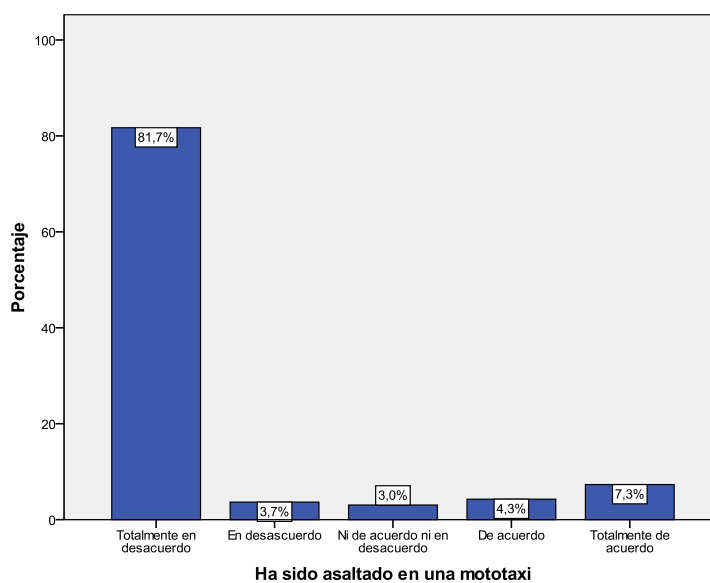
Asaltos en una mototaxi

Ha sido asaltado en una mototaxi	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	134	81.7
Desacuerdo	6	3.7
Indiferente	5	3.0
Acuerdo	7	4.3
En total acuerdo	12	7.3
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 17.

Asaltos en una mototaxi

Fuente: Tabla N°17

La Tabla 17 y el Gráfico 17, muestran que el 81.7% de los turistas encuestados están en total desacuerdo con el haber sido asaltados en una mototaxi, el 7.3% están en total acuerdo, el 4.3% se encuentran Acuerdo, el 3.7% desacuerdo y el 3.0% Indiferente.

3.1.5. Características del servicio de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Empatía.

La dimensión de empatía fue medida considerando la amabilidad durante la prestación del servicio, el respeto del conductor hacia el usuario y la preocupación del conductor por satisfacer al cliente.

Tabla 17:

Amabilidad durante la prestación del servicio

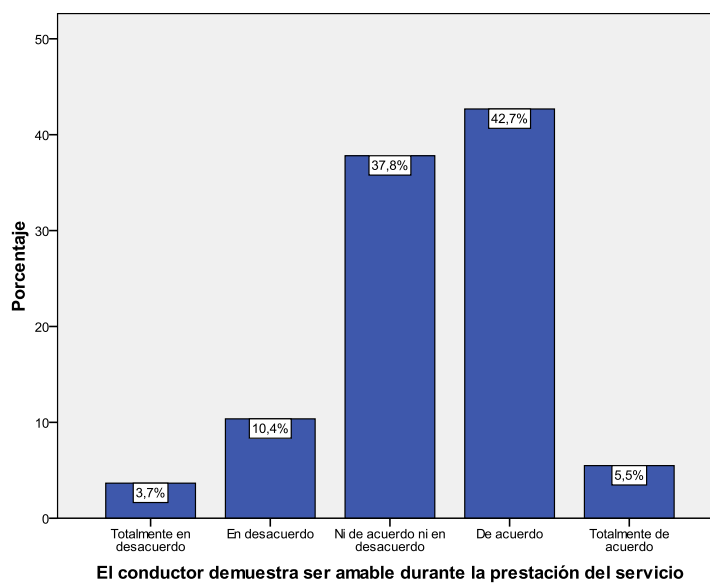
El conductor demuestra ser amable durante la prestación del servicio	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	6	3.7
Desacuerdo	17	10.4
Indiferente	62	37.8
Acuerdo	70	42.7
En total acuerdo	9	5.5
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 18.

Amabilidad durante la prestación del servicio



Fuente: Tabla N°18

La Tabla 18 y el Gráfico 18, muestran que el 42.7% de los turistas investigados se encuentran Acuerdo demuestre ser amable durante la prestación del servicio, el 37.8% no se encuentran Acuerdo ni desacuerdo, el 10.4% desacuerdo, el 5.5% en total acuerdo y el 3.7% en total desacuerdo.

Tabla 18:

Respeto del conductor hacia el usuario

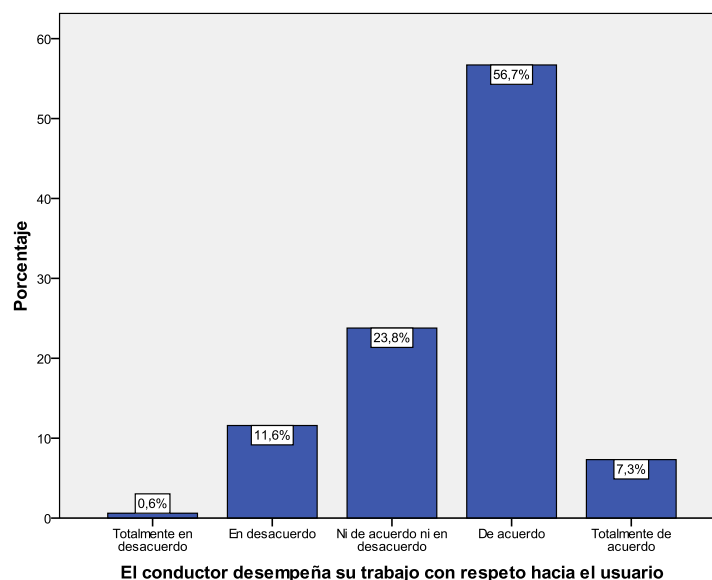
El conductor desempeña su trabajo con respeto hacia el usuario	Frecuencia	Porcentaje
En total desacuerdo	1	0.6
Desacuerdo	19	11.6
Indiferente	39	23.8
Acuerdo	93	56.7
En total acuerdo	12	7.3
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 19.

Respeto del conductor hacia el usuario



Fuente: Tabla N°19

La Tabla 19 y el Gráfico 19, muestran que el 56.7% de los turistas investigados se encuentran Acuerdo con que el conductor desempeña su trabajo con respeto hacia el usuario, el 23.8% no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo, el 11.6%

desacuerdo, el 7.3% en total acuerdo y el 0.6% en total desacuerdo.

Tabla 19:

Preocupación del conductor por satisfacer al cliente

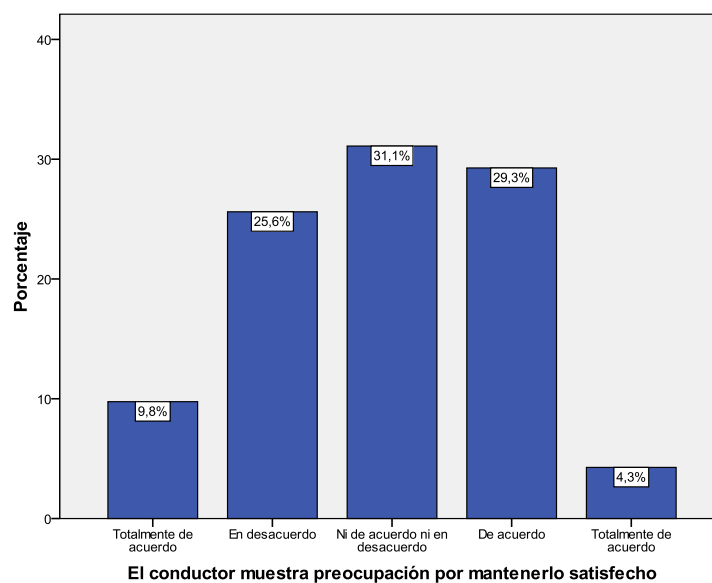
El conductor muestra preocupación por mantenerlo satisfecho	Frecuencia	Porcentaje
En total acuerdo	16	9.8
Desacuerdo	42	25.6
Indiferente	51	31.1
Acuerdo	48	29.3
En total desacuerdo	7	4.3
Total	164	100.0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 20.

