



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

**Respuesta en el área de ventas de la Empresa de Transporte
“ITTSABUS” por la Pandemia de la COVID 19 en el año 2020, Sede la
Victoria- Lima2021**

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

AUTOR(ES):

Reategui Moncada, Carla Ivonne (ORCID:[https: 0000-0003-3511-1790](https://orcid.org/0000-0003-3511-1790))

Reyes Cubas, Rosita Elvira (ORCID: [0000-0002-0622-7607](https://orcid.org/0000-0002-0622-7607))

ASESOR:

Mg. Gabriel Campos, Edwin Natividad (ORCID: [0000-0003-0245-0040](https://orcid.org/0000-0003-0245-0040))

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Gestión de empresas turísticas

LIMA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de Investigación a mi madre Ingrid, por estar a mi lado y haberme inculcado valores para ser una persona de bien, a mis hermanos(a) por acompañarme en todo momento, a mis abuelitos por siempre cuidarme Marina y Fortunato desde el cielo se que estarás orgulloso de mi, por sus sabios consejos y apoyo incondicional y sobre todo a mi por ser perseverante y luchadora.

Carla Reategui Moncada

Dedico este trabajo de investigación a mi padre Leopoldo por ser mi primer ejemplo de constancia y perseverancia, a mi madre Julia que me enseñó que con esfuerzo y dedicación se llega lejos y que ahora desde el cielo me cuida y me sigue guiando en este largo camino, a mis hermanas que son mi sostén y el más grande ejemplo que los sueños se hacen realidad y sobre todo a mí, por demostrarme que ante las adversidades puedo salir adelante.

Rosita Reyes Cubas

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerza, salud y permitirme continuar con mi formación profesional, a mis compañeras(o) de la empresa ITTSABUS por sus valiosos aportes de información que permitieron realizar esta investigación.

Carla Reategui Moncada

Agradezco en primer lugar a Dios por darme fuerza ante las adversidades que me tocó pasar durante la pandemia, a mi compañera de Tesis Carla que no me dejó sola, a las personas que me estiman y estuvieron dándome fuerzas para seguir adelante.

Rosita Reyes Cubas

Agradecemos a nuestro asesor Edwin Gabriel por sus enseñanzas, guía para este trabajo investigación y poder culminarlo de forma satisfactoria.

Carla Reategui y Rosita Reyes

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	
3.1. Tipo y diseño de investigación	15
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización.	15
3.3. Escenario de estudio	16
3.4. Participantes	17
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	18
3.6. Procedimientos	18
3.7. Rigor científico	19
3.8. Método de análisis de datos	19
3.9. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	21
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	54
VII. REFERENCIAS	56
ANEXOS	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 01:	
Decodificación de informantes claves.	17
Tabla N° 02:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Chiclayo.	21
Tabla N° 03:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Chimbote.	22
Tabla N° 04:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Mancora.	23
Tabla N° 05:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Paita.	24
Tabla N° 06:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Piura.	25
Tabla N° 07:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Sullana.	26
Tabla N° 08:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Talara.	27
Tabla N° 09:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Trujillo.	28
Tabla N° 10:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Tumbes.	29
Tabla N° 11:	
Cantidad de ventas anuales de todas las rutas.	30

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 01:	
Ubicación de la empresa ITTSA BUS.	17
Figura N°02	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Chiclayo.	22
Figura N° 03:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Chimbote.	23
Figura N° 04:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Mancora.	24
Figura N° 05:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Paita.	25
Figura N° 06:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Piura.	26
Figura N° 07:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Sullana.	27
Figura N° 08:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Talara.	28
Figura N° 09:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Trujillo.	29
Figura N° 10:	
Cantidad de ventas mensuales en la ruta de Lima a Tumbes.	30
Figura N° 11:	
Cantidad de ventas anuales de todas las rutas.	31
Figura N°12	
Área de recepción de equipajes.	33
Figura N°13	
Área de ventas de pasajes.	34
Figura N°14	
Simulación de ventas ITTSA BUS.	36

Figura N°15	
Avisos de separación de asientos de la empresa ITTSA BUS.	37
Figura N°16	
Lunas laminadas en los lavaderos para evitar la aglomeración.	38
Figura N°17	
Cortinas anti fluidos dentro del bus.	39
Figura N°18	
Área donde se toma la prueba de descarte COVID 19	41
Figura N°19	
Resumen de efectos causados en la empresa ITTSA BUS.	43
Figura N°20	
Plan de protocolos de bioseguridad	44
Figura N°21	
Sala de espera de la empresa ITTSA BUS con el aforo reducido.	45

RESUMEN

La presente Tesis indica que se debe analizar el impacto y respuesta de la empresa ITTSA BUS en el área de ventas frente a la situación económica generada por la COVID 19 en el año 2020. La metodología usada para el trabajo de investigación es básica exploratoria, según los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen “el objetivo a investigar como un tema o problema poco estudiado”, en el que existirán muchas dudas pero desde esta perspectiva se investigará mediante estudio de casos. Por lo mismo se lleva a deducir que el impacto económico generó pérdidas, debido a que no superaron un 47% en las ventas, el cual generó efectos en la empresa, una de ellas fue la reducción del personal a consecuencia de la poca demanda de pasajeros en la compra de boletos y se puede evidenciar en los resultados obtenidos mediante las técnicas e instrumentos como por ejemplo nos indican que en el mes de Marzo del año 2020 es cuando empieza a disminuir las ventas, por ello se deduce que ocurrió un impacto y que a partir de ese mes el gobierno nombra confinamiento nacional por la COVID 19. En conclusión la empresa tuvo que adaptarse a las diferentes medidas que el estado brindó para la reactivación del transporte y estas medidas generaron la reducción de los viajeros, por ello ITTSABUS implementó las medidas de bioseguridad para que el cliente pueda viajar de manera segura.

Palabras claves

Respuesta, COVID 19, Impacto Económico, Perdidas

ABSTRACT

The present Thesis indicates that the impact and response of the company ITTSA BUS in the sales area should be analyzed in the face of the economic situation generated by COVID 19 in the year 2020. The methodology used for the research work is basic exploratory, according to the authors Hernandez, Fernandez and Baptista (2014) define "the objective to be investigated as a topic or problem little studied", in which there will be many doubts but from this perspective it will be investigated through case studies. For the same reason it leads to deduce that the economic impact generated losses, because they did not exceed 47% in sales, which generated effects in the company, one of them was the reduction of personnel as a result of the low demand of passengers in the purchase of tickets and it can be evidenced in the results obtained through the techniques and instruments as for example indicate us that in the month of March 2020 is when it begins to decrease sales, therefore it is deduced that an impact occurred and that from that month the government appoints national confinement by COVID 19. In conclusion the company had to adapt to the different measures that the state provided for the reactivation of transport and these measures generated the reduction of travelers, therefore ITTSABUS implemented biosecurity measures so that the customer can travel safely.

Key words

Response, COVID 19, Economic Impact, Losses, Response, COVID 19, Economic Impact, Losses

I. INTRODUCCIÓN

En este primer capítulo se analiza sobre la situación de las empresas de transporte turístico en tiempos de crisis por la COVID 19.

En el país y a nivel internacional el medio de transporte de pasajeros es uno de los más demandantes, durante los años se ha logrado el traslado de miles de familias y personas a larga distancia. Según el “Centro de Investigación y Asesoría del Transporte Terrestre (Cidatt), el medio de transporte es unos de los recursos más esenciales para la economía del país y del sector de turismo”. Las empresas de transporte van de la mano con el sector turístico porque permite la subsistencia de miles de personas. Gracias al transporte terrestre la sociedad puede conocer parte del turismo, mediante sus recorridos observan la naturaleza y espacios abiertos. Desde esta perspectiva de investigación se da importancia a las empresas de transporte por su incremento de servicios y alta demanda de pasajeros que viajan diariamente para poder llegar a su destino. Por lo cual se analiza uno de los más importantes problemas como son: los bajos recursos de la empresa, poca demanda de pasajeros y la pérdida económica. Las diferentes empresas de transporte de pasajeros han hecho lo posible para poder subsistir, una de ellas es la empresa ITTSABUS “(INTERNACIONAL DE TRANSPORTE TURÍSTICO Y SERVICIOS S.R.L)” que al igual que muchas empresas aportan a la economía del país mediante sus impuestos.

El 15 de marzo del año 2020 el país entra en un aislamiento obligatorio, medida que tomó el gobierno por el primer caso de la COVID 19, según la “Organización Mundial de la Salud (OMS) la COVID 19 es la enfermedad provocada por un grupo de virus llamado el coronavirus pero actualmente es la pandemia que está afectando a muchos países del mundo”, desde ese momento el país entró en estado de emergencia ya que su principal objetivo fue evitar las aglomeraciones entre personas y hacer cumplir el distanciamiento social solo permitiendo las compras de primera necesidad.

A causa de la COVID 19 muchas empresas fueron golpeadas por el cierre temporal y uno de los sectores más perjudicados fue el sector turístico como también el de transporte terrestre, aéreo y marítimo.

Debido a la restricción por la COVID 19 el gobierno tomó medidas necesarias para evitar el incremento de contagio como la paralización de muchas empresas entre ellas el sector de transporte terrestre; la reactivación empezó en la 4ta fase permitiendo en primer lugar sólo el transporte de carga y mercancías y el 15 de julio se reactiva el transporte de pasajeros siendo una de ellas la empresa de transportes ITTSABUS. El 01 de octubre del año 2020 el Ministerio de Transportes y Comunicaciones indicó que el reinicio de las empresas de transporte interprovincial solo podrían funcionar al 50% cumpliendo con todas las medidas de bioseguridad, las cuales son: desinfección de buses en cada servicio, separación de asientos, declaración jurada de salud, en el que aseguran no estar infectados o tener algún síntoma de la COVID 19, el uso obligatorio de mascarilla y protector facial; es por ello que los distintos medios de comunicación en especial el Diario el Comercio, dieron a conocer sobre el impacto de la COVID 19 que está causando en las empresas de transporte terrestre interprovincial, sostuvo que desde el inicio del estado de emergencia por la COVID 19 alrededor de 540 empresas de transporte fueron paralizadas ocasionando grandes pérdidas y más de 70 familias se quedaron sin trabajo, las soluciones inmediatas que tuvieron este gremio fue enviar al personal a suspensión perfecta y en algunos casos despidos masivos. La empresa ITTSABUS en el reinicio de operaciones del transporte solo ha logrado alcanzar el 47 % de las ganancias en las ventas de pasajes menos que el año anterior.

En otros países podemos también encontrar diferentes antecedentes sobre el impacto económico que ha causado en el medio de transporte por la COVID 19, en los cuales sobresale China, como por ejemplo el impacto del transporte marítimo el cual ha sufrido por la COVID 19 durante el año 2020. “La Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA) ha indicado cifras en pérdidas de 29 mil 300 millones de dólares”, donde se manifiesta impacto de la COVID 19 en las diferentes aerolíneas en las cuales sus medidas han tenido que ser más flexibles en sus términos y

condiciones para poder tener mayor aceptación e ingresos que amortiguan el impacto ocasionado por la COVID 19.

Se puede intuir que este tipo de modelo de turismo de masas haya llegado a su fin, ahora que ya conocemos los riesgos que causa. El crecimiento económico en el rubro turístico ha sido favorecido por el movimiento constante de millones de viajeros y/o turistas de un extremo al otro del planeta en breves intervalos de tiempo. “El turismo masivo nació con la necesidad de generar riqueza, en eso radica su fortaleza, pero también su debilidad (Ascanio, 2009)”

La empresa ITTSABUS no ha podido recuperarse debido a que en dos ocasiones el gobierno ha tomado la decisión de enviar a las empresas a una cuarentena obligatoria y paralizar nuevamente el transporte de pasajeros, cómo también se debe invertir en implementar protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones en lo cual el público no lo ha aceptado de forma unánime. Las nuevas medidas de viaje han hecho que el transporte terrestre baje a más de 47% en su economía tomando como referencia la empresa ITTSABUS.

Durante los viajes a los diferentes destinos del Perú la empresa ITTSABUS transmite videos de información sobre la COVID 19 además como respuesta a la situación ha implementado medidas que se aplicarán antes del ingreso, como la toma de temperatura de los pasajeros, de esa manera prevenir más contagios. Otra medida que se ha dispuesto es la reprogramación de sus viajes a pasajeros con síntomas de la COVID 19 o cada que el gobierno dictamina cuarentena obligatoria, de esta manera incentivan a que los pasajeros viajen de forma más segura pero mientras continúe el estado de emergencia las reducciones al 50% provocará que la empresa se encuentre en la obligación de alzar los boletos para poder llegar al objetivo de subir en su economía.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo con sus siglas en inglés (WTTC) advirtió que la COVID 19 “podría reducir 50 millones de empleos en todo el mundo” se puede decir que no habrá una pronta recuperación en el sector de transporte turístico. Las

bases principales de esta investigación nos indican que debemos analizar la respuesta de la situación económica de la empresa ITTSABUS en las ventas de boletos frente a la COVID 19.

Cuáles han sido sus respuestas para poder seguir manteniéndose en el mercado y sobre todo en competencia con sus principales oponentes en esta industria. Continuando con la realidad problemática se identificó mediante preguntas el problema general y específico para analizar la situación de la empresa.

Problema General:

- ¿Cuál ha sido la respuesta de la empresa ITTSABUS en el área de ventas frente a la situación económica generada por la COVID 19 durante el año 2020?

Problemas Específicos:

- ¿Cómo ha sido la situación económica de la empresa ITTSABUS en las ventas antes de la COVID 19?
- ¿Cuáles han sido los impactos económicos generados por la COVID 19 en la empresa ITTSABUS?
- ¿Cómo ha sido la respuesta de la empresa ITTSABUS en las ventas de pasajes con las medidas impuestas por el gobierno?

La investigación se basa en las empresas de transporte para poder subsistir y continuar con los viajes interprovinciales mediante las ventas para mejorar la actividad económica.

En la presente investigación se busca resaltar la importancia que tienen las empresas de transporte en la actividad económica, como uno de los principales sectores que ha sufrido el impacto de la COVID 19 por varios meses de quedar paralizado estamos seguros que este nuevo cambio que se ha dado durante el estado de emergencia sanitaria hará que todas las empresas y principalmente la empresa ITTSABUS tomen conciencia sobre los nuevos protocolos y medidas para

continuar trabajando durante la emergencia sanitaria acostumbrarse a los nuevos efectos que causa la COVID 19, la empresa busca sobresalir y continuar siendo una de las empresas con mayor demanda de pasajeros que viajan a todos los destinos del norte del país, es por ello que el tema de investigación nos dará una mejor visión de la problemática actual; pasajeros que no se acostumbran a los viajes con los nuevos protocolos de bioseguridad y a causa de ello la empresa solo logra el traslado de los viajes con el 50% de capacidad siendo el área de ventas su principal fuente de ingreso para que la empresa pueda brindar todos los servicios de manera continua.

“El trabajo de investigación es de tipo cualitativo, ya que no existe una hipótesis de investigación según el autor Black y Champion” (citado por Hernández, et al., 2014). No en todas las investigaciones se plantea hipótesis debido a que la investigación cualitativa se basa en la observación, descripción y el descubrimiento de nuevos conceptos desde una perspectiva que busca encontrar una realidad al problema de investigación.

En el siguiente análisis se identificó los diferentes objetivos que servirán como ayuda para evaluar la crisis económica de la empresa, como objetivo general se tiene:

Analizar el impacto y la respuesta de la empresa ITTSABUS en el área de ventas frente a la situación económica generada por la COVID 19 durante el año 2020.

Y los objetivos específicos son:

- Describir la situación económica de la empresa ITTSABUS antes de la COVID 19.
- Determinar el efecto que ha causado la COVID 19 en la empresa ITTSABUS
- Describir la respuesta de la empresa ITTSABUS en las ventas por las medidas dadas por el gobierno.