Preocupación del conductor por satisfacer al cliente



Fuente: Tabla N°20

La Tabla 20 y el Gráfico 20, muestran que el 31.1% de los turistas investigados no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo con que el conductor muestre preocupación por mantenerlo satisfecho, el 29.3% se encuentra Acuerdo, el 25.6% desacuerdo, el 9.8% en total desacuerdo y el 4.3% en total acuerdo.

3.2. Determinación de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi

La calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, se mide evaluando el nivel de satisfacción de las cinco dimensiones consideradas en el modelo SERVQUAL y SERVPERF: tangibilidad, fiabilidad, capacidad para responder, seguridad y empatía.

3.2.1. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Elementos Tangibles

La Tabla 21 y el Gráfico 21, presentados a continuación, muestran el nivel de satisfacción de los turistas encuestados, respecto a la dimensión de elementos tangibles.

Se puede observar que se encuentran insatisfechos respecto a la limpieza de la mototaxi, pues la calificación obtenida es negativa: -0.02, en lo que respecta al estado de las puertas, también se aprecia insatisfacción (-0.37) y en lo que se refiere al aspecto y aseo del conductor, también se aprecia insatisfacción (-0.48).

A nivel de dimensión de elementos tangibles, los turistas se encuentran insatisfechos con el servicio recibido, pues la calificación global obtenida, considerando los tres ítems es de -0.29.

Tabla 20:

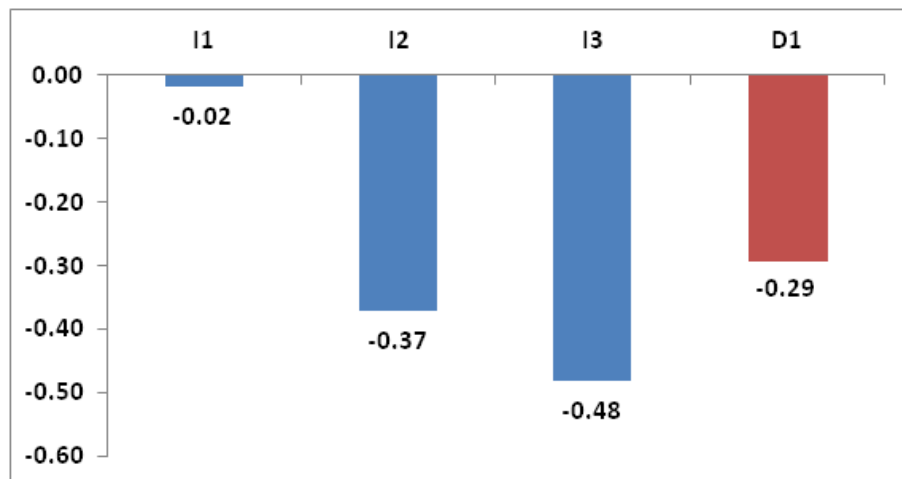
Nivel de Satisfacción respecto a la tangibilidad

Items	Media
I1 La mototaxi se encuentra limpia cuando Ud.la utiliza	-0.02
I2 La mototaxi cuenta con puertas y está en buen estado	-0.37
I3 El conductor de la mototaxi presenta un aspecto pulcro y aseado	-0.48
Nivel de satisfacción respecto a Elementos Tangibles	-0.29

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 21.

Nivel de Satisfacción respecto a la tangibilidad

Fuente: Tabla N°21

3.2.2. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Fiabilidad

Tabla 21:

Nivel de Satisfacción respecto a la Fiabilidad

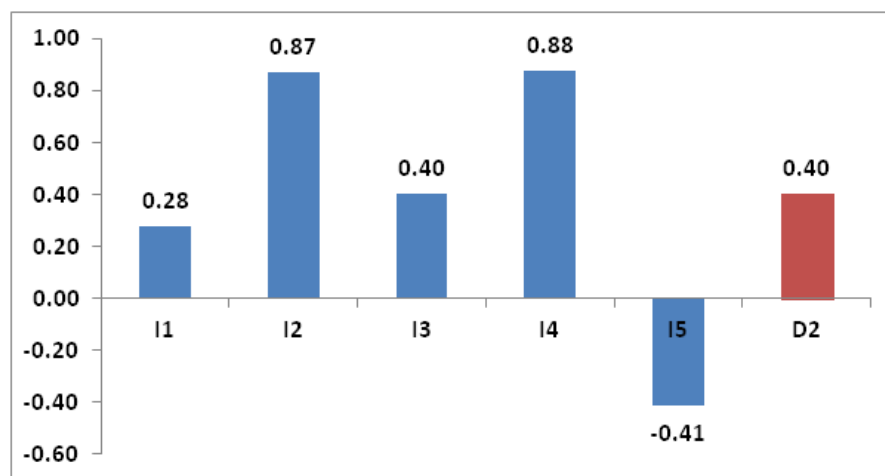
	Ítems	Media
I1	El conductor le informa el costo de la tarifa al iniciar el servicio	0.28
I2	Una vez culminado el servicio el conductor mantiene el monto establecido	0.87
I3	Considera usted que la tarifa establecida es adecuada	0.40
I4	Al momento de utilizar el servicio, el conductor posee los conocimientos sobre la ubicación solicitada por usted	0.88
I5	Se observa mantenimiento adecuado en las unidades para prestar un servicio de calidad	-0.41
D2	Nivel de satisfacción respecto a Fiabilidad	0.40

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 22.

Nivel de Satisfacción respecto a la Fiabilidad



Fuente: Tabla N°22

La Tabla 22 y el Gráfico 22, muestran la calidad de servicio percibida por los clientes respecto a la fiabilidad, se puede apreciar que los clientes se encuentran satisfechos, pues la calificación global obtenida fue +0.4.

3.2.3. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Capacidad de Respuesta

Tabla 22:

Nivel de satisfaccion en capacidad para responder

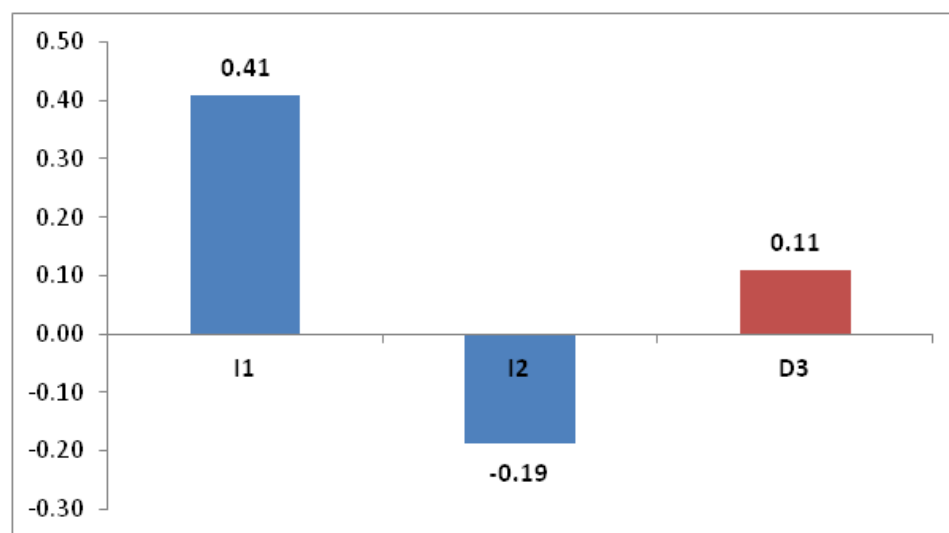
	Items	Media
I1	El traslado mediante el servicio de mototaxis le permite ahorrar tiempo.	0.41
I2	Las solicitudes del servicio para un traslado lejano en la ciudad suelen aceptarse	-0.19
D3	Nivel de satisfacción respecto a Capacidad de respuesta	0.11

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 23.

Nivel de satisfaccion en capacidad para responder



Fuente: Tabla N°23

La Tabla 23 y el Gráfico 23, muestran la calidad de servicio percibida por los clientes respecto a la Capacidad de Respuesta, se puede apreciar que los clientes se encuentran satisfechos, pues la calificación global obtenida fue +0.11.

3.2.4. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Seguridad

Tabla 23:

Nivel de Satisfacción respecto a la Seguridad

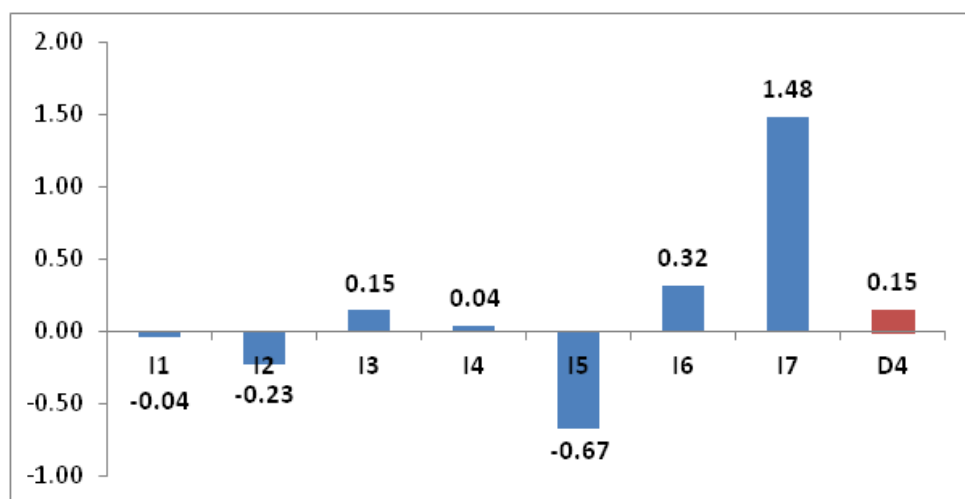
	Ítems	Media
I1	Durante el traslado el transportista respeta las señales de tránsito	-0.04
I2	El conductor que presta el servicio realiza un desempeño laboral que brinda seguridad	-0.23
I3	El conocimiento de las rutas por parte del conductor le transmite una sensación de seguridad	0.15
I4	El transportista conduce dentro de los límites de velocidad establecido	0.04
I5	Los niveles de ruidos (música, teléfono, entre otros.) dentro de la unidad son aceptables	-0.67
I6	Durante la prestación del servicio el conductor evita el uso del celular	0.32
I7	Ha sido asaltado en una mototaxi	1.48
D4	Nivel de satisfacción respecto a Seguridad	0.15

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 24.

Nivel de Satisfacción respecto a la Seguridad



Fuente: Tabla N°24

La Tabla 23 y el Gráfico 23, muestran la calidad de servicio percibida por los clientes respecto a la Seguridad, se puede apreciar que los clientes se encuentran satisfechos, pues la calificación global obtenida fue +0.15.

3.2.5. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, en cuanto a su dimensión de Empatía

Tabla 24:

Nivel de Satisfacción respecto a la Empatía

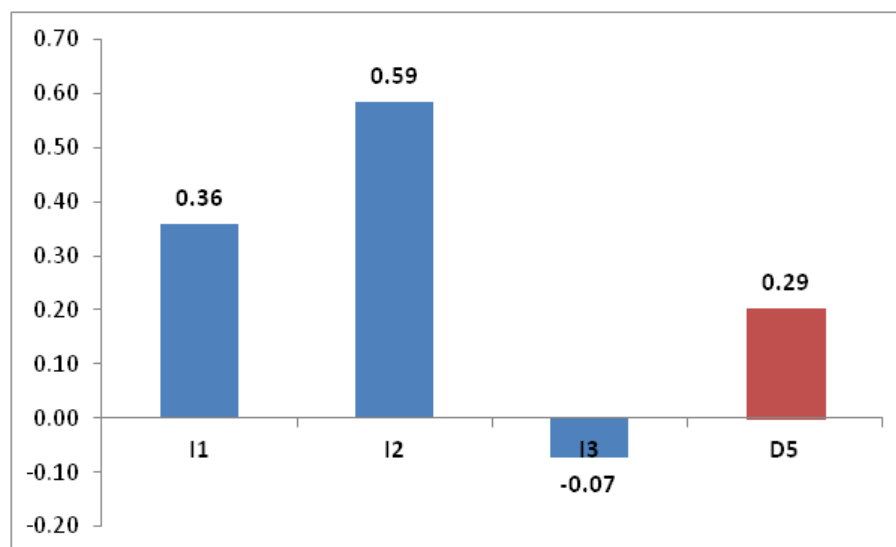
	Ítems	Media
I1	El conductor demuestra ser amable durante la prestación del servicio	0.36
I2	El conductor desempeña su trabajo con respeto hacia el usuario	0.59
I3	El conductor muestra preocupación por mantenerlo satisfecho	-0.07
D5	Nivel de satisfacción respecto a Empatía	0.29

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 25.

Nivel de Satisfacción respecto a la Empatía



Fuente: Tabla N°25

La Tabla 25 y el Gráfico 25, muestran la calidad de servicio percibida por los clientes respecto a la Empatía, se puede apreciar que los clientes se encuentran satisfechos, pues la calificación global obtenida fue +0.29.

3.2.6. Calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, por dimensiones

Tabla 25:

Calidad de Servicio percibida por los Turistas

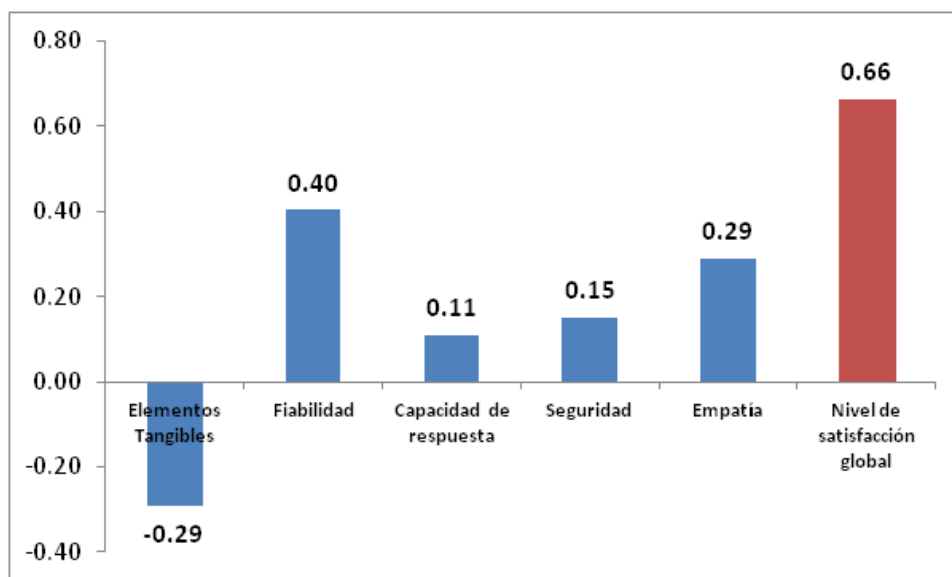
Dimensión	N	Media
Nivel de Satisfacción respecto elementos tangibles	164	-0.29
Nivel de satisfacción respecto a la Fiabilidad	164	0.40
Nivel de satisfacción en capacidad para responder	164	0.11
Nivel de satisfacción respecto a la Seguridad	164	0.15
Nivel de satisfacción respecto a la Empatía	164	0.29
Calidad de servicio percibida	164	0.58

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 26.