II. MARCO TEÓRICO

El tema a investigar cuenta con antecedentes nacionales e internacionales, los cuales se describen a continuación:

Tarlow, (2020) con el artículo “Impacto de los riesgos y las amenazas en el sector turístico”, planteó que los efectos causados por la consecuencia de la COVID 19 no sólo vendría a ser una pérdida monetaria, sino también la posición de prestigio y reputación que ha tenido el sector turístico a través de los años; además el autor se refiere al tipo de riesgos como: despidos a trabajadores, cierre de empresas turísticas aumentando las “dificultades económicas”, también el autor siguiendo el modelo de Hegel filósofo alemán, quien predijo tiempo atrás “que a medida que la ciencia crece, también lo hacen los miedos irracionales y desde su punto de vista el autor concluye que la crisis sanitaria se convierte rápidamente en una crisis turística”, y según la Organización Mundial de la Salud declaró que la COVID 19 fue una crisis a nivel mundial.

Tarrillo, (2017) en su tesis de licenciatura de la Universidad César Vallejo el cual llevó como título “Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017”, su objetivo fue establecer tres impactos económicos: socioculturales y ambientales del turismo. La metodología utilizada fue descriptiva, para ello se usó la técnica de recolección de datos, realizando encuestas, entrevistas de 24 preguntas para aplicar a un promedio de 183 habitantes mayores de 18 años de edad residentes en la localidad de Obrajillo, según el autor los impactos son efectos generados por la subsistencia, salud, también se denominan consecuencias y resultados. Concluye que los impactos pueden ser positivos o negativos.

Cabrera, (2014) con licenciatura de la universidad Nacional de Trujillo la presente tesis lleva como título “Elementos que conforman el servicio de transporte Terrestre para el desarrollo de la competitividad”, el objetivo de la investigación es determinar los tipos de elementos que existen en el servicio de transporte, el método que

emplea es el de la observación para llegar a la conclusión que las empresas de transporte cuentan con diversos elementos para el desarrollo de la competencia en sus servicios de calidad y de esa manera mejore el incremento de los servicios y de la actividad económica.

Robles, (2016) con doctorado en la Universidad Nacional de Trujillo en su tesis que lleva el título “Planeación a largo plazo de una empresa de transporte terrestre de pasajeros, ITTSABUS: 2015 al 2019”. Tiene como objetivo principal elaborar la planeación a largo plazo en la empresa de transporte de pasajeros y carga, el método de uso fue la planeación estratégica se usó para llegar a la conclusión del estudio de sus componentes: áreas estratégicas, análisis de aspectos críticos, objetivos a corto y largo plazo siendo principalmente los planes estratégicos de acción que ayudarán a la problemática de la planeación de manera efectiva.

Antecedentes Internacionales darán la perspectiva desde el punto de vista de los autores sobre la situación económica a nivel internacional.

Bello, (2020) con el artículo “Evaluación de los efectos e impactos de la pandemia de COVID 19 sobre el turismo en América Latina y el Caribe” 2020, utiliza la metodología DALA por sus siglas en inglés (Metodología para la Evaluación de Desastres) es el modelo del Centro de Investigación sobre la Epidemiología de los Desastres de la Universidad Católica de Lovaina, las epidemias son amenazas naturales de tipo biológico por lo cual analizando el objetivo de esta investigación fue estimar los efectos e impactos de la COVID 19 en el sector turístico de los países de América Latina y el Caribe por ser uno de los sector más afectados por la COVID 19, seguidas de las acciones más importantes para enfrentar la epidemia son el aislamiento, la cuarentena y el distanciamiento social. El autor concluye que estas medidas tienen impactos positivos para la salud.

Goded, (1998) elaboró en su Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid, el autor deduce como se desarrolló la economía en países extranjeros uno de ellos es el caso de Argentina, la tesis que lleva como título “El impacto del turismo

sobre el desarrollo económico: el caso de Argentina” tiene como objetivo deducir si existen o no, recursos para la actividad turística, de este modo, se llegará a la conclusión que el turismo receptivo contribuye en el impacto económico y social desarrollando el método teórico y empírico además de verificar una evaluación de la situación actual del sector en Argentina. La principal actividad a evaluar será la oferta y demanda turística de Argentina, para ello se identificará los principales defectos de dicha actividad para que de esa manera haya una mejora en la actividad económica.

Gago, (2003) describe la Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid con la tesis que lleva como título “Región, Política y Transporte Aéreo - Volumen I” su principal investigación viene a ser que el transporte siempre va a estar ligado con la economía ya que satisface las necesidades básicas de la sociedad. Gracias a los avances tecnológicos es que el transporte ha ido evolucionando para mejorar los servicios terrestres, aéreos y marítimos como también se toma en cuenta que el medio de transporte se hace cada vez más importante con el paso del tiempo, debido al comercio no se puede separar estas actividades ya que juntas crean una fuerza socio-económica para la sociedad por la necesidades que esta genera. De todos los medios de transporte según la tesis, la aérea es la más completa ya que cumple con las expectativas actuales y se vincula principalmente a la organización político-económica.

Ruiz, (2015) elabora la Tesis doctoral de la Universidad Autónoma de Barcelona que lleva como título “Tres Ensayos sobre Economía del Transporte” en esta investigación nos dan tres puntos diferentes de vista, en la cual nos indica cómo ha sido el impacto económico en el transporte mediante tres modalidades: el transporte público, las inversiones en infraestructura y los peajes en la ciudad de Barcelona, España. En la investigación destaca mucho los diferentes puntos como las edades de las personas, género, estudios, lugar de residencia y sobre todo salario. En lo que refiere con inversión es donde cae el mayor impacto económico ya que de acuerdo a la tesis, las inversiones serán en maquinarias, tecnología, carreteras y autopistas con la finalidad de crecer el PBI en las regiones donde son menos favorecidas; estas

inversiones vienen atadas a un bien común con la sociedad ya que la principal finalidad es crear oportunidades de inversión a largo plazo y el último punto trata sobre la importancia de los peajes, pues va de la mano con la inversión en la infraestructura ya que se evalúa la repercusiones que genera el cambio de los precios del peaje, no solo en lo que se refiere a transporte público sino también en la demanda de viajes en las autopistas donde tendrán que utilizar el peaje, para saber qué tan provechoso llega a ser. De igual manera el artículo Tax Revenue and Public Service Delivery: Evidence From Nigeria, se le considera a los peajes fuentes de tributaciones públicas que generan ingresos gubernamentales con la finalidad de prestar servicios públicos (Omodero & Dandago, 2019), pero para Famoyin(2016), ve la tributación como parte del financiamiento de las empresas gubernamentales, mejora el crecimiento económico y sobre todo mantiene en equilibrio la economía y mediante un estudio sobre impuestos agregados mejoraron un crecimiento económico.(Ibadin & Oladipupo,2015)

García, (2018) desarrolló la Tesis doctoral de la Universidad Complutense de Madrid que lleva como título “La gripe de 1889-1890 en Madrid” es más conocida como la “La Gripe Rusa” es considerada como una de las pandemias más importantes y que marcaron una pausa en la historia. Según la autora esta gripe causó grandes mortalidades en la ciudad de Madrid ya que no hubo medidas que el gobierno impusiera en el momento indicado pues no existen estudios sociodemográficos que describan las características de la epidemia y su impacto en la ciudad. En lo que respecta en la economía, los bares, restaurantes o mejor dicho lugares de ocio tuvieron que cerrar porque no había público que fuera a verlos y a su vez lo empleados que trabajaban en los lugares indicados se contagian de una forma tan rápida y agresiva que conllevaba a su muerte; tal fue el punto que los medios de transporte de Madrid tuvieron que ser operados por monjes ya que el personal se estaba muriendo y las frecuencias eran mínimas. Según la tesis el factor socioeconómico en donde mayor repercute fue en los inmigrantes por la condición económica en la cual vivían por la falta de empleo. También se puede decir que es debido a la desigualdad en como cubran las necesidades de los distritos o provincias

del lugar, ya que desde tiempos atrás siempre existen brechas debido a que no existe un uso adecuados de las estrategias (Geoffrey, 2007; Krugman, 1991; Anselin, 1992).

Arslan, (2009) con el artículo “El impacto del turismo en el crecimiento económico, caso de Turquía”. El turismo ha ido en aumento durante muchos años, las llegadas eran de millones de viajeros. El objetivo es poder probar si existió algún efecto a través de los años en la economía turca, ya que toda economía varía entre países en su cultura, naturaleza y recursos, para ello se analiza la tasa de crecimiento económico y el turismo y usan el modelo “econométrico” para obtener mayores puestos de trabajo en el sector, desarrollo en las personas de extrema pobreza. El autor concluye que las diferentes inversiones en Turquía van incrementándose de manera progresiva así que el efecto causado ha sido positivo y para el sector turismo existe la relación entre “crecimiento económico y turismo”.

Yasinth, A. y Sumani, (2020) en el artículo de investigación Strategies to Maintain Aviation Consumers during the COVID 19 Pandemic in Indonesia, nos indican que las compañías de transporte aéreo deben implementar estrategias para poder mantener sus sostenibilidad, ellas consideran que su principal estrategia va ser basada en los gustos y preferencias del consumidor a través de la lealtad del cliente, la intención de compra, recomendaciones de boca a boca (Muhammad & Artanti, 2016) y el marketing experiencial ya que este lo principal que plantea es que el cliente sea quien promocioe la empresa , que se sienta que es parte de ella y a su vez esperar la reacción que tuvieran por los nuevos protocolos de bioseguridad por la COVID 19. La forma en cómo pudieron ver el estudio de mercado fue a través de cuestionarios por redes sociales utilizando Google Form y también en vuelos domésticos en Indonesia. Además, Triantafillidou y Siomkos (2014) sugirieron que las empresas deberían centrarse en diseñar experiencias placenteras, sociales, educativas y fantásticas para reducir el aburrimiento de los consumidores”. Los resultados fueron la fidelidad del cliente en la intención de compra ya que la lealtad influye en el tipo de marketing de boca a boca y se puede comprobar de forma directa como indirectamente por las intenciones de recompra (De Matos & Rossi,

2008). Es decir que mientras más hagas sentir a tu cliente como una pieza importante en el negocio y no solo como un generador de ingresos ellos siempre optarán por ti.

Luego de abordar los antecedentes para una mejor comprensión del trabajo investigado se presentan teorías relacionadas dentro del marco teórico.

Para empezar hablar de la crisis económica se puede decir que la economía en una empresa es parte fundamental para poder subsistir y que dependerá del ingreso de las ventas diariamente, es por ello que se deduce que si la empresa tiene una caída comercial y menos ingresos habrá una baja demanda de clientes en el transporte turístico interprovincial. La economía en los medios de transporte terrestre y aéreo pueden considerarse una actividad económica a través del incremento diario de la actividad, principalmente en los ingresos, es una necesidad principal la estabilidad económica de la empresa para el incremento y buen funcionamiento del transporte. Porque “Si se reducen estos mismos parámetros, también disminuirá la demanda de transporte según el autor (Blauwens et al., 2008, p. 291)” citado por la Universidad Técnica de Lisboa,

Universidad de Amberes (2010) .Desde ese punto de vista se entiende que sin actividad económica la empresa no podría continuar operando en el rubro turístico y tendría grandes pérdidas económicas.

El impacto en la crisis económica del transporte aéreo, al igual que en el terrestre ha hecho que la economía mundial haya sufrido pérdidas económicas por depender en parte del transporte. Los viajes de turismo solían realizarse diariamente y la demanda iba creciendo de forma elevada, creando distintos trabajos en los países desarrollados sin embargo en países de menor desarrollo la crisis mundial afectó a la economía generando pérdidas económicas. Según (Macário et al., 2008) “El Transporte aéreo, ya sea por placer o por negocio, es actualmente una experiencia común. La creciente asequibilidad de los viajes por avión abre las puertas a nuevos destinos y oportunidades”. El autor indica que el medio de transporte es parte

primordial de la actividad económica y que una crisis mundial nos lleva a pérdidas diarias en el sector turístico. “Los viajes se han convertido en uno de los componentes básicos del consumo de los países desarrollados y el turismo ha pasado a ser una actividad económica marcada por una fuerte dinámica de crecimiento”, Goded (1998). El sector turístico generó ingresos económicos a nivel mundial pero la crisis a causa del COVID 19 afectó a todos los países del mundo en el sector de viajes, turismo y transporte.

El sector marítimo es otro medio de transporte que ha sufrido el impacto económico variando el nivel de la actividad, en el año 2009 causó efecto en el equilibrio entre la oferta y la demanda de precios, a través de esa información se basa que en ese año la crisis económica ha causado fuertes impactos en todas las economías del mundo. Las diferentes situaciones de nivel económico han producido diversos modelos de crisis. Hyman Minsky (2009), citado por La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) “La ocurrencia de una crisis financiera internacional siempre es precedida por una fase de auge económico y financiero, caracterizada por el aumento de la confianza y de la visión optimista de esa manera los sectores tienen un problema de inestabilidad financiera y por ello el aumento de crisis económico” Ocampo (2002). “Las finanzas tienen que ver con el futuro, y por ende, la tendencia a considerar a los equilibrios múltiples y al contagio fronterizo” Ffrench-Davis (2003). Desde el punto de vista de los autores se deduce que los altos y bajos golpes en la economía incita a que las empresas puedan paralizar sus operaciones y tener que estar preparados a no recuperarse en un largo tiempo a nivel internacional.

Existen tipos de modelos económicos según algunos autores que narraron sobre cómo evaluar la crisis del sector económico, ellos se basaron en estudios sobre el crecimiento a partir de la teoría clásica del sector Smith (1776), citado por Lamboggia (2014), “El Crecimiento económico y la riqueza de las naciones obedecen a factores como el trabajo y el progreso técnico como el intercambio en el mercado actual y el capital son parte del crecimiento económico que ayudaran a restablecer la situación económica”. Ricardo (1817) añade a la teoría de A. Smith

“Los rendimientos económicos mantienen la posibilidad del aumento del capital y de la eficacia productiva” concluyendo que el ahorro económico es parte del crecimiento para mejorar el sector. Luego Malthus (1820) citado por Lamboglia (2014). “El exceso de ahorro, el consumo escaso y el comportamiento de la población, genera rendimientos decrecientes” son otros factores que afectan de forma negativa el crecimiento económico.

El transporte turístico es uno de los principales elementos para el ámbito del turismo, debido a que gracias al transporte se ha podido llevar a cabo las diferentes maneras de poder hacer turismo. Este elemento no está netamente dedicado al sector turístico ya que su principal valor viene a ser en el sector socioeconómico. “En el caso del turismo el transporte se ha convertido en el factor determinante de su desarrollo, pues las distintas divisiones y agrupaciones de transportación, o sea, el transporte terrestre, el transporte acuático y el transporte aéreo forman la base de distribución geográfica que obedece a los desplazamientos turísticos” Rabanal (2016). Desde esta perspectiva se puede interpretar que el transporte turístico ha determinado un desarrollo importante en este sector y que cualquier medio será de forma beneficiosa para la actividad turística y económica.

Se sabe que el medio de transporte es la principal fuente de la actividad turística, por las ventajas en la accesibilidad de llegar a lugares muy lejanos en poco tiempo y con mayor facilidad. En cuanto al medio de transporte más importante en la actividad turística viene a ser el aéreo, por sus características que sobresalen como la rapidez, seguridad y confort pero a su vez tenemos la desventaja en las regularizaciones que se nos presenta como la limitación en capacidad de carga y sobre todo el costo de los pasajes que pueden variar en temporadas de actividades turísticas como económicas.

También se puede destacar la disminución de eventualidades que surgen, “Según el informe de IATA sobre los resultados en seguridad aérea, durante el año 2010 la tasa global de accidentes (medida en pérdidas de aviones totales por millón de vuelos de reactores comerciales construidos en occidente) fue de 0.61 - cifra

equivalente a un accidente cada 1.6 millones de vuelos. En comparación con los diez últimos años, la tasa de accidentes se ha reducido un 42% en relación a la tasa registrada en 2001.” Daimiel (2013). Otra característica del Transporte Turístico es que va junto a la economía en la cual ambos se unen para poder crecer juntos. “El incremento de la actividad económica, la producción industrial y la expansión de las relaciones comerciales se traduce inevitablemente en una necesidad creciente de transporte. Si se reducen estos mismos parámetros, también disminuirá la demanda de transporte (Blauwens et al., 2008, p. 291)”. En conclusión, los medios de transporte siempre estarán ligados al estado socio-político en el cual se brindará un servicio de calidad y se velará por los derechos de los consumidores y proveedores. Se debe recalcar que cualquier tipo de medio de transporte fomentará la actividad turística y con ello cubrir las necesidades de la sociedad o entorno.

Una de las principales características para el desarrollo del turismo es el transporte pues sin él, el desplazamiento de un lugar a otro sería complicado. Para acceder a un destino turístico, este debe contar con la accesibilidad e infraestructura básica o de soporte y de esa manera permita al turista llegar a su destino y disfrute del trayecto todo lo que dure el viaje ya que se debe brindar un servicio de calidad. Gurria (1997). Países desarrollados y países de menor desarrollo debido a la crisis mundial también han sufrido pérdidas económicas (Blauwen Et Al., 2008, p. 291), las diferentes situaciones de nivel económico han producido diversos modelos de crisis Hyman (2009) la economía provocó que las empresas puedan paralizar sus operaciones por la crisis económica no pudiendo recuperarse en un largo tiempo a nivel internacional Ffrench-Davis (2003).

El transporte turístico siempre estará de la mano con la economía Daimiel (2013) con el pasar del tiempo se ve la manera en cómo brindar un servicio de calidad con respecto al transporte turístico. (Gurria di vela, 1997). Los estudios realizados de todas las fuentes de información son sobre la crisis económica y el transporte turístico, pero de acuerdo al tema “Impacto de la COVID 19 en la empresa de transportes, es un tema novedoso y actual en nuestro país por ello solo se habla en prensas escritas como el diario el comercio y entre otros.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y Diseño de Investigación

El siguiente trabajo de investigación es de tipo básica exploratoria en otros contextos los autores Hernández, Fernández y Baptista (2014) definen “el objetivo a investigar como un tema o problema poco estudiado” en el que existirán muchas dudas pero desde una nueva perspectiva se investigara mediante estudio de casos.

Gabriel (2019), menciona que el estudio también puede ser fenomenológico porque “la variable es social y cambiante en el tiempo” por lo cual el resultado que se obtendrá de la investigación se podrá utilizar para profundizar en temas novedosos como es el caso de la COVID 19 en la empresa ITTSABUS.

Diseño de Investigación:

Según los autores Álvarez & Barreto, (2010) los diseños de investigación cualitativa suelen ser “emergentes y recursivos” porque se abordara desde el planteamiento del problema de la investigación, buscará la información que permita expandir con mayor detalle el tema, y se realizará mediante la recolección de datos, a través de entrevistas y encuestas para llegar a una conclusión, este diseño se compone de dos aspectos:

Fenomenológico, se basará en “interpretar la realidad por las observaciones” Hernández (2017) podemos interpretar y conocer los problemas que afectan a la investigación a través de la percepción de los participantes y sus respuestas que formarán una parte fundamental para evaluar la situación y problemática de la investigación. Estudio de casos se formulará mediante preguntas para llegar al planteamiento del problema en las que se medirá las variables en más de dos ocasiones.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización

De acuerdo a Herrera, Guevara & Munster (2015), las categorías y subcategorías

pueden ser elaboradas antes de la recolección de datos con tan solo referencias significativas y surgen a partir de los objetivos generales.

En esta etapa del método de investigación se mencionan las categorías y subcategorías que son parte del objetivo general y específico que ayudarán a determinar los efectos que han causado la COVID 19 en la empresa de transportes ITTSABUS las cuales se mencionan a continuación:

En las categorías vamos a describir la situación económica de la empresa ITTSABUS antes de la COVID 19 además se sabrá cuáles han sido los efectos que han causado la COVID 19 en la empresa ITTSABUS y de qué manera fue la respuesta de la empresa ITTSABUS en las ventas por las medidas dadas por el gobierno.

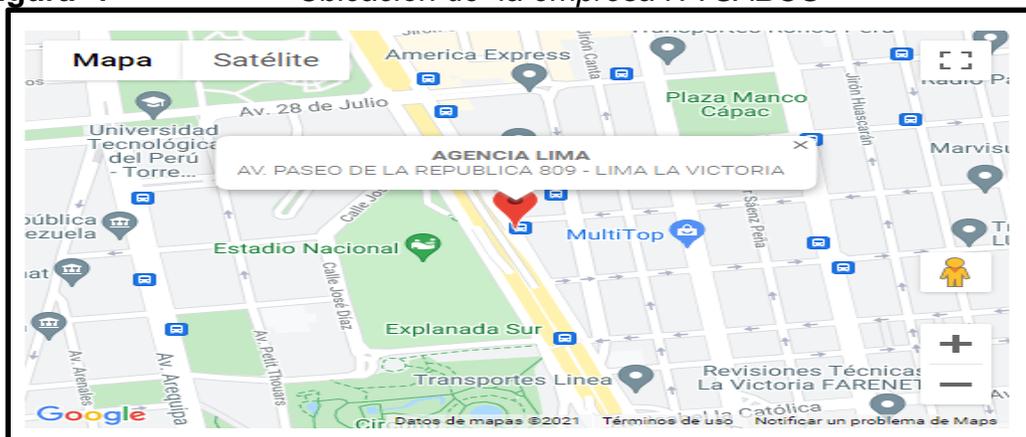
En las Subcategorías se analizará las ventas mensuales por rutas, la variación en las ventas, se compara el balance de la empresa en el año 2019 al 2020 y de qué manera se implementa los protocolos de bioseguridad.

3.3 Escenario de estudio:

Desde el año 1992 ITTSABUS salió al mercado con una flota de buses modernos para poder cubrir las necesidades de los viajeros en especial del sector del norte de nuestro país brindando confianza, puntualidad y sobre todo seguridad a todo su público.

En la actualidad la empresa tiene 13 sucursales activas y que se han podido mantener a pesar de la COVID 19, del cual hablaremos en especial de la sucursal que se encuentra en Lima, cuya dirección es: paseo de la República 809 la Victoria al frente del estadio nacional. Esta agencia ha sido una de las principales fuentes de ingreso para la empresa ya que está en constante competencia y gracias a ello es que se ha podido mantener en el mismo lugar y no ser removido.

Figura 1 *Ubicación de la empresa ITTSABUS*



Nota. Representa la ubicación de la dirección de la empresa de transportes ITTSABUS Lima. Fuente: página web de google maps <https://maps.google.com>

3.3 Participantes

Según Robles (2011), nuestros objetivos generales deben estar bien estructurados ya que de ello depende la profundidad de la entrevista y a su vez nos indica que no se puede determinar con exactitud la cantidad de entrevistas pues dependerá el valor de la información que nos proporcione.

En esta investigación se ha realizado entrevistas al personal de ventas y administrativos de la empresa ITTSABUS el cual se mencionan a continuación:

Tabla 1

Se decodifica a los informantes claves, mediante el siguiente cuadro

Personal de la Empresa ITTSABUS	Informante	Códigos
Counter de ventas de pasajes	2	CVP
Call center	1	CC
Asistente Administrativo	1	AA
Jefe de Operaciones	1	JO

Nota. Elaboración de la tabla por las investigadoras, se detallan los informantes claves de la empresa ITTSABUS

3.5 Técnica e instrumentos de recolección de datos:

Según Van Gennep (1986), menciona que “Cabe enfatizar que invitaciones a desayunar, comer o cenar, pueden ayudar a construir y fortalecer vínculos de comunicación”, se puede deducir que esta premisa tiene mucho sentido, ya que cuanto más a gusto se sienta el entrevistado, entrara en confianza al punto de empezar a sentir que lo que se le pregunte fuera una conversación normal y así podamos profundizar las preguntas y obtener buenas respuestas.

Para Robles, (2011) el recurso indispensable para una buena recolección de datos son las grabaciones, tanto en audio como video, ya que de esa manera se podrá describir de forma detallada la entrevista a profundidad, significa entrar en la vida del informante “saber sus gustos, miedos, angustias y satisfacciones” siguiendo las indicaciones del autor en esta investigación tomaremos en cuenta la observación y entrevista al personal del área de ventas de la empresa ITTSABUS mediante un guión para analizar las respuestas pues son informantes claves y en ellos tendremos respuestas verídicas.

Taylor y Bogdan, (1990) mencionan que “la entrevista es cara a cara” un encuentro a través de una reunión pactada entre el que investiga y el que informa y se redacta tal cual lo relata con sus propias palabras.

3.6 Procedimientos:

Cicourel, (1982) menciona que las entrevistas y la recopilación de datos son instrumentos indispensables para poder obtener la información necesaria para la investigación a través de los instrumentos podemos identificar la problemática del tema, “se explora se detalla y rastrea” lo dice Cicourel adicional a ello se debe de realizar entrevistas a profundidad en espacios agradables donde no haya público y hacer uso de todos los recursos posibles como audios, videos, anotaciones, la comunicación puede ser de forma verbal presencial o por llamada.

Para lograr el desarrollo de la información se hizo uso de los siguientes métodos: La ficha de entrevista y la recolección de datos fue la fuente de información para los informantes claves de la empresa ITTSABUS.

1.-Planificar la entrevista, pactar la fecha, hora y lugar donde se realizará, la reunión no debe ser más de dos horas para no cansar al informante.

2.- Desarrollo de la entrevista en profundidad. Elaborar un guión de entrevista en el cual están las preguntas elaboradas para cumplir con el horario y controlar el tiempo que nos tomará con el informante, de esa manera conoceremos más de su vida, edad e historia.

Blasco y Otero, (2008) citado por Robles nos dice que debemos de evitar “restringir o limitar a los entrevistados” para evitar generar inseguridad y tener respuestas concisas que ayuden a dar respuesta al objetivo de investigación.

3.-Transcripción mediante la ficha de entrevista siguiendo las pautas de Robles (2016) después de la entrevista se pasará el registro a una ficha de toda la información recogida para luego ser procesada en los resultados, con la debida autorización del informante de ninguna manera obligar a hacer una grabación si no es aceptada.

3.7 Rigor Científico:

Según Álvarez-Gayou, (2003) hay diferentes tipos de métodos científicos para poder corroborar la autenticidad de la investigación, ya que mediante la observación las personas pueden expresar su sentir.

Por ello el Método inductivo-deductivo es el utilizado para las entrevistas al personal del área de ventas de ITTSABUS, ya que acepta una realidad externa que se podrá medir mediante la observación ya que se puede percibir por medio de los sentidos.

3.8 Método de análisis de la Información:

Se realizó entrevistas a profundidad según se hace mención en las siguientes líneas:

González y Cano, (2010) “El análisis es un proceso de reflexión que va más allá de los datos” por lo que el investigador usará como información mientras se analiza para el entendimiento del estudio, durante el proceso se van efectuando cambios en los resultados obtenidos.

Hernández, (2003) sugiere que se haga una revisión, clasificación de la información, considera que los resultados en perfecto estado óptimo se realizan a través de las “categorías y subcategorías” que serán comprobadas en los resultados.

Scribano, (2007) una vez finalizada la entrevista es importante hacer un análisis de toda la recolección, comprobación de la credibilidad, confiabilidad, se podrá hacer una triangulación con los datos obtenidos y al final se hará una discusión según los resultados.

3.9 Aspectos Éticos: La presente tesis se ha desarrollado siguiendo los reglamentos y pautas para realizar un tema de investigación, respetando a todos los autores citados mediante las fuentes de información que son las revistas, temas de investigación, documentales y respetando de forma confidencial toda la información proporcionada. Se respetará las opiniones y/o cambio de ideas de cada participante, como también que no necesariamente esté de acuerdo con la entrevista y que puede retirarse en el momento que desee sin ninguna sanción ni venganza por parte del entrevistador.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos mediante las técnicas e instrumentos de investigación, como las entrevistas realizadas a un grupo de participantes, quienes serán los informantes claves de las distintas áreas de la empresa ITTSABUS, e información obtenida por la misma empresa.

4.1.1 Ventas mensuales por rutas

Tabla 2

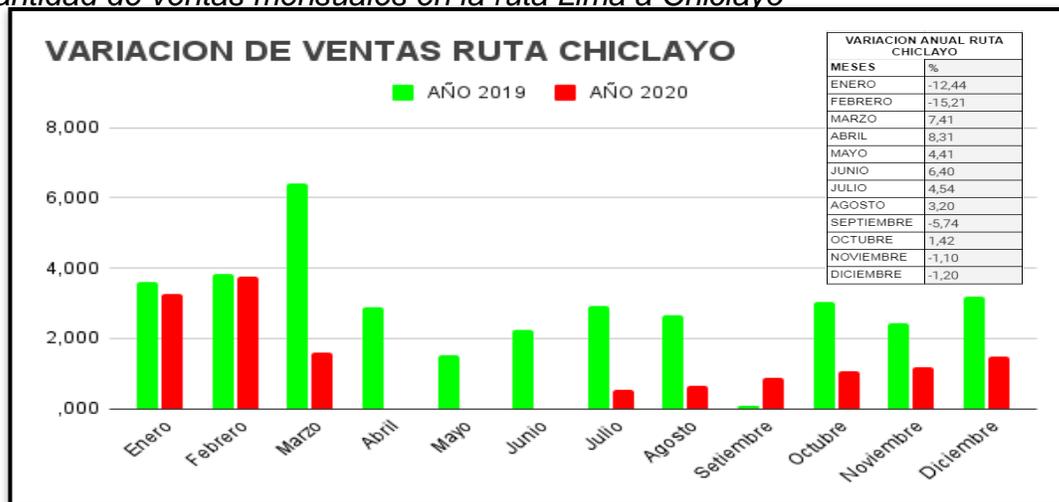
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Chiclayo

Meses	Ruta a Chiclayo			
	Año 2019		Año 2020	
	cantidad	%	cantidad	%
Enero	3,615	10.38	3,284	22.82
Febrero	3,845	11.04	3,777	26.25
Marzo	6,404	18.39	1,580	10.98
Abril	2,893	8.31	0	0.00
Mayo	1,537	4.41	0	0.00
Junio	2,228	6.40	0	0.00
Julio	2,907	8.35	548	3.81
Agosto	2,673	7.67	644	4.48
Setiembre	81	0.23	859	5.97
Octubre	3,035	8.71	1,049	7.29
Noviembre	2,436	6.99	1,165	8.10
Diciembre	3,178	9.12	1,485	10.32
Total	34,832	100	14,391	100

Nota. En la tabla 2 podemos apreciar que en el mes de Marzo del año 2020 es cuando empieza a disminuir las ventas, se puede deducir que ocurrió ese impacto en las ventas ya que a partir de ese mes el gobierno dictamina confinamiento nacional por la COVID 19.

Figura 2

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Chiclayo



Nota. En la figura se observa que en los meses de Abril, Mayo y Junio no hubo ventas por las normativas que impuso el gobierno. Tomado de la empresa.