Calidad de Servicio percibida por los Turistas



Fuente: Tabla N°26

La Tabla 26 y el Gráfico 24, muestran la calidad de servicio global percibida por los turistas, se puede apreciar que los clientes se encuentran satisfechos, pues la calificación global obtenida fue +0.58.

3.3. Determinación de la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura Afluencia Turística

3.3.1. Afluencia Turística

La afluencia turística fue medida a partir de la disposición que tiene el turista de elegir a Piura como destino turístico posteriormente, considerando el actual servicio de transporte de mototaxi.

Tabla 26:

Porcentaje de turistas según su decisión respecto a volver a elegir a Piura como un destino turístico.

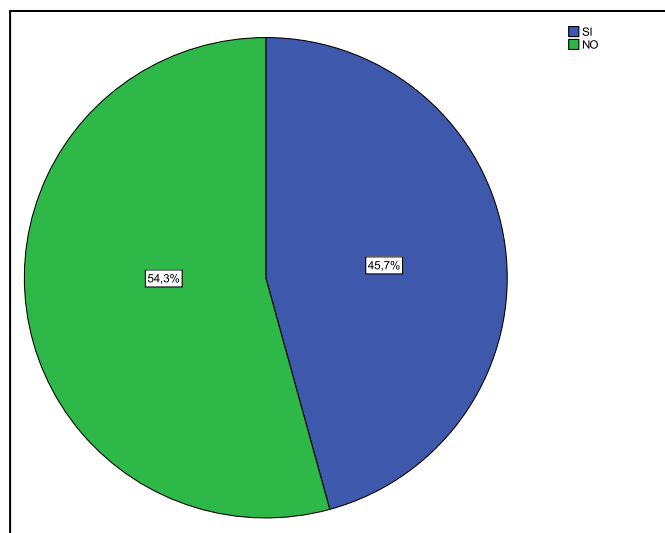
El actual servicio de transporte de mototaxi ¿Influiría en su decisión de elegir a Piura como destino nuevamente?	Frecuencia	Porcentaje
SI	75	45,7
NO	89	54,3
Total	164	100,0

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Gráfico N° 27.

Porcentaje de turistas según su decisión respecto a volver a elegir a Piura como un destino turístico



Fuente: Tabla N°27

La Tabla 27 y el Gráfico 27, muestran que en el 54.3% de los turistas investigados el actual servicio de transporte de mototaxi, no influiría en su decisión de volver a elegir a Piura como destino turístico, mientras que en el 45.3% sí influiría.

3.3.2. Repercusión de la calidad en la afluencia turística de la ciudad de Piura

La repercusión existente entre la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxis y la afluencia turística de la ciudad de Piura, se determinó a través del análisis del coeficiente de correlación.

El cálculo del coeficiente se realizó a través del SPSS 17, siendo el software el que realizó el cálculo procesando todos los datos obtenidos en la encuesta aplicada a los turistas y cuyos resultados se presentan a continuación.

La Tabla 28, es la primera tabla resultante del SPSS y muestra la variable introducida a considerar en el modelo general de de análisis. El modelo considera como variable independiente a la Calidad de servicio y la afluencia turística como variable dependiente.

Tabla 27:

Variables introducidas en el modelo de análisis global.

Modelo	Variables introducidas	Variables eliminadas	Método
1	Calidad de servicio ^a	.	Introducir

a. Todas las variables solicitadas introducidas.

b. Variable dependiente: Afluencia Turística

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

Tabla 28:

Resumen del modelo de análisis global.

Modelo	
R	0.04 ^a

a. Variables predictoras: (Constante), Satisfacción general

b. Variable dependiente: Afluencia Turística (El actual servicio de transporte de mototaxi ¿Influiría en su decisión de elegir a Piura como destino nuevamente?)

Fuente: Encuesta aplicada a turistas

Fecha: Junio de 2012

En la Tabla 29, se aprecian los resultados arrojados por el SPSS, obtenidos a partir del análisis global de la repercusión entre la calidad de servicio y la afluencia turística; el mismo que obtuvo un coeficiente de correlación de 0.04.

IV. DISCUSIÓN

4.1. Discusión de resultados

4.1.1. Características que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura

Las características que posee el servicio de mototaxis, en base a sus cinco dimensiones: tangibilidad, servicio fiable, capacidad para responder, seguridad y empatía, presentados según Modelo SERVPERF de Cronin y Taylor, basados en el modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithmal y Berry

4.1.1.1. Características que posee el servicio de mototaxis respecto a los elementos tangibles

El modelo SERVPERF, en lo que corresponde a la medición de las características de los elementos tangibles para el servicio de mototaxis, se consideró la limpieza de las mototaxis, el estado y mantenimiento de las puertas y la apariencia y aseo del conductor. En lo que se refiere a la limpieza de la mototaxi, la Tabla 1, muestra que la mayoría de los turistas no se encuentra Acuerdo ni desacuerdo con la limpieza de la moto, si se analizan los resultados, se puede observar, que el 32.9% favorece a la limpieza de la unidad (Acuerdo (28.6%) y en total acuerdo (4.3%)), mientras que el 29.8% afirmaron no estar Acuerdo con que la mototaxi se encontraba limpia cuando la utilizaban.(En total desacuerdo(9.1%) desacuerdo(20.7%)). Se aprecia que existe una proporción similar entre: turistas que califican positivamente la limpieza de la mototaxi, turistas que no la consideran ni limpia ni sucia y turistas que la califican negativamente.

En lo que se refiere al estado y mantenimiento de las puertas (Tabla 2), se aprecia que las calificaciones negativas (En total desacuerdo y desacuerdo) son muy superiores a las calificaciones positivas (43.9% y 18.3%, respectivamente), demostrando que en términos generales es una característica de las mototaxis el mal estado y mal funcionamiento de la puertas en las unidades.

La Tabla 3, muestra las calificaciones respecto al aspecto y aseo del

conductor, en éste aspecto, se observa que las calificaciones negativas (55.4%), son muy superiores a las positivas (19.5%), mientras que un 25.0% manifiesta una calificación neutral (Indiferente), por lo que fundamentalmente las calificaciones indican que el conductor no presenta un aspecto pulcro y aseado.

4.1.1.2. Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la fiabilidad

Según el modelo SERVPERF, la fiabilidad en el servicio de mototaxi se ha medido considerando: la información brindada respecto a la tarifa, el mantenimiento de la tarifa establecida, conformidad respecto a la tarifa, conocimiento respecto a la ubicación solicitada y el mantenimiento de la unidad de mototaxi.

Respecto a la información respecto a la tarifa (ver Tabla 4), se observa que la mayoría de los turistas investigados (En total acuerdo y Acuerdo, 56.7%) está Acuerdo con que el conductor informa respecto a la tarifa al iniciar el servicio, se aprecia que una proporción mucho menor no se encuentra Acuerdo con ello (36%), en éste ítem, sólo el 7.3% de los investigados manifestaron una calificación neutra. Por lo que se puede afirmar que es una característica del servicio de mototaxi el informar respecto al costo del servicio, al inicio del mismo.

Respecto al mantenimiento de la tarifa, indicada al inicio del servicio (ver Tabla 5), la gran mayoría de los turistas (73.8%), se encuentra Acuerdo con ello, sólo un 17.7% hizo una calificación negativa en éste ítem, lo que permite afirmar que es una característica del servicio de mototaxi el mantener la tarifa indicada inicialmente al término del servicio, salvo en algunos casos menos frecuentes.