Tabla 3

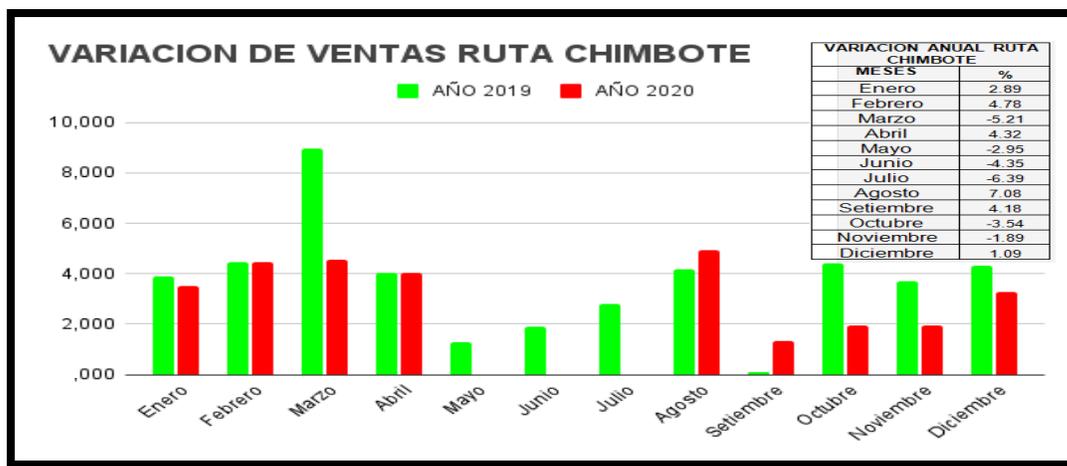
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Chimbote

Ruta a Chimbote				
Meses	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	3,917	8.87	3,531	11.77
Febrero	4,458	10.10	4,464	14.87
Marzo	8,991	20.36	4,548	15.15
Abril	4,027	9.12	4,032	13.43
Mayo	1,301	2.95	0	0.00
Junio	1,921	4.35	0	0.00
Julio	2,822	6.39	0	0.00
Agosto	4,158	9.42	4,950	16.49
Setiembre	83	0.19	1,311	4.37
Octubre	4,428	10.03	1,946	6.48
Noviembre	3,726	8.44	1,964	6.54
Diciembre	4,326	9.80	3,266	10.88
Total	44,158	100	30,012	100

Nota. En la tabla 2 podemos apreciar que en esa ruta a partir del mes de Mayo ya no hay ventas y así continúa con los meses siguientes hasta el mes de Agosto, donde se observa cómo supera las ventas de un año antes.

Figura 3

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Chimbote



Nota. En la figura se puede observar que en el mes de Agosto pudieron superar las ventas de un año antes al igual que el mes de Setiembre. Tomado de la empresa.

Tabla 4

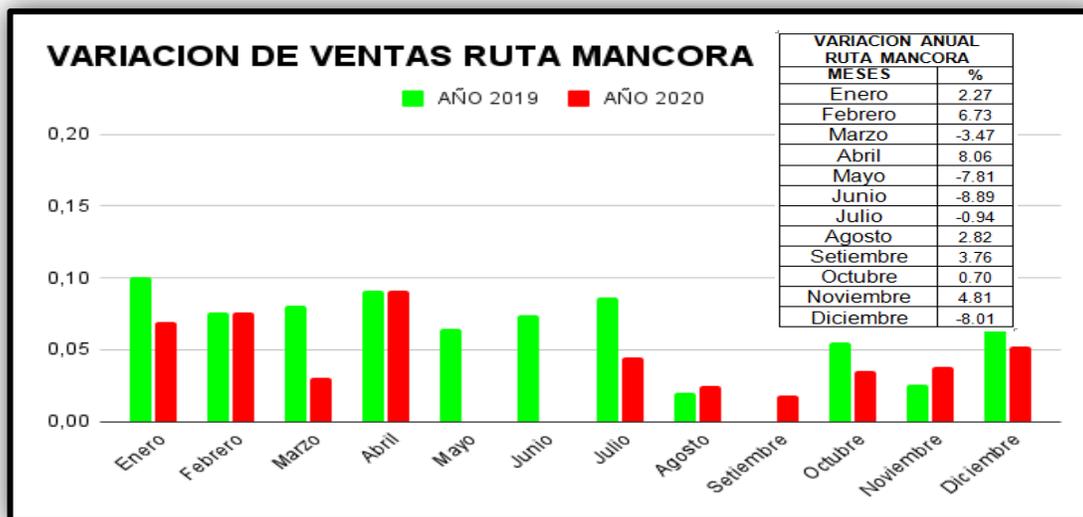
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Mancora

Meses	Ruta a Máncora			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	101	12.14	69	14.41
Febrero	76	9.13	76	15.87
Marzo	81	9.74	30	6.26
Abril	91	10.94	91	19.00
Mayo	65	7.81	0	0.00
Junio	74	8.89	0	0.00
Julio	86	10.34	45	9.39
Agosto	20	2.40	25	5.22
Setiembre	0	0.00	18	3.76
Octubre	55	6.61	35	7.31
Noviembre	26	3.13	38	7.93
Diciembre	157	18.87	52	10.86
Total	832	100	479	100

Nota. En la tabla 4 se observa que para esta ruta los únicos meses en los cuales no hubo ni una venta fueron Mayo y Junio del año 2020

Figura 4

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Mancora



Nota. De acuerdo a la figura 4 se deduce que este destino no pudo mantener las ventas del año 2019 y se ve una completa caída en el mes de Diciembre. Tomado de la empresa.

Tabla 5

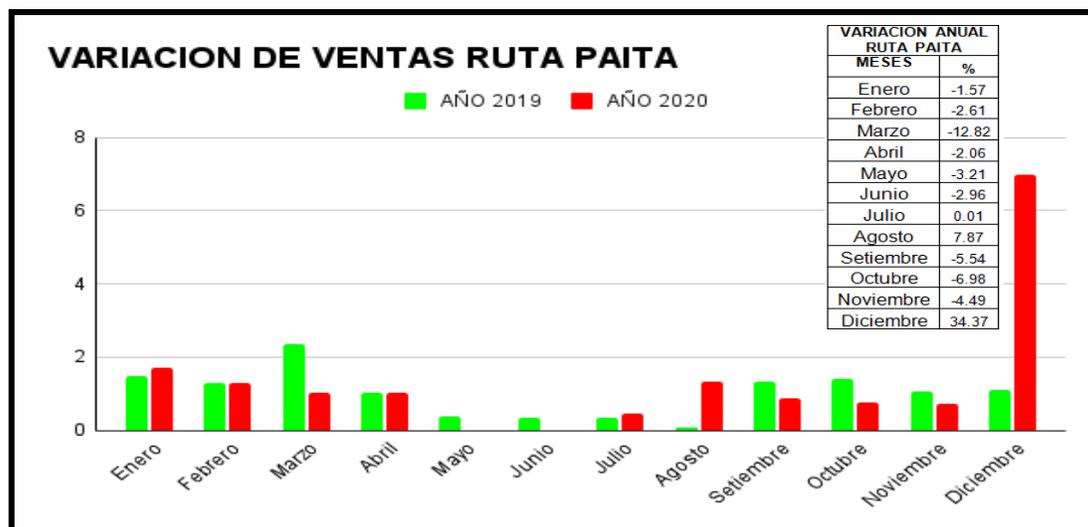
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Paita

Ruta a Paita				
Meses	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	147	12.10	170	10.53
Febrero	128	10.53	128	7.93
Marzo	234	19.26	104	6.44
Abril	101	8.31	101	6.25
Mayo	39	3.21	0	0.00
Junio	36	2.96	0	0.00
Julio	33	2.72	44	2.72
Agosto	6	0.49	135	8.36
Setiembre	132	10.86	86	5.33
Octubre	142	11.69	76	4.71
Noviembre	108	8.89	71	4.40
Diciembre	109	8.97	700	43.34
Total	1,215	100	1,615	100

Nota. En la tabla 5 se observa que para esta ruta no tiene grandes ingresos de ventas y se pudo mantener en el 2020.

Figura 5

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Paita



Nota. De acuerdo a la figura 5 se deduce que este destino pudo superar ventas del año 2019 y a su vez en el mes de Diciembre fue cuando tuvo mayor auge. Tomado de la empresa.

Tabla 6

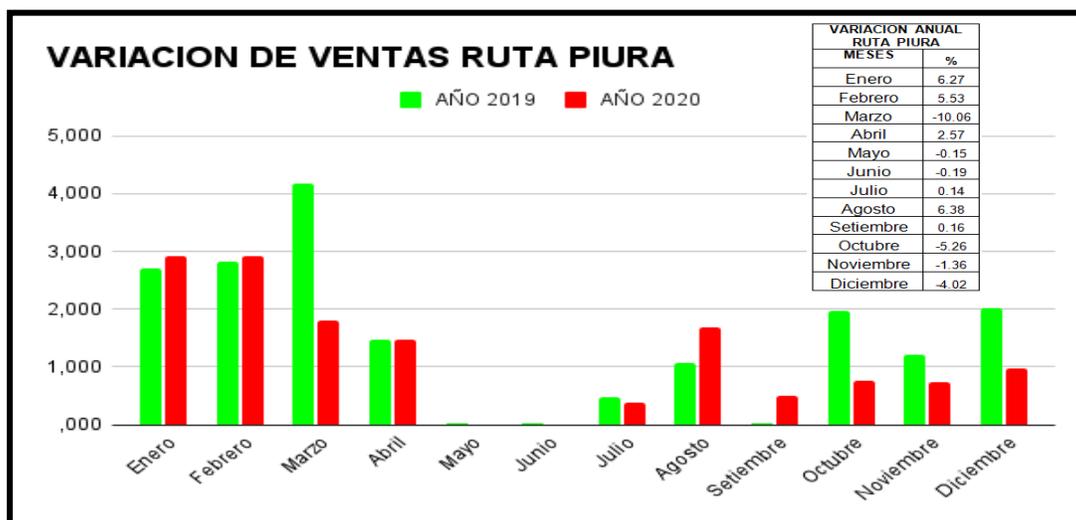
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Piura

Meses	Ruta a Piura			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	2,695	14.98	2,915	21.26
Febrero	2,829	15.73	2,915	21.26
Marzo	4,182	23.25	1,808	13.18
Abril	1,482	8.24	1,482	10.81
Mayo	27	0.15	0	0.00
Junio	34	0.19	0	0.00
Julio	465	2.59	374	2.73
Agosto	1,062	5.90	1,684	12.28
Setiembre	36	0.20	49	0.36
Octubre	1,959	10.89	772	5.63
Noviembre	1,207	6.71	733	5.35
Diciembre	2,010	11.17	981	7.15
Total	17,988	100	13,713	100

Nota. En la tabla 6 se observa que en el mes de Mayo y junio no hay ventas y el mes de Diciembre del 2020 no supera ni el 50% de boletos vendidos.

Figura 6

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Piura



Nota. De acuerdo a la figura 6 al comienzo del año 2020 estaban superando las ventas del 2019 hasta Marzo y después de ello solo en Agosto pudieron superar y después continuó su descenso. Tomado de la empresa.

Tabla 7

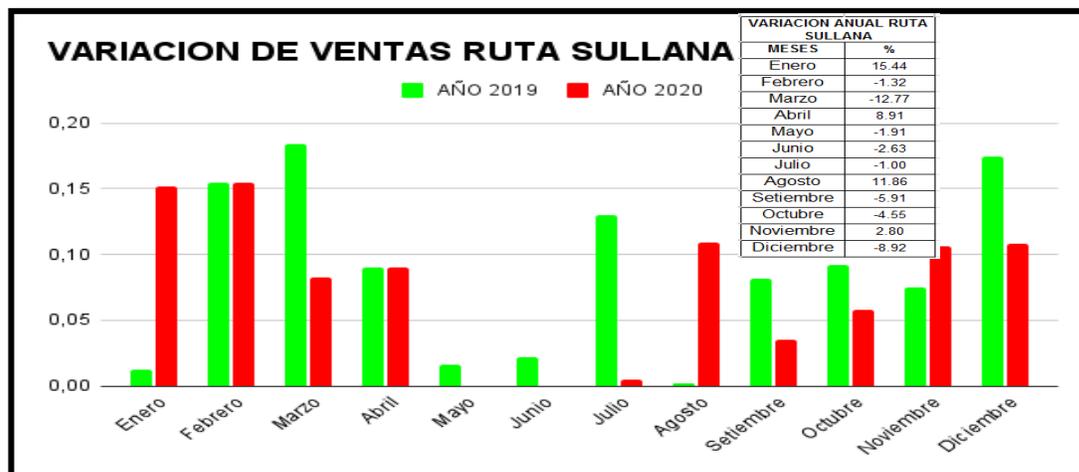
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Sullana

Meses	Ruta a Sullana			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	12	1.43	152	16.87
Febrero	155	18.52	155	17.20
Marzo	184	21.98	83	9.21
Abril	9	1.08	90	9.99
Mayo	16	1.91	0	0.00
Junio	22	2.63	0	0.00
Julio	13	1.55	5	0.55
Agosto	2	0.24	109	12.10
Setiembre	82	9.80	35	3.88
Octubre	92	10.99	58	6.44
Noviembre	75	8.96	106	11.76
Diciembre	175	20.91	108	11.99
Total	837	100	901	100

Nota. En la tabla 7 se observa que para esta ruta no tiene grandes ingresos de ventas y en el mes de Agosto tuvo su mayor auge.

Figura 7

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Sullana



Nota. De acuerdo a la figura 7 al comienzo del año 2020 estaban superando las ventas del 2019 y después de ello las ventas empezaron a caer. Tomado de la empresa

Tabla 8

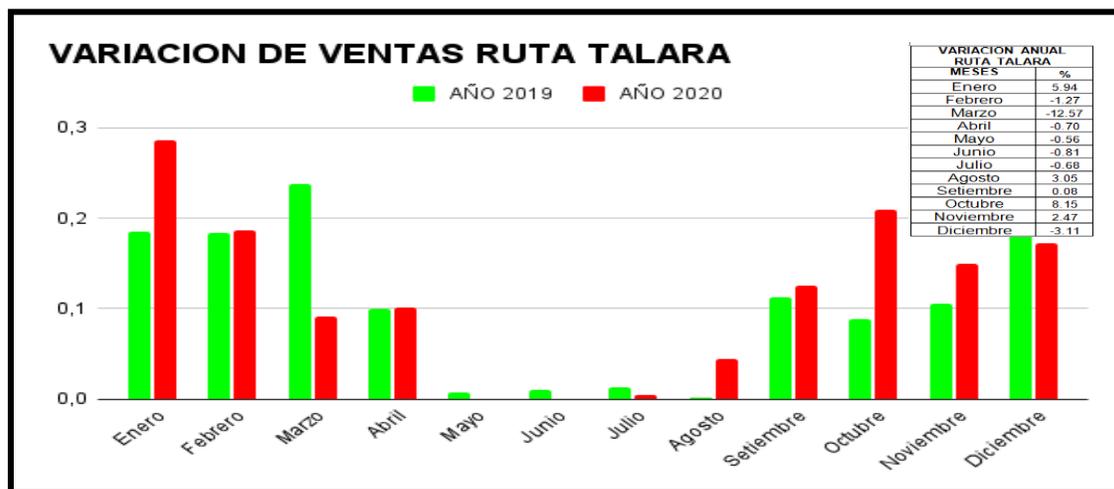
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Talara

Meses	Ruta a Talara			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	185	14.93	286	20.88
Febrero	184	14.85	186	13.58
Marzo	238	19.21	91	6.64
Abril	100	8.07	101	7.37
Mayo	7	0.56	0	0.00
Junio	10	0.81	0	0.00
Julio	13	1.05	5	0.36
Agosto	2	0.16	44	3.21
Setiembre	112	9.04	125	9.12
Octubre	88	7.10	209	15.26
Noviembre	105	8.47	150	10.95
Diciembre	195	15.74	173	12.63
Total	1,239	100	1,370	100

Nota. En la tabla 8 se observa que para esta ruta no tiene grandes ingresos de ventas y en el mes de Octubre tuvo su mayor auge.

Figura 8

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Talara



Nota. De acuerdo a la figura 8 al comienzo del año 2020 estaban superando las ventas del 2019, luego de ello prácticamente no hubo ventas y a partir del mes de Agosto empieza a superar ventas del año 2019 y hubo una pequeña caída en el mes de Diciembre. Tomado de la empresa

Tabla 9

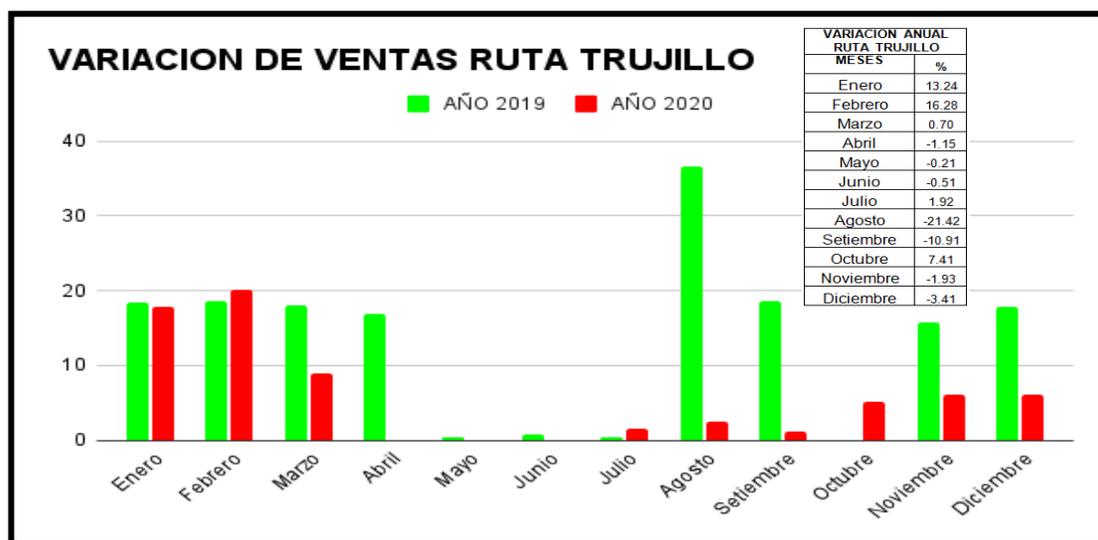
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Trujillo

Meses	Ruta a Trujillo			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	18,344	12.48	17,870	25.72
Febrero	18,604	12.66	20,106	28.94
Marzo	18,042	12.28	9,013	12.97
Abril	1,691	1.15	0	0.00
Mayo	305	0.21	0	0.00
Junio	752	0.51	0	0.00
Julio	474	0.32	1,556	2.24
Agosto	36,587	24.89	2,414	3.47
Setiembre	18,516	12.60	1,173	1.69
Octubre	26	0.02	5,160	7.43
Noviembre	15,694	10.68	6,076	8.75
Diciembre	17,934	12.20	6,109	8.79
Total	146,969	100	69,477	100

Nota. En la tabla 9 se observa que en el mes de Marzo, Agosto y Setiembre las ventas descendieron a más del 50%.

Figura 9

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Trujillo



Nota. De acuerdo a la figura 9 al comienzo del año 2020 no estaban superando las ventas del 2019, luego de ello prácticamente no hubo ventas a excepción del mes de Febrero. Tomado de la empresa.

Tabla 10

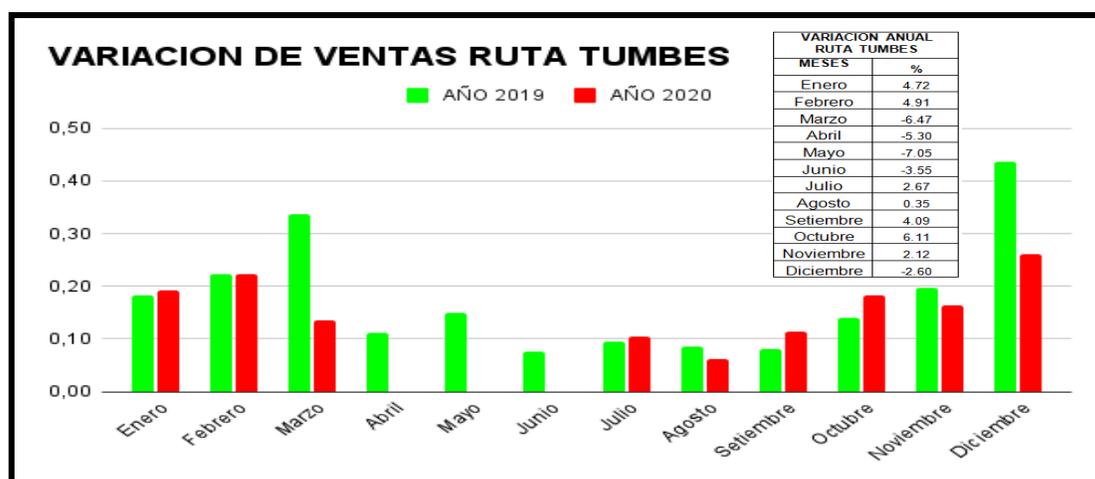
Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Tumbes

Meses	Ruta a Tumbes			
	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	183	8.66	193	9.58
Febrero	223	10.55	223	11.07
Marzo	336	15.90	136	6.75
Abril	112	5.30	0	5.56
Mayo	149	7.05	0	7.45
Junio	75	3.55	0	15.39
Julio	96	4.54	104	5.16
Agosto	85	4.02	63	3.13
Setiembre	82	3.88	115	5.71
Octubre	139	6.58	183	9.09
Noviembre	197	9.32	165	8.19
Diciembre	436	20.63	260	12.91
Total	2,113	100	1,442	100

Nota. En la tabla 10 se puede deducir que el mes donde hubo mayor pérdida fue en Diciembre del 2020.

Figura 10

Cantidad de ventas mensuales en la ruta Lima a Tumbes



Nota. De acuerdo a la figura 10 se puede apreciar que en esta ruta no se pudo superar las ventas del año 2019 a excepción del mes de Enero y Julio del 2020. Tomado de la empresa.

Tabla 11

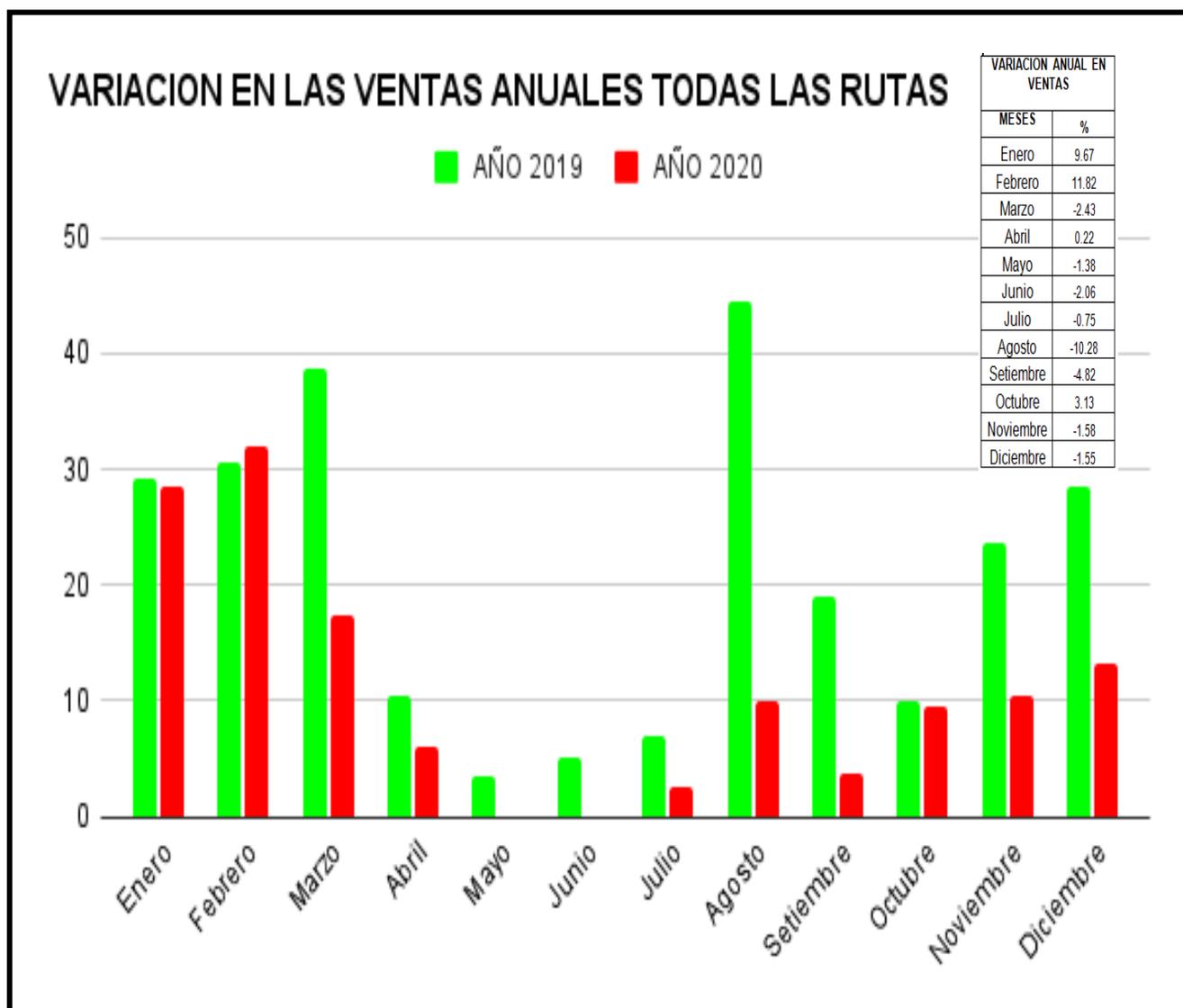
Cantidad de ventas anuales de todas las rutas

VENTAS ANUALES DE TODAS LAS RUTAS				
Meses	Año 2019		Año 2020	
	Cantidad	%	Cantidad	%
Enero	29,199	11.67	28,47	21.25
Febrero	30,502	12.19	32,03	23.91
Marzo	38,692	15.47	17,393	12.98
Abril	10,506	4.20	6,009	4.49
Mayo	3,446	1.38	0	0.11
Junio	5,152	02.06	0	0.23
Julio	6,909	2.76	2,681	2.00
Agosto	44,595	17.82	10,068	7.52
Setiembre	19,124	7.64	3,771	2.81
Octubre	9,964	3.98	9,488	07.08
Noviembre	23,574	9.42	10,468	7.81
Diciembre	28,52	11.40	13,134	9.80
Total	250,183	100	133,400	100

Nota. La tabla 11 nos indica que de acuerdo a la sumatoria del total de las ventas mensuales, hubo una pérdida de 46.68% aproximadamente

Figura 11

Cantidad de ventas anuales de todas las rutas



Nota. La figura 11 nos indica durante todo el año 2020 los meses en los cuales no hubo ni una sola venta fueron Mayo y Junio y que no pudieron llegar a alcanzar como mínimo las ventas del año 2019. Tomado de la empresa. Tomado de la Empresa.

4.2 Efecto que ha causado la COVID 19 en la Empresa ITTSABUS

El efecto causado por la COVID 19 provocó pérdidas económicas y la continua reducción de personal, debido a la normativa dictada por el gobierno en el inicio de la cuarentena, ha generado una serie de restricciones por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones: El pasajero deberá utilizar doble mascarilla y protector facial, durante el viaje evitar el consumo de alimentos, para abordar deberá entregar una declaración jurada de salud donde certifique que se encuentra en buen estado de salud para viajar. En cuanto a los buses deben de implementarse cortinas anti fluido como separadoras de asientos para evitar contacto entre pasajeros y la fumigación de los buses antes y después del viaje. Los medios de transporte que hagan los viajes con un aforo del 50% solo deben solicitar al pasajero declaración jurada de salud y en el caso que se dé el aforo al 100% solicitar prueba COVID 19. El primer efecto que ha generado la COVID 19 es la reducción del personal en el área de ventas a un 40% debido a la poca demanda de clientes y esto lo afirma.

El informante del counter de ventas CVP menciona “... *La reducción del personal fue unos de los efectos que causó problemas en la empresa y a la vez, tuvo como consecuencia la reducción de sueldos, por tal motivo el 50% de los colaboradores permanecen en suspensión perfecta de labores...*”. El primer día de trabajo solo pudieron ingresar a laborar el personal que obtuvo resultado negativo, eso generó que el personal se distribuye en distintas áreas de la agencia y tenga que aprender diferentes funciones, para poder suplir puestos y atender la demanda que se presentaba en ese momento.

Esta información es tomada del personal que trabaja actualmente, sobre las diferentes áreas que fueron pasando desde la reactivación del transporte de pasajeros entre ellas se encuentra el área de call center, equipajes, embarque y counter de ventas.

Tal como lo demuestra la siguiente figura, solo hay dos personas en la atención.

Figura 12

Área de recepción de equipajes



Nota. Se observa la recepción con el personal de la empresa ITTSA BUS con solo 2 personas y vemos la reducción de personal.

Debido a la reducción de personal aumentaron las quejas y reclamos por parte de los clientes, por lo que no se llegaba a atender todas las necesidades, con esta información podemos deducir, que la reducción del personal hizo que afectará tanto a los colaboradores como a la empresa.

El segundo informante del counter de ventas CVP comenta“... *Los clientes que llegaban al terminal venían afectados por la cuarentena vivida, después de seis meses de no poder viajar por haber quedado paralizado el transporte de pasajeros, lo ideal era ofrecerle un viaje con toda la seguridad y comodidad, pero en diferentes ocasiones, por los protocolos de bioseguridad la empresa no ha llegado a liquidar los montos esperados ...*”.

La empresa ha tenido que acatar todas las restricciones dadas por el gobierno, por esa razón, el área de venta no ha podido cumplir con las metas establecidas y se ha producido la reducción de personal y sueldos habiendo pagos atrasados. El informante del CVP informa“...*La agencia de lima se encarga de la venta de pasajes por delivery, transferencias y de manera presencial, pero antes de la COVID 19 las*

áreas contaban con 8 señoritas y dos encargadas, quienes generaban ingresos entre 1500 y 2000 soles por persona, pero actualmente las ventas son entre 100 y 500 soles...”.

Según el informante las áreas se ha quedado a cargo de la Jefatura de ventas, donde la mayor responsabilidad y trabajo recae sobre los empleados, el Jefe de counter es el que se encarga de la supervisión y manejo de todas las áreas, ya que distintos puestos perdieron sus encargados, por la reducción de personal. Tal como lo muestra la figura solo hay una persona en la jefatura.

Figura 13

Área de ventas de pasajes



Nota: Área de ventas con una reducción de personal, solo 1 counter y un encargado de en jefatura año 2020.

Sin embargo el informante del área de call center CC informa...“Los empleados que se encontraban en suspensión han renunciado y otros permanecen en licencia o vacaciones forzadas por la poca demanda de pasajeros, ya que no había la necesidad de llamar a más personal, aunque las ventas han ido incrementando en períodos distintos, pero las constantes restricciones por el Ministerio de Transportes,

han hecho que el pasajero desiste de viajar por todos los implementados obligatorios para realizar un viaje...”.

A pesar que la empresa ha distribuido al personal para asignarle funciones adicionales, no se logra la eficiencia de trabajo esperada.

El informante del área de call center CC comenta“...*Fueron días de mucho trabajo sin descanso, debido a la reducción del personal por ejemplo si uno salía afectado por la enfermedad de la COVID 19 debía ausentarse y muchas veces no retornaban si no había la necesidad , por ese motivo afectaba al resto de colaboradores en la empresa...”.*

En cuanto a los materiales de trabajo para poder trabajar de manera condicionada es fundamental contar con todos los recursos y materiales para el buen funcionamiento, y poder cubrir la necesidad del personal para un trabajo eficiente y lograr el incremento en las ventas.

Otro de los efectos causados por la COVID 19 fue la segunda cuarentena, tuvo una duración de tres semanas se dio a fines de febrero del 2021, ocasionó la discontinuidad del transporte de pasajeros por segunda vez consecutiva, a causa de los contagios, seguidos por el traslado de personas de un lugar a otro, el informante del área de call center, CC comenta“... *Después de la segunda cuarentena se reclutó a un 10% de colaboradores por el incremento de las ventas, pero luego hubo el paro de transportistas por el costo elevado de combustible, haciendo que se produjeran pérdidas en las ventas y ganancias de la empresa...”.*

La empresa decidió solamente reclutar a la mitad del personal así lo confirmó el jefe de operaciones JO“... *informa que las operaciones no se iniciaron al 100% solo al 50% porque solo se dio una apertura a un 30% para empezar a funcionar con las salidas de pasajeros debido a eso solo se tenía que reclutar a una proporción del personal activo y de esa manera lograr llegar a un 40 % ...”.*

Al inicio se produjeron cambios en los horarios, por la disposición dada por el gobierno sobre el toque de queda que regirá desde las 4: a.m. hasta las 9:00 pm.