En cuanto a la conformidad con respecto a la tarifa (Tabla 6), las calificaciones positivas (52.4%) se encuentran por encima de las calificaciones negativas (20.8%), lo que indica conformidad respecto a la tarifa, pero es importante observar que existe un 26.8% que no expresa una calificación a favor o en contra.

La evaluación de los conocimientos sobre la ubicación solicitada (Tabla 7), fue uno de los aspectos que obtuvo la mejor calificación, pues el 73.8% de los investigados calificaron positivamente éste ítem, mientras que sólo el 11.6% lo hicieron negativamente. Pudiendo afirmar que es una característica del servicio de

mototaxi, el que el conductor si posee los conocimientos sobre la ubicación solicitada por el turista.

Al analizar los resultados respecto a la percepción del mantenimiento adecuado de las unidades de mototaxi (Tabla 8), se observa que la mayoría de los investigados (50.7%) hizo una calificación negativa y sólo el 21.9% una apreciación positiva. Por lo que, se puede afirmar que es una característica del servicio de mototaxi en Piura, el mantenimiento inadecuado de las unidades.

4.1.1.3. Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la Capacidad de respuesta

Par a los autores del modelo SERPERF, la capacidad de respuesta en el servicio de taxi evaluado, está en el centro de la percepción de los turistas con respecto a: el ahorro de tiempo percibido mediante el uso de El servicio y la provisión para traslados a lugares lejanos.

La mayoría de los turistas investigados calificaron positivamente (56.8%, Acuerdo y en total acuerdo) la afirmación de que el traslado mediante el servicio de mototaxis le permite ahorrar tiempo (Tabla 9), sólo el 23.1% no está Acuerdo, al analizar esta característica, se observa que el 20.1% no manifestó una calificación positiva o negativa; con lo que se puede afirmar que una característica del servicio de mototaxis es que es un servicio que les permite ahorrar tiempo a los turistas.

En lo referente a la disposición del conductor para trasladar a los turistas a lugares lejanos (Tabla 10), la mayoría de ellos calificó negativamente esta característica (43.9%), mientras que una proporción menor de ellos (30.5%) se encontraba Acuerdo con esta característica. Se observa en este ítem que un porcentaje significativo de turistas no manifiesta una opinión positiva o negativa. Pudiendo considerar que una característica en la prestación de servicio de mototaxi en la ciudad de Piura, es que las solicitudes del servicio para un traslado lejano en la ciudad no suelen aceptarse.

Las señales de tránsito son respetadas por la mayoría de los conductores de las mototaxis (Ver Tabla 11), pues las calificaciones positivas (41.4%), se encuentran por encima de las calificaciones negativas (39.0%), pero es de considerarse que la

diferencia es mínima, con estos resultados se indica que es una característica de la prestación de servicio de mototaxis el respeto a las señales de tránsito.

4.1.1.4. Características **que posee el servicio de mototaxis respecto a la Seguridad**

La dimensión de la seguridad, se refiere a la confianza al conocimiento de las rutas, el respeto de los límites de velocidad, los niveles de ruido dentro del mototaxi, el uso del teléfono celular mientras se presta el servicio y los asaltos en los taxis de motocicleta.

En lo que se refiere a la percepción del turista por el desempeño laboral del conductor al momento de prestar el servicio (ver Tabla 12), las calificaciones negativas (42.7%), estuvieron por encima de las calificaciones positivas (28.0%), por lo que se puede afirmar que es una característica de la prestación de servicios de mototaxi en la ciudad de Piura la inseguridad percibida por los turistas debido al desempeño laboral de los conductores.

Es una característica de la prestación de servicio de mototaxis el conocimiento de las rutas por parte del conductor (ver Tabla 13), pues las respuestas positivas (48.8%) estuvieron muy por encima de las negativas (28.7%) manifestadas.

En lo referente a los límites de velocidad (ver Tabla 14), las calificaciones positivas (39,0%) fueron superiores a las negativas (31.7%), por lo que una de las características del servicio de mototaxis es que los conductores si respetan los límites de velocidad.

Una característica de la prestación de servicio de mototaxi en Piura es que los niveles de ruido dentro de la unidad no son aceptables (ver Tabla 15), pues las calificaciones negativas (61.0%), en este ítem fueron muy por encima de las calificaciones positivas (18.9%).

Durante la prestación del servicio de mototaxi, el conductor evita el uso del celular (ver Tabla 16), pues las calificaciones positivas (Acuerdo y en total acuerdo, 54.3%) son superiores a las negativas (desacuerdo y en total desacuerdo, 28.1%).

Los asaltos en la mototaxi no son una característica del servicio prestado (ver

Tabla 17), pues las calificaciones que manifiestan haber sido asaltados son un porcentaje muy inferior (11.6%), respecto a los que no están Acuerdo (85.4%) con el haber sido asaltados en una mototaxi.

4.1.1.5. Características que posee el servicio de mototaxis respecto a la Empatía

La dimensión de la empatía según el modelo SERVPERF, se evaluaron considerando la amabilidad del conductor, el respeto del conductor hacia el usuario y la preocupación del conductor para satisfacer al cliente.

Es una característica del servicio de mototaxi en la ciudad de Piura el que los conductores demuestren ser amables durante la prestación del servicio (ver Tabla 18), pues las calificaciones positivas (48.2%) son superiores a las negativas (14.1%)

El respeto del conductor hacia el usuario es otra de las características de la prestación del servicio de mototaxi en Piura (ver Tabla 19), pues las calificaciones positivas (64.0%), son muy superiores a las negativas obtenidas (12.2%).

Una característica adicional en la prestación del servicio de mototaxi, es la falta de preocupación por parte del conductor por satisfacer al cliente (ver Tabla 20), pues las calificaciones negativas (35.4%) son superiores a las positivas (33.6%).

4.1.2. Calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi

Tal como se ha establecido en la presente investigación, la calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxis en el distrito de Piura, se hizo aplicado el modelo SERVQUAL y SERVPERF, en el que se evalúan las cinco dimensiones consideradas en este estudio.

La dimensión tangibilidad fue calificada negativamente por lo turistas investigados (ver Tabla 21), apreciándose que dicha calificación fue negativa no sólo en el promedio, sino en cada uno de los ítems considerados, obteniendo la menor calificación es ítem referente al aspecto pulcro y aseado del conductor.

La dimensión de Fiabilidad (ver Tabla 22), fue evaluada positivamente, por lo que se afirma que los turistas se encuentran satisfechos, se aprecia que solo en el ítem

referente al mantenimiento de las unidades se obtuvo un promedio negativo de calificación. La mejor calificación obtenida en ésta dimensión fue el conocimiento de los conductores respecto a las ubicaciones solicitadas por los turistas investigados.

La dimensión de Capacidad de respuesta (ver Tabla 23), fue evaluada positivamente, por lo que se afirma que los turistas se encuentran satisfechos en ésta dimensión, es importante recalcar que en éste aspecto se consideraban dos ítems: el ahorro del tiempo por utilizar el servicio y la disposición para trasladar al turista a sitios lejanos, obteniéndose una calificación positiva para el primer ítem y una negativa para el segundo, pero al promediar los resultados, el resultado de la dimensión fue positiva.