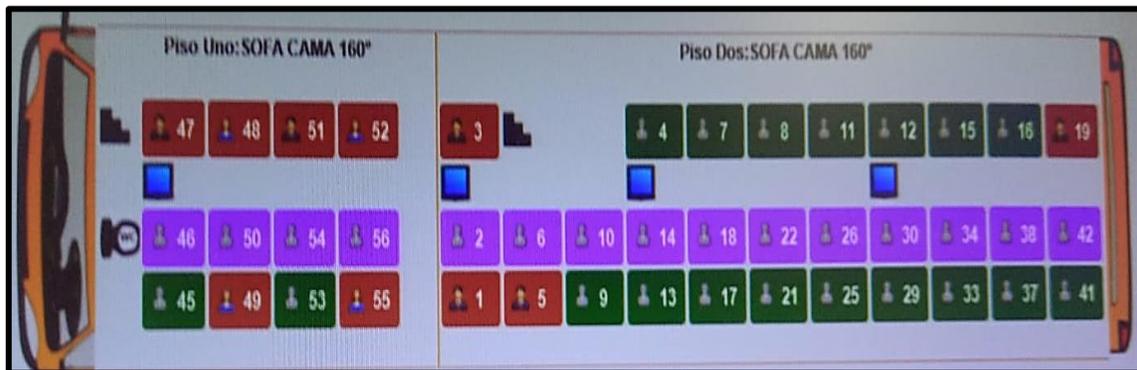
Por la cual el informante de la área de counter de ventas CVP comenta“... *los turnos mañana y tarde se redujeron en 7 horas diarias, las horas fueron planificadas desde*

las 7:30 p m hasta las 3:30 pm, en el turno de la tarde 2:00 p.m. 9:00 p.m., los horarios han variado antes de la COVID 19 se laboraba hasta las 11:45pm...”.

Por ese motivo la capacidad de buses ya no llegan ni a la mitad de pasajeros, solo van al 50%. Lo muestra la siguiente figura:

Figura 14

Simulación de ventas ITTSABUS



Nota Observamos los asientos al 50% asientos rojos la venta, los verdes disponibles y el morado es la separación entre cada pasajero, no está disponible a vender.

El efecto de la COVID 19 afectado mucho a las ventas y por ende al personal de la empresa, el informante del área del counter de ventas CVP informa “... el pasajero no se expone a trasladarse por la COVID 19 y a consecuencia de ello el año 2020 ha causado pérdidas económicas a la empresa...”el sector turístico y de transporte ha bajado sus ingresos y ha reducido a su personal afectando el bienestar de muchas familias que formaron parte de este sector.

4.3 Respuesta de la empresa ITTSABUS en las ventas por las medidas dadas por el gobierno.

Las ventas son la principal fuente de ingreso para la empresa ITTSABUS, pues a medida que haya más ventas, mejorará la situación de la empresa.

Para reanudar las actividades y lograr el incremento en las ventas, la empresa tuvo que implementar un plan de medidas y protocolos de bioseguridad, para prevenir el contagio de la COVID 19, donde el personal y los clientes que realizaban los viajes han tenido que adaptarse a estas medidas para reiniciar con el transporte de pasajeros.

El informante del área del counter de ventas CVP informa “Se *disminuyó el aforo de personas, se estableció avisos que indiquen que se debe de respetar el metro de distancia, se designó una persona encargada del área de protocolo, que supervise que todas las personas dentro de la agencia cumplan con las medidas de seguridad al momento del ingreso, portando mascarilla, protector facial, declaración jurada...*”.

Figura 15

Avisos de separación de asientos de la empresa ITTSA BUS



Nota En la foto se muestra parte de los protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones avisos de separación de asientos.

Solo se permite el ingreso de pasajeros con boleto de viaje, en caso de adultos mayores se les permitía el ingreso con un acompañante, además de ello se instalaron lunas laminadas en las ventanillas y servicios higiénicos para realizar el

distanciamiento entre personas y evitar el contacto, también se instaló alcohol en gel y un lavatorio al ingreso del local.

Figura 16

Lunas laminadas en los lavaderos para evitar la aglomeración



Nota se observa que se implementaron lunas laminadas en los lavaderos para seguir cumpliendo con los protocolos de bioseguridad.

Al llegar de un viaje, los buses son derivados al área de mantenimiento, lugar donde se genera la limpieza y revisión del bus para que todo se encuentre en óptimas condiciones para el viaje.

El informante del área de CVP comenta “...Debido a esta pandemia, se implementó dentro de los vehículos cortinas anti fluidos, son cortinas elaboradas a base de lona de poli cloruro de vinilo, este material evita el ingreso de líquidos de manera que es seguro y adecuado para poder prevenir el contagio, además del uso del alcohol en gel al ingresar al bus...”.

Figura 17

Cortinas anti fluido dentro del bus



Nota se colocaron las cortinas anti fluido dentro de todos los servicios para evitar aglomeración y contacto entre pasajeros, el servicio que se visualiza es un sofá cama 160°.

Antes del embarque de pasajeros, los buses pasan por una fumigación, en donde una persona designada ingresa y fumiga tanto el primer y segundo nivel, además de los servicios higiénicos, se encuentran instalados unos tapices para la limpieza de calzado, que permite la desinfección antes de abordar .

El pasajero que viaja en ITTSABUS sigue los protocolos para su seguridad. La empresa cuenta con un médico ante una emergencia con algún pasajero, que presente síntomas, el médico será un apoyo para indicar el proceso a seguir, inmediatamente se les llama a un familiar para indicarle el procedimiento, el informante del área de call center CC menciona “también se le recomienda que vea

a su médico de confianza en caso de presentar un caso de la COVID 19 dentro del bus hay un asiento designado, para pasajeros que presenten síntomas". La empresa ha invertido en implementos de bioseguridad porque la demanda de pasajeros se viene incrementando. Actualmente se está viajando con un aforo reducido al 50% es por ello que los costos de los pasajes se han incrementado.

Dentro del servicio solo ocupara un asiento realizando el viaje de manera individual, es una estrategia de la empresa para que puedan recuperar todo lo invertido en bioseguridad.

Otra de las maneras que la empresa ha optado por dar respuesta ha sido acudir a todo los medios posibles, para que el cliente pueda viajar de manera segura, y evitar que haya más pérdidas económicas en las ventas durante el año 2020 ya que fue el año en el que menos hubo viajes, sin embargo el jefe de operaciones de la empresa informa *"...la empresa solo llegaba a un 50% en sus ventas, en un inicio empezaron trabajando al 100% tomando la prueba de descarte COVID 19 para lograr que el cliente viaje de manera frecuente. Nosotros pertenecemos al gremio de transportistas, a través de ese gremio, pudimos hacer una alianza con una empresa quien nos apoyó..."*, con un laboratorio de nombre San Judas Tadeo y de esa manera pudimos ofrecerle al pasajero más un costo adicional.

El convenio para tomarse la prueba antigéna, ayudó en gran parte a la empresa ya que al contar con enfermeras capacitadas, las pruebas salían en menor tiempo, el laboratorio contaba con doctores especializados, quienes serían los encargados en la toma de la prueba de descarte COVID 19 para el cliente.

Se informaba al pasajero que antes del viaje deberían de tomarse la prueba de descarte COVID 19 ,por qué es unos de los requisitos para poder viajar, además el informante del área de counter de ventas CVP menciona *" la respuesta de los pasajeros ante estas nuevas medidas resultaron negativas, ya que muchos no se querían arriesgar a sacarse la prueba de descarte por temor de salir con resultado positivo y no poder viajar, al momento de la compra del boleto se le ofrecía sacarse*

la prueba a 35 soles para poder viajar, pero solamente se les permitiría el viaje a los pasajeros con resultado negativo...”.

Figura 18

Área donde se tomó la prueba de descarte COVID 19



Nota sala donde se tomó la prueba antigénica con el laboratorio San Judas Tadeo

Estos implementos han ayudado a la empresa a prevenir contagios y cuidar al pasajero que se atiende, es por eso que al ingresar al local, se le toma la temperatura al pasajero, en caso esté presente temperatura mayor a 38° grados, no se le permite el ingreso a la agencia, el informante del área de call center CC informa *“pero se le ayuda con la postergación de su pasaje, para que se pueda dirigir al centro médico más cercano, ya que no se le permitirá el embarque...”*.

Los protocolos de bioseguridad para lograr la aceptación del pasajero se le informaba, que dos horas antes, deberían presentarse en la agencia para sacarse el descarte con el boleto de viaje.

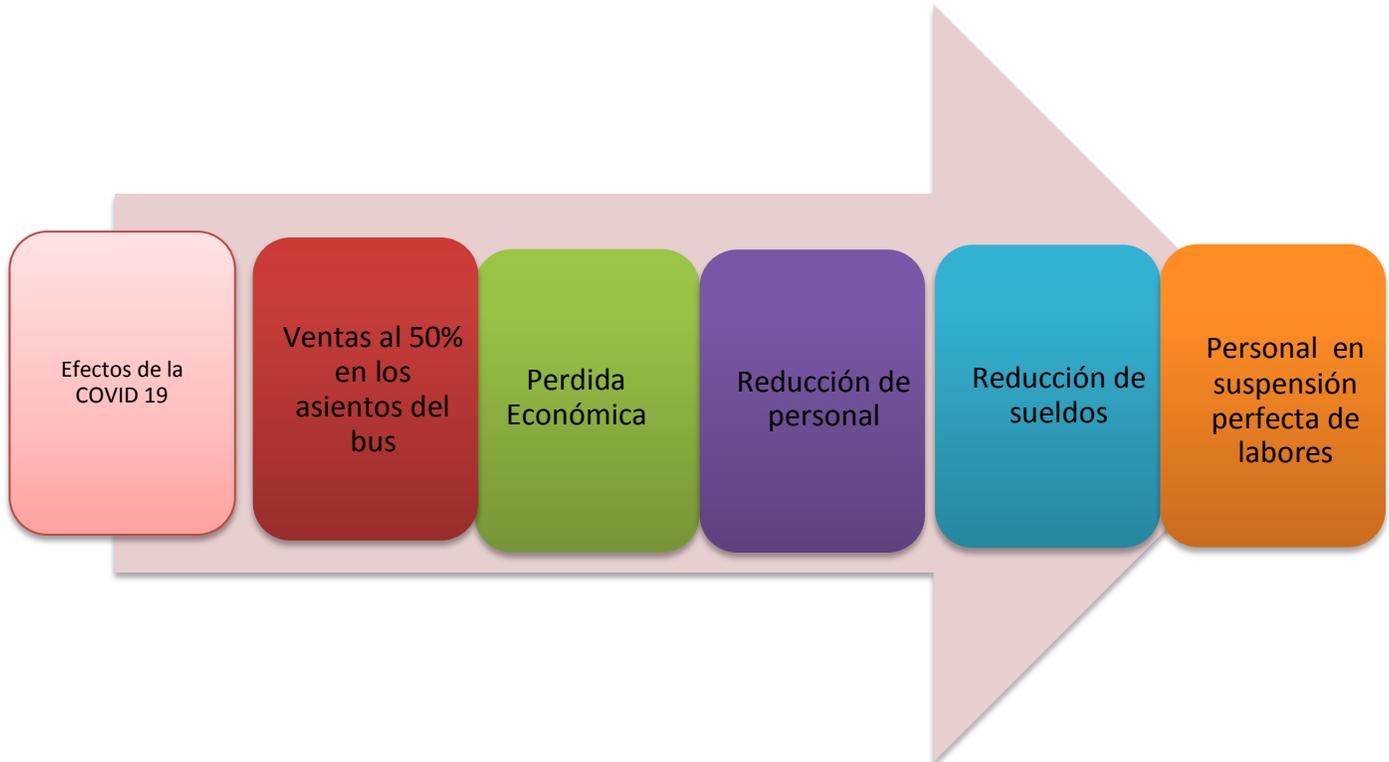
El informante del área de administración AA comenta...*”no obstante era válido traer el resultado de otra clínicas siempre y cuando sea como máximo 72 horas antes de su viaje el haberse sacado la prueba, porque sino como requisito tenían que sacarse en la agencia...”*, los pasajeros de tercera edad ,niños a partir de los 12 años, se les exigía hacerse la prueba y los más recién nacidos, viajaban con una constancia de salud firmada y sellada por un médico, la empresa es consciente de las condiciones actuales, para cada viaje por ello , para no perder al cliente, le han dado todas las facilidades ,para que se sientan tranquilos y confiado en seguir viajando en ITTSA BUS y de esa forma la empresa pueda recuperar sus ganancia.

4.4 Impacto y respuesta de la empresa ITTSA BUS en el área de ventas frente a la situación económica generada por la COVID 19 durante el año 2020.

El impacto económico generó pérdidas, debido a las ventas que no superaron un 47% por la COVID 19 el cual generó efectos en la empresa ITTSA BUS, una de ellas fue la reducción en las ventas durante el año 2020 debido a que no se llegara a la meta mensual esperada a consecuencia de la poca demanda de pasajeros que viajaban al reinicio de operaciones, por ello en un comienzo se esperó reclutar al 100% del personal que trabajaban durante el año 2019, pero a causa de la COVID 19 y al poco porcentaje en las ventas que se generaba, se determinó que sólo ingresaría el personal necesario para el reinicio de operaciones, por ello solo se reclutó a un 30% del personal de cada área haciendo que todos aprendan diferentes funciones y suplan puestos, además se hizo una reducción de sueldos y parte del personal se mantuvo en suspensión perfecta de labores. Debido a los bajos recursos económicos no se podía pagar al personal en su totalidad, se bajaron los sueldos para recuperar la inversión de pago que se había realizado durante la cuarentena al personal todos estos efectos mantuvo la economía de la empresa y para lograr el incremento en las ventas se tuvo que implementar protocolos de bioseguridad.

Figura 19

Resumen de los efectos causados en la empresa ITTSABUS



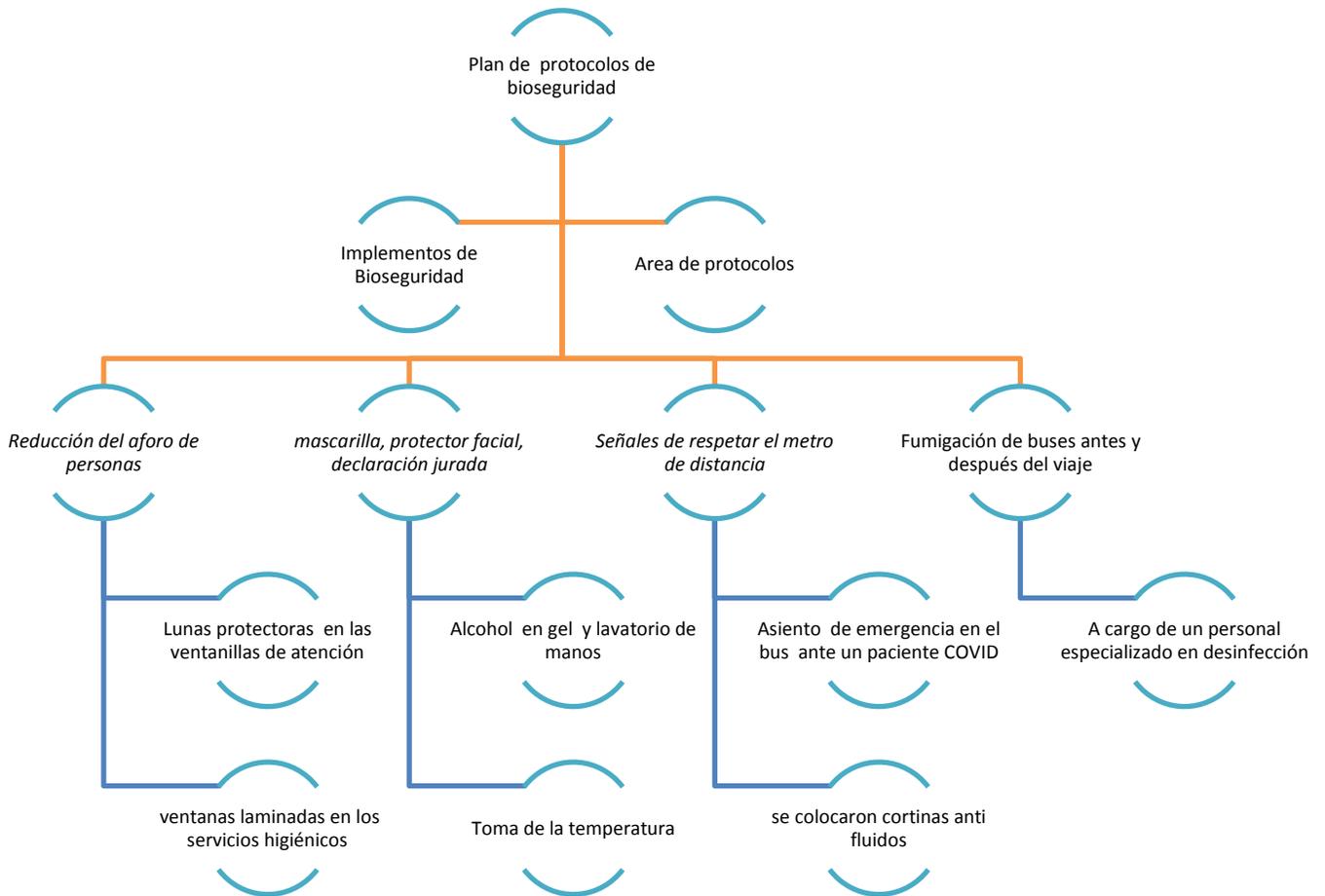
Nota: En la figura se muestran los efectos causados por la COVID 19 por el impacto económico en el año 2020.

Respuesta

Debido a la pandemia, la empresa tuvo que adaptarse a las diferentes políticas del estado y a las restricciones dadas por el Ministerio de transportes, por ende genero la reducción de los viajeros, así mismo que la empresa no apertura todos los puestos de trabajo a pesar de eso la empresa optó por implementar las medidas bioseguridad para que el cliente pueda viajar de manera segura, en la siguiente figura podemos observar todos los implementos que se realizaron.

Figura 20

Plan de protocolos de bioseguridad



Nota La respuesta de la empresa ITTSABUS se basó en implementar los protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones y viajar con todas las medidas de bioseguridad.

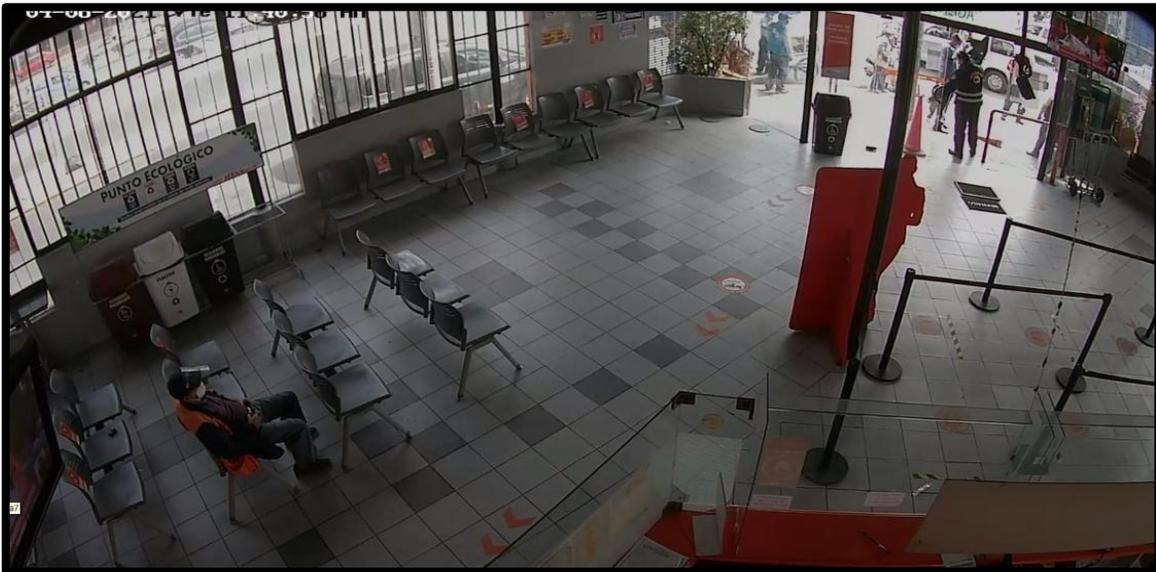
La empresa ha tratado de mantener a sus clientes a través del servicio, seguridad y comodidad, implementando en cada servicio separación de asientos y el viaje de un solo pasajero por asiento, actualmente por la COVID 19 hay menos buses por lo que no hay la demanda de pasajeros que se llevaba en años anteriores la cantidad de salidas actualmente son de 10 salidas diarias, pero a pesar de todas las restricciones e implementos invertidos para el cuidado de su personal y de los pasajeros la

empresa ITTSABUS se ha podido mantener en el rubro de transporte continuando con sus viajes al 50% de pasajeros .

Durante los meses que están operando se ha visto un incremento de pasajeros debido a eso la empresa ha podido reclutar a más personal en las áreas mientras haya un incremento en las ventas de acuerdo a la necesidad se espera llegar al 100% del personal que había en años anteriores.

Figura 21

Sala de espera de la Empresa ITTSABUS con el aforo reducido



Nota Se observa la sala de espera con las flechas de señalización indica el distanciamientos entre clientes para la atención además de los asientos con los avisos de separación de ITTSABUS.

Los resultados de la investigación realizada a través de los instrumentos, nos muestra cual ha sido el impacto y respuesta en las ventas de la empresa ITTSABUS generada en el año 2020 de una manera objetiva, podemos decir que hubo impacto económico y después de haber quedado paralizado el transporte de pasajeros, la empresa no ha podido recuperarse y por ello ha causado pérdidas económicas, reducción de personal; la consecuencia de haber permanecido en cuarentena varios

meses perjudico al transporte de pasajeros, como también los bloqueos temporales para el ingreso de transporte en las provincias por el tipo de riesgo que presentaban.

La empresa ha podido mantenerse por las ventas realizadas a clientes que por necesidad tenían que viajar, ya sea por trabajo u ocio, los resultados que se han obtenido de los instrumentos han ayudado a indagar acerca de los problemas que tuvo la empresa ITTSABUS generada por la COVID 19 en el año 2020, analizando la problemática de investigación se deduce que las rutas con mayor ventas de pasajes son las que tuvieron mayor restricciones por el gobierno, como por ejemplo Piura que en los meses de enero, febrero tuvo una caída de más del 50% en ventas, pues esta provincia se encontraba en riesgo de alerta alto. Por consecuencia no ha podido restablecer al 100% de ventas como en el año 2019.

Uno de los objetivos específicos de la investigación fue describir la situación económica de la empresa ITTSABUS antes de la COVID 19, se usó la información recogida de los instrumentos, recolección de datos y las entrevistas, a través de esos métodos se investigó que la empresa en el año 2019 generaba ingresos al 100% es decir llegaba a la meta anual ya que la capacidad de los buses llegaban a su totalidad en la ventas, las frecuencias llegaban a 20 salidas por día, el aforo del terminal era más de lo superado, la atención era en todas las áreas de venta, todo un día se podía tener cerca de 1000 pasajeros, en el área de call center las ventas llegaban a más de 10 mil soles mensual y las ventas totales en promedio de la sede de Lima llegaban a 36 mil soles en la venta de pasajes.

Es por eso que con la información obtenida de los resultados, indican que concuerda con toda la información investigada, ya que en el año 2020 a causa de la pandemia de la COVID 19, se produjo un impacto económico en la empresa ITTSABUS y eso lo confirma nuestro segundo objetivo, el efecto causado por la COVID 19 después de la cuarentena y de no haber viajes, se determinó que las ventas se redujeron en un 50 % y que las ganancias ya no llegaban a 10 mil soles por mes como antes; debido al COVID 19 hubo poca demanda de pasajeros ya que por temor a los contagios ya no viajaban, por ello no se reclutó a todo el personal que había antes, la

investigación realizada responde a los objetivos mencionados en el tema de investigación, el alcance de los resultados fue conforme a todos los problemas de la investigación causada por la COVID 19.

La respuesta de la empresa ITTSABUS para poder continuar en el sector de transporte y no declararse en bancarrota, fue adaptarse a todas las medidas implementadas y promulgadas por el gobierno, invirtió en protocolos de bioseguridad como desinfección de los buses, separadores de asientos, avisos en todo el terminal, sobre el distanciamiento, se redujo el aforo en la sala y las ventas a un 50% en la capacidad de asientos en los buses, para lograr el incremento en las ventas se elevaron los pasajes entre 10 y 20 soles adicional por pasajero, de esa manera podemos entender que los objetivos planteados ayudaron a dar respuesta mediante los resultados, la empresa ITTSABUS para mantenerse tuvo que reducir el aforo en sus buses y elevar el precio de los pasajes para continuar con sus viajes y mantener al personal actual.

El marco teórico se basa en la crisis económica y el transporte turístico, ambos problemas son parte fundamental de una empresa, para continuar operando, ya que toda rentabilidad dependerá del ingreso en las ventas, y por lo cual, si continúa la baja demanda de clientes, el ingreso se reducirá en un 50%.

Blauwens (et al. 2008), dice que sin actividad económica la empresa no podría continuar operando en el rubro turístico y tendría grandes pérdidas económicas, y esto lo confirma los resultados obtenidos en los instrumentos de recolección de datos ya que al haber quedado paralizado el transporte de pasajeros no había actividad económica, por ende la empresa, no podía continuar pagando a su personal teniendo que reducir a más de un 30 % como en los sueldos. Otro de los impactos fue la crisis económica a nivel mundial. La situación económica del transporte terrestre, marítimo, aéreo en otros países, ha hecho que la economía haya sufrido grandes pérdidas económicas, ya que el transporte es considerado una necesidad básica para la sociedad y por lo cual se considera parte primordial del sector turístico, ya

que es posible que las personas se puedan tener mayor accesibilidad para los lugares turísticos.

Las salidas de buses se han reducido por que en la actualidad las medidas promulgadas por el estado sobre bioseguridad indican que el pasajero debe viajar en un solo asiento llevando consigo todo los protocolos de bioseguridad; como consecuencia los pasajeros ya no deseaban viajar por estas nuevas medidas.

Antes de la COVID 19 los viajes se realizaban diariamente, la demanda de pasajeros era alta, los ingresos eran elevados, actualmente las personas que viajaban por placer han disminuido por todas las restricciones y medidas de seguridad que deben optar al embarcar el bus y a su vez los nuevos pasajeros lo hacen por temas laborales o de salud.

Hyman Minsky (2019), afirma que “la ocurrencia de una crisis financiera internacional siempre es precedida por una fase de auge económico y financiero”, se entiende que a nivel mundial la pandemia, afectó a todas las empresas y medios de transporte por la baja rentabilidad de la economía, haciendo que pueda paralizar las operaciones de viajes y servicios y solo esperar recuperarse en un 50% después de muchos meses, esta teoría, concuerda con los resultados obtenidos de los instrumentos de información donde la empresa ITTSABUS para estabilizar su economía tuvo que alzar los pasajes para recuperar toda la inversión en implementos de protocolos de bioseguridad para que de esa manera el pasajero opte por viajar en ITTSABUS de manera más confiable y segura y así puedan establecerse, pero tan fuerte ha sido el impacto económico generado que tendrán que pasar varios años para que la demanda de pasajeros llegue hacer como en años anteriores.

El modelo teórico a seguir es la crisis económica, que se basa en los estudios sobre el crecimiento económico a partir de la teoría clásica donde el autor Smith (1776), citado por Lamboggia (2014) dice: “El Crecimiento económico y la riqueza de las naciones obedecen a factores como el trabajo y el progreso técnico” por lo tanto el modelo comparado con los resultados, confirman que con trabajo constante y

actividad económica la empresa continuará y podrá generar un progreso en las ventas para mejorar la economía del transporte y poder mantenerse en el sector.

Se sabe que el medio de transporte es la principal fuente de la actividad turística, por las ventajas en la accesibilidad de llegar a lugares muy lejanos en poco tiempo, por ese motivo los resultados indican, que el viajero siempre va a recurrir al medio de transporte como una necesidad y por ello este sector podrá tener más viajes e incrementar las ventas, además el transporte turístico siempre estará de la mano con la economía lo dice Daimiel (2013) con el pasar del tiempo se ve la manera en cómo brindar un servicio de calidad con respecto al transporte turístico.

Gurria di vela (1997) afirma es por ello que la empresa ITTSABUS, ha cumplido con todos los protocolos en los resultados obtenidos han brindado las facilidades para que el cliente pueda viajar de manera segura.

En el tema de investigación pudimos analizar la realidad a través de los resultados obtenidos además, verificamos que existe una similitud con lo que relata el autor Tarlow (2020), en su artículo planteo que los efectos causados a consecuencia de la COVID 19 no sólo vendría a ser una pérdida monetaria, también causaría despidos a trabajadores, cierre de empresas turísticas, provocando las “dificultades económicas”, las coincidencias con los resultados de la tesis investigada son aproximadas, debido a que la COVID 19 generó pérdidas económicas, problemas en la salud y causó despidos, así mismo Tarrillo (2017) con su tesis “Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo” tiene como objetivo establecer los impactos económicos que son los efectos generados por la salud, economía que se denominan consecuencias y llega a la conclusión que los resultados pueden ser positivos o negativos ,al igual que en la tesis investigada los resultados nos dan la respuesta de que el impacto que hubo en la empresa de transportes ITTSABUS fue un impacto negativo, debido a que los ingresos en las ventas eran reducidos por la poca demanda de pasajeros, la reducción se dio en su totalidad y la consecuencia fue la reducción de personal el autor Bello (2020) tuvo como objetivo estimar los efectos e impactos de la COVID 19 en el sector turismo de los países de América

Latina y el Caribe seguidas de las acciones más importantes para enfrentar la epidemia, el aislamiento, la cuarentena y el distanciamiento social el autor concluye que estas medidas tienen impactos positivos para la salud, es por ello que los resultados de la investigación de la empresa ITTSABUS indican que las medidas que fueron promulgadas por el gobierno para afrontar la COVID 19 fueron positivas ayudaron a prevenir los contagios y una de las acciones de la empresa fue acatar las medidas de bioseguridad para brindarle confianza y tranquilidad a los pasajeros.

Por otro lado en la tesis de García (2018) investiga “La gripe de 1889-1890 en Madrid” la autora describe esta gripe indicando que causó grandes mortalidades en la ciudad de Madrid ya que el gobierno no impuso medidas para vencer esa pandemia y evitar su impacto económico al igual que en la COVID 19, las medidas fueron promulgadas tarde cuando el virus ya se encontraba en el país, pero a raíz de ello implementaron las restricciones, para evitar más muertes y eso generó que la economía, los bares, y medios de transporte cerraran porque no había público los empleados que trabajaban esta coincidencia se dio en nuestro país y en muchos del mundo en el año 2020 la pandemia no ha finalizado pero las medidas de bioseguridad la cuarentena y aislamiento ayudaron a prevenir más contagios.

Las empresas de transporte en general debieron sumarse a la causa y apoyar al estado con los viajes humanitarios para todas las personas que se habían quedado varadas o querían regresar a su lugar de origen, ITTSABUS como las demás empresas de transportes exigieron un subsidio al estado para poder estabilizarse y pagar a su colaboradores pero con esa acción generaban más carga económica al estado pues no pensaron primero en hacer un plan de contingencia para poder solventar por sí mismo ya que muchas empresas empezaron a reinventarse para poder seguir en el mercado.

A pesar que el trabajo de investigación llegó a alcanzar los objetivos, surgieron algunas interrogantes que no se llegó a abordar, como por ejemplo: por que la empresa no se preparó a través de un plan de contingencia para evitar las pérdidas

económicas, que otra alternativa hubieran optado para no reducir a su personal y mandarlo a suspensión perfecta o en otro caso tener que enviarlos a vacaciones forzadas o licencia sin goce de haber para no cumplir con los pagos respectivos.