La dimensión de seguridad (ver Tabla 24), fue evaluada positivamente, por lo que se afirma que los turistas se encuentran satisfechos por el servicio recibido. Esta dimensión evaluó siete ítems, de los cuales la mejor calificación promedio obtenida la obtuvo el ítem en la que se concluye que no han sido asaltados en una mototaxi, la peor calificación fue para el ítem que evalúa los niveles de ruido dentro de la mototaxi. En esta dimensión se obtuvieron tres ítems con calificación negativa, es decir con lo que los turistas se encuentran insatisfechos (respeto a las señales de tránsito, el desempeño laboral del mototaxista y los niveles de ruido) y cuatro ítems con calificación positiva (conocimiento de rutas, respeto a los límites de velocidad, el no usar celular durante la prestación del servicio y el no haber sido asaltados en una mototaxi).

La dimensión de Empatía (ver Tabla 25), obtuvo una calificación promedio positiva, por lo que se afirma que los turistas se encuentran satisfechos. En ésta dimensión se obtuvo un ítem con calificación negativa (preocupación por parte del conductor por mantenerlo satisfecho) y dos ítems con calificación positiva (amabilidad durante la prestación del servicio y respeto hacia el usuario).

En cuanto a la evaluación global de la calidad de servicio percibida por los turistas en el Distrito de Piura (ver Tabla 26), se obtuvo una calificación positiva (+0.66), por lo que se afirma que los turistas se encuentran satisfechos con el servicio recibido, la única dimensión con la que se encuentran insatisfechos es con los elementos tangibles.

4.1.3. Repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en los turistas de la ciudad de Piura

Según el MINCETUR, la Afluencia Turística es la llegada masiva de turistas a un determinado destino turístico y buscando en la presente investigación la repercusión del servicio de transporte de mototaxi, se estableció como indicador de la afluencia turística el porcentaje de turistas que retornarían a Piura, considerando el actual servicio de transporte de mototaxi.

El 54.3% de turistas manifestó que el actual servicio de transporte de mototaxi no influiría en su decisión de elegir a Piura como destino turístico nuevamente.

La repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en los turistas del distrito de Piura, se determinó a través del coeficiente de correlación, el mismo que establece que existe una fuerte correlación, es decir un fuerte impacto entre las variables analizadas cuando los resultados se encuentran entre 0.70 y 1.00; un impacto, si los resultados se encuentran entre 0.40 y 0.70; la correlación es significativa, valores entre 0.20 y 0.40; manifiestan una baja correlación y valores inferiores a 0.20 muestran una relación no significativa.

Los resultados en la presente investigación de que el valor del coeficiente de correlación es 0.04, muestran una relación no significativa.

4.2. Contrastación de la hipótesis

4.2.1. Contrastación de la Hipótesis específica N°1:

Hipótesis de Investigación:

Las características positivas percibidas por el turista respecto al servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura son los elementos tangibles y la capacidad de respuesta.

Hipótesis Nula:

Las características negativas percibidas por el turista respecto al servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura son los elementos tangibles y la capacidad de respuesta.

Hipótesis Alternativa:

Existen características positivas y negativas en cada una de las dimensiones del servicio de transporte de mototaxi ofrecido en el distrito de Piura.

Contrastación:

En la Tabla 30, se recuerdan las hipótesis de investigación, se trata de los aspectos de las dimensiones: tangibilidad y capacidad de respuesta positiva. Además, la hipótesis está narrada, porque establecemos que todos los aspectos de las dimensiones, tangibilidad y capacidad de respuesta, son negativos.

Se acepta la hipótesis alternativa, que establecía: Existen características positivas y negativas en cada una de las dimensiones del servicio de transporte de mototaxi ofrecido en el distrito de Piura

Tabla 29:

Contrastación de Hipótesis N°1

Variable	Características de servicio de transporte de mototaxi	
Indicador	Porcentaje	
Índices	Valor Máximo: es una característica del servicio de transporte de mototaxi	
Características obtenidas con mayor porcentaje	<p>Positivas</p> <p>a. Elementos Tangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ La mototaxi se encuentra limpia durante la prestación del servicio <p>b. Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ El conductor brinda información respecto al costo de la tarifa al iniciar el servicio ▪ El conductor mantiene la tarifa acordada una vez culminado el servicio. ▪ Establecimiento de tarifas adecuadas ▪ Conductores con conocimientos sobre la ubicación solicitada. <p>c. Capacidad de Respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Servicio que permite ahorrar tiempo al usuario. <p>d. Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Transportistas que respetan las señales de tránsito. ▪ Conductores con conocimiento de las rutas. ▪ Conductores que respetan los límites de velocidad establecidos. ▪ Conductores que evitan el uso del celular durante la prestación del servicio. ▪ Unidades generalmente no víctimas de asaltos. <p>e. Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conductor amable ▪ Conductor respetuoso con el usuario 	<p>Negativas</p> <p>a. Elementos Tangibles:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades sin puertas o con puertas en mal estado. ▪ Conductores con aspecto no pulcro y desaseado. <p>b. Fiabilidad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Unidades sin mantenimiento adecuado. <p>c. Capacidad de Respuesta</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Conductores que no aceptan servicios para un traslado lejano en la ciudad. <p>d. Seguridad</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mal desempeño laboral del conductor ▪ Inaceptables niveles ruido dentro de la unidad. <p>e. Empatía</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Preocupación del conductor para mantener satisfecho al cliente.
Verificación de Hipotesis de Investigación	No verificada, se rechaza	
Verificación de hipótesis nula	No Verificada, se rechaza	
Verificación de hipótesis alternativa	Se verifica, se acepta	

4.2.2. Contrastación de hipótesis específica N°2:**Hipótesis de la investigación:**

No existe calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi,

porque los turistas se encuentran insatisfechos con el servicio recibido.

Hipótesis Nula:

Hay calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, porque los turistas se encuentran satisfechos con el servicio recibido.

Contrastación:

Tabla 30:

Contrastación de Hipótesis N°2

Variable	Calidad de la prestación del servicio
Indicador	Nivel de satisfacción
Índices	<0 : Insatisfecho, no hay calidad
	>=0:Satisfecho, Hay calidad
Calificación obtenida	+0.66
Verificación de Hipotesis de Investigación	No verificada, rechazada
Verificación de hipótesis nula	Verificada, aceptada

Tal como se aprecia en la Tabla 31, la hipótesis de investigación, se rechaza, pues planteaba que no existía satisfacción respecto al servicio de transporte de mototaxi y se acepta la hipótesis nula: Hay calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, porque los turistas se encuentran satisfechos con el servicio recibido.

4.2.3. Contrastación de la Hipótesis específica N°3:

Hipótesis de Investigación:

El servicio de transporte de mototaxi repercute significativamente en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

Hipótesis Nula:

El servicio de transporte de mototaxi tiene una repercusión no significativa en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

Contrastación:

Tabla 31:

Contrastación de Hipótesis N°3

Variable independiente	Calidad de la prestación del servicio
Variable dependiente	Decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura
Indicador	Coefficiente de correlación
Índices	<ul style="list-style-type: none"> ▪ $\leq r < 0.20$, existe una correlación no significativa ▪ $0.20 \leq r < 0.40$, existe una correlación baja ▪ $0.40 \leq R < 0.70$, existe una significativa correlación ▪ $0.70 \leq R < 1.00$, existe un alto grado de asociación
Correlación obtenida	+0.04
Verificación de Hipótesis de Investigación	No verificada, rechazada
Verificación de Hipótesis Nula	Verificada, aceptada

Tal como se aprecia en la Tabla 32, la hipótesis de investigación, se rechaza, pues planteaba una repercusión significativa entre las variables.

Se acepta la hipótesis nula, pues la correlación no es significativa, por lo que: El servicio de transporte de mototaxi tiene una repercusión no significativa en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

4.2.4. Contrastación de la Hipótesis General:

Hipótesis de Investigación:

La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión significativa en la afluencia turística de Piura.

Hipótesis Nula:

La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión no significativa en la afluencia turística de Piura.