Porque a los colaboradores que siguieron laborando tuvieron que pagar parte del subsidio con descuentos mensuales de 50 a 100 soles del cual habían sido beneficiarios la empresa.

Esto debe ser abordado por futuras investigaciones que a las luces del presente estudio se plantean.

V. CONCLUSIONES

5.1 El objetivo fundamental de la tesis es Analizar el impacto y respuesta de la empresa ITTSA BUS en el área de ventas por la COVID 19 durante el año 2019 al 2020, para poder observar qué tanto afectó en su economía como empresa y cuál ha sido su respuesta inmediata.

5.2 En el año 2019 podemos observar que la empresa se mantenía en el mercado de servicio de transporte turístico superando ventas mensuales de más de 6,000 boletos vendidos a un destino. En los meses de vacaciones como diciembre enero, febrero y hasta quincena de abril eran los meses con mayor ventas para la empresa y eso lo podemos evidenciar en las tablas que describen respectivamente cada ruta.

5.3 A principios del año 2020 ya se escuchaba que la COVID 19 estaba llegando a Latinoamérica, hubo una pequeña caída en las ventas en los meses de Enero y Febrero pero en el mes de Marzo fue una caída de más del 50% en ventas ya que el 16 de marzo se decretó cuarentena obligatoria y total a nivel nacional, dicha cuarentena constaba que por 15 días todos los negocios secén en las actividades, principalmente en el transporte tanto aéreo y terrestre. Lo que conllevó que los meses siguientes no hubiera ningún tipo de ingreso en el área de ventas, esto se evidencia en las tablas de forma detallada. Fueron 2 meses sin ningún tipo de ingreso ya que no hubo un plan de contingencia para este tipo de pandemia COVID 19.

5.4 El efecto que causó la COVID 19 en la empresa se vio directo con los colaboradores, ya que no había ingresos suficientes para poder mantener a todo el personal tuvieron que hacer recortes y la nueva reestructuración que se hizo internamente hacia que los colaboradores que aún se había mantenido asumieron roles para los cuales no se les había contratado y muchos de ellos no podían solucionar los problemas que surgían en el tiempo determinado ya que para ellos era algo nuevo que estaban viendo. Otro punto que también tuvo efecto fue el balance de la empresa, pues de acuerdo a la Tabla N°11 se evidencia la pérdida de

ganancia debido a que las compras de boletos terrestres no alcanzaron la nuevas metas del año 2020 y a su vez tampoco llegaron a las ventas del año 2019; hubo un déficit completo en el área de ventas por la COVID 19. De acuerdo a las medidas brindadas por el gobierno para la reapertura de operaciones, se vinieron implementando los protocolos de bioseguridad el cual consiste de acuerdo al Ministerio de Transportes y Comunicaciones: alcohol en gel, pedículos, desinfección de la movilidad, micas que separen al conductor de los pasajeros, cortinas que separen los asientos, tener un termómetro digital para controlar la temperatura de los pasajeros como tener también descarte de pruebas COVID 19 y siempre viajar con mascarilla y protector facial. Gracias a estas nuevas medidas fue que la empresa pudo empezar a vender pero con el aforo del 50% pero como se evidencia en las tablas, no llegaron a las metas ni alcanzar los montos de un año antes. De esta manera se puede concluir que la COVID 19 causó un impacto económico en la empresa debido a que no se podía viajar por el tema de contagio y la escasez de hospitales como también de plantas de oxígenos.

VI. RECOMENDACIONES

6.1 Se le sugiere a la empresa de transportes ITTSABUS que continúe con las medidas de bioseguridad, para mantener a sus clientes frecuentes de esa manera podrá incrementar sus ventas y se le recomienda entablar alianzas estratégicas con agencias de viajes para el incremento en el área de ventas, como dar incentivos a las counter de las agencias o a los gerentes.

6.2 Si el problema de la baja demanda persiste pueden incrementar sus frecuencias de salidas para destinos donde genere más ingresos y de esa manera recuperar lo invertido en protocolos de bioseguridad y cuando se haya normalizado el transporte y se le permita viajar al 100 % se le recomienda no excederse de los precios y vender al precio del mercado ya que debido al incremento del precio los clientes podrían decidir irse a la competencia y dejar de viajar en ITTSABUS. Utilizar las redes sociales como principal ventana para la publicidad, que los conozcan a profundidad, dar a conocer que servicios adicionales ofrecen para el aumento de las ventas de pasajes como participando en cybers wow, promocionando boletos a mitad de precios en fechas específicas a destinos que muy poco se comercializan.

6.3 El personal es parte importante de la empresa, por ello no se debe de exigir más de lo que pueden dar, ya que si el personal está muy cansado por tener que trabajar más de las horas permitidas, sin descanso, no podrán demostrar eficiencia, por ello se le recomienda convocar a más personal para que pueda suplir con las actividades que faltan. Hacer sentir a los colaboradores que son parte de la empresa y el principal vínculo para lograr metas.

6.4 La empresa ITTSABUS después de haber vivido la crisis económica generada por la COVID 19, deben de estar preparados y contar con un plan de contingencia ante cualquier eventualidad imprevista a fin de contar con todos los recursos para evitar pérdidas económicas y mantener el área de transporte de personal para

mineras, empresas de alimentos entre otros y tener un personal que se encargue de buscar más cartera de clientes en esos rubros.

VII. Referencias

Tarrillo, E. (2017) Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017. [Tesis de Licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad Cesar Vallejo <https://hdl.handle.net/20.500.12692/17473>

Cabrera, N. Tusimico, N. (2014) Elementos que Conforman el Servicio de Transporte Terrestre para el Desarrollo de la Competitividad del destino Trujillo [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/1816>

Tarlow, P. (2020) El impacto del Coronavirus en el sector turístico, causas, consecuencias y medidas. Recuperado. <https://www.lisainstitute.com/blogs/blog/impacto-del-coronavirus-en-el-sector-turismo>

Robles, M. (2016) Planeación a largo plazo de una Empresa de Transporte Terrestre de Pasajeros, ITTSABUS: 2015-2019. [Tesis de Doctorado, Universidad Nacional de Trujillo] Repositorio de la Universidad Nacional de Trujillo. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/1816>

Gago, C. (2003). Religión, Política y Transporte Aéreo. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional-Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/2489/>

Ruiz, A. (2015) Tres Ensayos sobre Economía del Transporte. [Tesis de Doctorado, Universidad de Barcelona]. <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/310593/akrm1de1.pdf?sequence=1>

García, S. (2018) La Gripe 1889-1890 en Madrid. [Tesis de Doctorado, Universidad Complutense de Madrid]. Repositorio Institucional-Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/49190/1/T40388.pdf>

Robles, B. (2011) La entrevista en profundidad. Cuicuilco Redalyc, vol (18), 39-49. <https://www.redalyc.org/pdf/351/35124304004.pdf>

Blasco, T. Otero, L. (2008) Técnicas conversacionales para la recogida de datos de investigación cualitativa: La entrevista I. Nure investigación, vol,(1) 1-33. <https://www.nureinvestigacion.es//OJS/index.php/nure/article/view/408>

Herrera, J. Guevara, F. Munster de la Rosa, H. (2015). Los diseños y estrategias para los estudios cualitativos. Un acercamiento teórico-metodológico. Gaceta Médica Espirituana, vol (2), 120-134. Recuperado de <http://revgmespirituana.sld.Centro de Investigación Y Asesoría Del Transporte Terrestre>. [Cidatt http://www.cidatt.com.pe/](http://www.cidatt.com.pe/)

Ascanio, A. (2009) Rutas gastronómicas chilenas, Revista de Turismo y Patrimonio Cultura I, vol 7, 321-325 .<https://www.redalyc.org>

Goded, M. El Impacto Del Turismo Sobre El Desarrollo económico: El caso De Argentina [Tesis Doctoral, Universidad Complutense De Madrid].Repositorio de la Universidad Complutense de Madrid. <https://eprints.ucm.es>

Universidad Técnica de Lisboa, Universidad de Amberes (2009) El Impacto De la Crisis Económica en el Sector Del Transporte Aéreo. European Parliament. http://publications.europa.eu/resource/cellar/e1291a56-4d2b-4008-9e8c02391a81eee4.0003.02/DOC_1

García, C. (2019) Importancia de las Líneas Aéreas en el Sector Turismo de México, [Universidad Juárez Autónoma de Tabasco] vol 1, 220-234. <https://dialnet.unirioja.es>

Ffrençit, Davis. (2003) Entre el Neoliberalismo y el Crecimiento con equidad tres décadas de política económica en Chile. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1782/1/S330122F437E2003_es.pdf

Alvares, D. Barreto, R (2010) Metodología de diseño conceptual para la selección de un sistema manipulador de tambores para camiones de carga. [Universidad Autónoma del Caribe] vol 8, 853-62. <https://www.redalyc.org/pdf/4962/496250977008.pdf>

Scribano, A. Magallanes, G. (2007) La enseñanza de la metodología de la investigación, Dialnet vol 1, 161-176. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo>

Lamboggia, J (2014). Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América latina: el caso del ecuador [Tesis de maestría, Universidad Flacso andes]. Repositorio Institucional- Universidad Flacso andes <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/7460/2/TFLACSO-2014JCLO.pdf>

Ocampo, J. (2002) La cooperación financiera internacional frente a la crisis económica latinoamericana. CEPAL, vol (1), 131-233.

Gabriel, E. (2020) El turismo en espacio rural: un análisis de la potencialidad del distrito de Lachaqui, provincia de Canta de la región de Lima, Perú. Universidad Mayor de San Marcos, 117-137. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201902.005>

Hernández, R. Fernández, C. Baptista, P. (2017) Metodología de la investigación. MCGRAW-HILL, vol, Sexta edición 5 - 599. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Gonzales, T. Cano, A. (2010) Introducción al análisis de datos en investigación cualitativa: Tipos de análisis y proceso de codificación (II). Nure investigación, vol 2, 1- 45. <https://www.nureinvestigacion.es/OJS/index.php/nure/article/view/485>

Bello, O. (2020) Evaluación de los efectos de la pandemia de COVID 19 sobre el turismo de América latina y el caribe. CEPAL, metodología Dala, vol 2 ,3 -59. <https://repositorio.cepal.org>

Álvarez, J. Jurgenson, G (2003) Cómo hacer investigación cualitativa .Paidós, vol 1, 13 - 213. <http://www.derechoshumanos.unlp.edu.ar/assets/files/documentos/como-hacer-investigacion-cualitativa.pdf>

Hernández, R. (2003) Reseña de Metodología de la Investigación. [Universidad de Lima]. Redalyc, núm. 7, 169- 170. <https://www.redalyc.org/pdf/1471/147117764008.pdf>

Rabanal, L. (2016) Papel del transporte terrestre en Turismo. TRANSTUR S.A. Cuba. Revista Gestipolis. 1 – 26. <https://www.gestipolis.com/papel-del-transporte-terrestre-turismo-transtur-s-cuba/>

Gurria, M. (1997) Introducción al turismo. Trillas edición 1, 136. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Introducci%C3%B3n-al-turismo-de-Manuel-G.-Di-Bella-PDF.pdf>

Taylor, S. Bogdan, R (1990) Introducción a los métodos cualitativos. La búsqueda de significados .Paidós Ibérica, 11 – 301. <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2011/12/Introduccion-a-metodos-cualitativos-de-investigaci%C3%B3n-Taylor-y-Bogdan.-344-pags-pdf.pdf>

Hyman Minsky (2019) Estudio Económico de América Latina y el Caribe El nuevo contexto financiero mundial: efectos y mecanismos de transmisión en la región. CEPAL, 7ta edición, 13 – 235. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44674/20/S1900414_es.pdf

Yasinth, A. y Sumani (2020). Strategies to Maintain Aviation Consumers during the Covid-19 Pandemic in Indonesia. Academy of Strategic Management, 19.(1), <https://www.abacademies.org/articles/strategies-to-maintain-aviation-consumers-during-the-covid19-pandemic-in-indonesia-9886.html>

Triantafillidou, A., & Siomkos, G. (2014). Consumption experience outcomes: satisfaction, nostalgia intensity, word-of-mouth communication and behavioural intentions. Journal of Consumer Marketing, 31, 526-540. <https://doi.org/10.1108/JCM-05-2014-0982>

De Matos, C.A., & Rossi, C.A.V. (2008). Word-of-mouth communications in marketing: A meta-analytic review of the antecedents and moderators. Journal of the

Academy of Marketing Science, 36(4), 578-596. <https://doi.org/10.1007/s11747-008-0121-1>

Omodero, C.O. & Dandago, K.I. (2019). Tax revenue and public service delivery: Evidence from Nigeria. *International Journal of Financial Research*, 10(2), 82-91. https://www.researchgate.net/publication/332321918_Tax_Revenue_and_Public_Service_Delivery_Evidence_From_Nigeria

Famoyin, V.O. (2019). *Foundation of economics of West Africa*. Nigeria: Ilesanmi Press and Sons Limited. https://www.researchgate.net/publication/330619726_How_productive_is_Value_Added_Tax_Revenue_in_Nigeria_between_1994_and_2016

Geoffrey, J. (2007). [The impact of macroeconomic announcements on emerging market bonds](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=nfEMD2sAAAJ&citation_for_view=nfEMD2sAAAAJ:UeHWp8X0CEIC). *advances in spatial science*, 8(1), 20-37. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=nfEMD2sAAAJ&citation_for_view=nfEMD2sAAAAJ:UeHWp8X0CEIC

Anselin, L. (1992). Space and applied econometrics: introduction. *Regional Science and Urban Economics*, 22(3), 307-316. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/016604629290031U>

Krugman, P. (1991). Increasing returns and economic geography. *Journal of Political Economy*, 99(3), 483-499. https://pr.princeton.edu/pictures/g-k/krugman/krugman-increasing_returns_1991.pdf

Ibadin, P.O., & Oladipupo, A.O. (2015). Indirect taxes and economic growth in Nigeria. *EKON. MISAO I PRAKSA DBK.*, 24(2), 345-364. file:///C:/Users/PLJ/Downloads/06_Ibadin_Oladipupo.pdf

Muhammad, M., & Artanti, Y. (2016). The impact of experiential marketing on word of mouth with customer satisfaction as a intervening variable. *JDM (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 7(2), 182-190. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/jdm/article/view/8201/5619>

ANEXOS

Anexo 1 Matriz de categorización apriorística

Objetivo general	Objetivo específico	Categoría	Subcategoría	Técnica/Instrumento
Analizar el impacto y respuesta de la empresa ITTSA BUS en el área de ventas frente a la situación económica generada por la COVID 19 en el año 2020.	Describir la situación económica de la empresa ITTSA BUS antes de la COVID 19	Situación económica de la empresa ITTSA BUS antes de la COVID 19.	Ventas mensuales por rutas	Recolección de datos
			Variación en las ventas anuales	Recolección de datos
	Determinar el efecto que ha causado la COVID 19 en la empresa ITTSA BUS	Efecto que ha causado la COVID 19 en la empresa ITTSA BUS	Personal en el área de ventas	Entrevista/Guión de entrevistas
			Balance de la empresa año 2019 al 2020	Recolección de datos
	Describir la respuesta de la empresa ITTSA BUS en las ventas por las medidas dadas por el gobierno.	Respuesta de la empresa ITTSA BUS en las ventas por las medidas dadas por el gobierno.	Plan de protocolos de Bioseguridad	Entrevista/Guión de entrevistas
			Estrategias adoptadas	Entrevista/Guión de entrevistas

Anexo 2 Instrumento de recolección de datos

<i>Variable empírica</i>	<i>Ítem</i>	<i>Informante clave</i>
<i>Rotación del Personal</i>	<p><i>¿Cuál fue la decisión de la empresa para reclutar al primer grupo de personal para el reinicio de operaciones en el área de pasajes?</i></p> <p><i>¿Qué decisiones se tomaron para mantener al personal de la empresa durante la cuarentena?</i></p> <p><i>¿Por qué