Contrastación:

Luego de contrastar las hipótesis específicas, se procede a contrastar la hipótesis general. La hipótesis general requiere establecer la relación entre las variables.

En la presente investigación, la afluencia turística de Piura, fue medida a través de la voluntad expresada por parte de los investigados respecto a su decisión de volver a elegir a Piura como destino turístico. Por lo que la hipótesis general de investigación, se contrastará considerando el mismo coeficiente de correlación utilizado en la demostración de la hipótesis específica N°3.

Se rechaza la hipótesis general de la investigación. Se acepta la hipótesis nula, pues la correlación no es significativa, por lo que: La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión no significativa en la afluencia turística de Piura.

V. CONCLUSIONES

1. Identificación de las características, percibidas por el turista, que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura.

Las características que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura, son positivas y negativas, entre las positivas se tienen: La mototaxi se encuentra limpia durante la prestación del servicio; El conductor brinda información respecto al costo de la tarifa al iniciar el servicio y mantiene la tarifa acordada una vez culminado el servicio, el servicio de mototaxi establece tarifas adecuadas, los conductores poseen conocimientos sobre la ubicación solicitada, el servicio le permite al turista ahorrar tiempo, los conductores respetan las señales de tránsito, conocen las rutas, respetan los límites de seguridad establecidos, evitan el uso del celular durante la prestación del servicio, las unidades generalmente no son víctimas de asaltos, el conductor es amable y respetuoso con el usuario. Entre las características negativas, se tienen: Las unidades generalmente se encuentran con puertas en mal estado, los conductores poseen un aspecto no pulcro y desaseado, las unidades no tienen un mantenimiento adecuado, los conductores no aceptan servicios para un traslado lejano en la ciudad, el conductor demuestra un mal desempeño laboral, los niveles de ruido en las unidades son inaceptables y el conductor no se preocupa por mantener satisfecho al turista.

2. Determinación de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi.

Los resultados de la presente investigación permiten concluir que:

Hay calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, porque los turistas se encuentran satisfechos con el servicio recibido.

3. Determinación de la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura

Luego de culminar la presente investigación, se concluye que:

La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente

tiene una repercusión no significativa en la afluencia turística de Piura.

VI. RECOMENDACIONES

- ✓ Dentro de las características del servicio de transporte de mototaxi se han identificado características específicas que son negativas, se recomienda que a través de las autoridades municipales y regionales, se desarrollen propuestas para concientizar a los integrantes de las asociaciones de mototaxistas, a fin de que consideren el mejorar en dichos aspectos.
- ✓ Aún cuando los turistas se encuentren satisfechos con el servicio de transporte de mototaxi, es importante recalcar que existen ítems y dimensiones en las que los turistas se encuentran insatisfechos, por lo que se recomienda, desarrollar capacitaciones para promover la mejora e importancia de la calidad del servicio, pues un buen servicio de transporte podría mejorar la percepción respecto al desarrollo de la ciudad de Piura.
- ✓ En la presente investigación, se ha determinado que la calidad en la prestación de servicio de mototaxi no influye en la afluencia turística de Piura, la relación no es significativa, pero la calidad en el servicio es ligeramente positiva, casi indiferente, lo que podría significar que pero es posible que un servicio de transporte diferenciado en la ciudad de Piura, si pueda tener una repercusión y ésta sea positiva; por lo que se recomendaría que bajo la iniciativa de un gobierno local o regional se desarrolle un programa piloto de servicio de transporte de mototaxi “turístico”, en la que se considere la mejora de cada uno de los ítems y dimensiones analizados en la presente investigación y posteriormente se realice el mismo estudio, a fin de medir si existe repercusión en la afluencia turística. En caso de que la repercusión sea positiva, se podría extender el programa a todas las

asociaciones, permitiendo a Piura desarrollar una ventaja competitiva, en el sector turismo.

VII. REFERENCIAS

Alcalde, P. (2007). Calidad. Madrid: Editorial Paraninfo.

Almeida, A. y Barcos, L. (2006). "Gestión de la calidad de los procesos turísticos". Madrid: Editorial: Síntesis S.A

Berenson, M., Levine, D. y Krehbiel, T. Estadística para administración. México: Pearson Educación.

Domínguez, H. (2006). El servicio invisible: fundamento de un buen servicio al cliente. Bogotá: Ecoe Ediciones.

Dorado, J. y Cerra, J. (2006). Manual de Recepción y Atención al Cliente. 2da Edición. Madrid: Editorial Síntesis S.A.

Esteban, C. y Rubio, L. (2006). Empresas de intermediación turística y nuevas tecnologías: estudio de calidad del segmento minorista para viajes de ocio. Madrid: Editorial Visión.

García, F. (2008). Técnicas de Servicios y Atención al cliente. 2da Edición. Madrid: Thompson Editores Spain Paraninfo. S.A.

Gonzales, M. (2009). Estadística aplicada: Una visión instrumental. Teoría y más de 500 problemas resueltos o propuestos con solución. España: Díaz de los Santos-

Horovitz, J. (1999) La calidad del Servicio, España: Editorial: McGraw – Hill - Interamericana de España S.A.

- Kotler, P. y Lane, K. (2009). Dirección de Marketing. México: Pearson Educación.
- Mar, A. y Barcos, L. (2006). Gestión de la Calidad de los Procesos Turísticos. Madrid: Editorial Síntesis. S.A.
- Mendoza, J. (2009). Medición de la calidad del servicio. Argentina: El Cid Editor
- Milio, I. (2004). Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. España: Editorial: Thompson Paraninfo.
- Montaner, J., Antich, J. y Arcaron, R. (1998) Diccionario de turismo. España: Editorial: Síntesis S.A.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. Viceministerio de Transportes. Metodología para la estimación del total del parque vehicular del mototaxi. Lima. Perú.
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones, Concejo de Transporte de Lima y Callao. Los mototaxis en el área metropolitana de Lima y Callao. Lima. Perú.
- Parasuraman, A., Berry, L. y Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64.
- Quesada, R. (2007) Elementos del turismo. Costa Rica: Universidad estatal a distancia San José.
- Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española. Recuperado de: <http://buscon.rae.es/drael/>

Rivera, J. (2007). Dirección de marketing: fundamentos y aplicaciones. Madrid: ESIC Editorial.

Ruiz, C. (2001): "Gestión de la calidad del servicio". Recuperado de: <http://www.5campus.com/lección/calidadser>

Summers, Donna. (2006). Administración de la calidad. México: Pearson Educación.

ANEXO

Anexo N°1: Cuestionario para la Encuesta

Estimado Sr(a) el presente estudio tiene como objetivo conocer su percepción respecto al servicio de mototaxi recibido. Mucho le agradeceré que conteste con total sinceridad a cada una de las siguientes preguntas. Agradecemos de antemano su colaboración.

	En total desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	Acuerdo	En total acuerdo
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES					
1. Las mototaxi se encuentra limpia cuando Ud. La utiliza					
2. La mototaxi cuenta con puertas y está en buen estado					
3. El conductor de la mototaxi presenta un aspecto pulcro y aseado					
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD					
4. El conductor le informa el costo de la tarifa al iniciar el servicio					
5. Una vez culminado el servicio el conductor mantiene el monto establecido inicialmente					
6. Considera usted que la tarifas establecida es adecuada					
7. Al momento de utilizar el servicio el conductor posee los conocimientos sobre la ubicación solicitada por usted					
8. Se observa mantenimiento adecuado en las unidades para prestar un servicio de calidad					
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA					
9. El traslado mediante el servicio de taxis le permite ahorrar tiempo					
10. Las solicitudes del servicio para un traslado lejano en la ciudad suelen aceptarse					
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD					
11. Durante el traslado el transportista respeta las señales de tránsito					
12. El conductor que presta el servicio realiza un desempeño laboral que brinda seguridad					
13. El conocimiento de la rutas por parte del conductor le trasmite una sensación de seguridad					
14. El transportista conduce dentro de los límites de velocidad establecido					
15. Los niveles de ruido (música, teléfono, entre otros) dentro de la unidad son aceptables					
16. Durante la prestación del servicio el conductor evita el uso del celular					
17. Ha sido asaltado en una mototaxi					
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA					
18. El conductor demuestra ser amable durante la prestación del servicio					
19. El conductor desempeña su trabajo con respeto hacia el usuario					
20. El conductor muestra preocupación por mantenerlo satisfecho					

21. El actual servicio de transporte de mototaxi ¿Influiría en su decisión de elegir a Piura como destino nuevamente?

Sí	
No	

Datos de control

Sexo

Femenino	
Masculino	

Lugar de Procedencia:	
------------------------------	--

Tipo de Transporte utilizado:	
--------------------------------------	--

Tipo de Turista

Nacional	
Extranjero	

Edad

Menos de 30 años	
De 31 a 40 años	
De 41 a 50 años	
De 51 a 60 años	
Más de 60 años	

Anexo 2: Ficha de Observación

	Mala	Ni buena ni mala	Buena
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES			
1. Limpieza de la mototaxi			
2. Estado de las puertas			
3. Limpieza del conductor			
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD			
4. Actitud del mototaxista al informar respecto a la tarifa			
5. Actitud del taxista al escuchar el destino			
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA			
6. Aceptación del taxista para traslados lejanos			
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD			
7. Conocimiento del mototaxista respecto a las rutas solicitadas			
8. Verificación por parte del mototaxista de que el pasajero se encuentra seguro en la unidad antes de partir			
9. Niveles de ruido de la mototaxi			
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA			
10. Amabilidad del mototaxista			
11. Respeto del mototaxista			

Anexo 3: Resultados de la Observación

Escala	Mala	Ni buena ni mala	Buena
Calificación	-1	0	1

	Mototaxi										Promedio de calificación
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES											
1. Limpieza de la mototaxi	0	1	1	0	0	-1	-1	-1	-1	0	-0.2
2. Estado de las puertas	0	1	1	0	0	-1	-1	0	0	0	0.0
3. Limpieza del conductor	0	0	1	0	0	-1	-1	0	-1	0	-0.2
DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD											
4. Actitud del mototaxista al informar respecto a la tarifa	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0.2
5. Actitud del taxista al escuchar el destino	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0.0
DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA											
6. Aceptación del taxista para traslados lejanos	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0.4
DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD											
7. Conocimiento del mototaxista respecto a las rutas solicitadas	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0.3
8. Verificación por parte del mototaxista de que el pasajero se encuentra seguro en la unidad antes de partir	0	0	1	0	0	0	-1	-1	0	0	-0.1
9. Niveles de ruido de la mototaxi	0	1	1	0	0	0	-1	-1	0	0	0.0
DIMENSIÓN 5: EMPATÍA											
10. Amabilidad del mototaxista	0	1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	0.0
11. Respeto del mototaxista	0	1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	0.0
Promedio final											0.0

Conclusión: Según los resultados de la observación realizada a una muestra de 10 mototaxis, la calidad de servicio brindada no es ni buena ni mala.

Anexo 3: Matriz de consistencia

Formulación del proyecto	Objetivo general	HIPÓTESIS GENERAL
¿Cuál es la repercusión de la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi en la afluencia turística de la ciudad de Piura?	Determinar el impacto de la calidad de la prestación del servicio de taxi en motocicleta en la afluencia turística de la ciudad de Piura.	La calidad de la prestación de servicio de transporte de mototaxi, actualmente tiene una repercusión significativa en la afluencia turística de Piura.
PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS ESPECÍFICAS
¿Cuáles son las características que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura?	Identificar las características que posee el servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura.	Las características positivas percibidas por el turista respecto al servicio de mototaxis en el destino turístico de Piura son la tangibilidad y la capacidad para responder.
¿Cuál es la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi?	Determinar la calidad de la prestación del servicio de transporte de mototaxi.	No hay calidad en la prestación del servicio de transporte de mototaxi, porque los turistas se encuentran insatisfechos con el servicio recibido.
¿Cuál es la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura?	Determinar la repercusión que tiene el servicio de transporte de mototaxi en en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.	El servicio de transporte de mototaxi repercute significativamente en la decisión de los turistas de volver a elegir el destino turístico de Piura.

Anexo 4: Fotografías de mototaxis en Piura



Fuente: Archivo Fotográfico del autor
Fecha: 10 de Diciembre de 2011

Fotografía de mototaxi en las calles de Piura



Fuente: Archivo Fotográfico del autor
Fecha: 10 de Diciembre de 2011

Fotografía de mototaxi en las calles de Piura



Fuente: Archivo Fotográfico del autor
Fecha: 10 de Diciembre de 2011

Fotografía de mototaxi en las calles de Piura



Fuente: Archivo Fotográfico del autor
Fecha: 10 de Diciembre de 2011

Fotografía de mototaxi con pasajero en Piura



Fuente: Archivo Fotográfico del autor
Fecha: 10 de Diciembre de 2011

Anexo 5: Pantallazo del Turnitin

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
 FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
 ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
 "CALIDAD DE LA PRESTACION DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSION EN LA AFLUENCIA TURISTICA DE LA CIUDAD DE HURA- 2012"
 TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
 AUTORA
 AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS
 ASESORES
 Lic. Walter Lázaro Trujillo
 Lic. Yanilda Aguilar Vidal
 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
 GESTIÓN TURÍSTICA
 HURA - PERÚ
 2012

29%
 De estos datos también puedes ver fuentes en inglés.

Rank	Source	Similarity %
1	www.ub.edu	3%
2	Delgado y González, 2012	3%
3	aportaciones de la Universidad	3%
4	www.ub.edu	2%
5	www.ub.edu	1%
6	www.ub.edu	1%
7	Delgado y González, 2012	1%
8	publicaciones de la Universidad	1%
9	www.ub.edu	1%
10	www.ub.edu	1%
11	publicaciones de la Universidad	1%
12	www.ub.edu	<1%
13	www.ub.edu	<1%

[Handwritten Signature]
 Ing. Msc. Moisés Javier Guzmán Riquelme
 MOCHERO INDUSTRIAL

Anexo 6: Acta de aprobación de originalidad de tesis

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F05-PP-PR-02.02 Versión : 05 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
---	--	---

MÁXIMO JAVIER ZEVALLOS VILCHEZ, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería revisor de la Universidad César Vallejo Piura, titulado "CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSIÓN EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE PIURA. 2012." de la estudiante AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 29% 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.

Piura, 02 de mayo de 2019


 Mg. Máximo Javier Zevallos Vilchez
 DNI: 08839229

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------


Anexo 7: acta de autorización de publicación de tesis

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 07 Fecha : 31-03-2017 Página : 1 de 1
--	---	---

Yo Aurea Silvana Ramírez Cárdenas identificado con DNI N° 44029075, egresado de la Escuela Profesional de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, autorizo (x) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSIÓN EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE PIURA. 2012**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....


 FIRMA

DNI: 44029075

FECHA: 03/05/2019

03 de mayo del 2019

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

Anexo 8: autorización de la versión final del trabajo 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 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

AUREA SILVANA RAMIREZ CARDENAS

INFORME TITULADO:

CALIDAD DE LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE DE MOTOTAXIS Y SU REPERCUSIÓN EN LA AFLUENCIA TURÍSTICA DE LA CIUDAD DE PIURA. 2012

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

SUSTENTADO EN FECHA: 10/06/2019

NOTA O MENCIÓN: *Trece* (13)





FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN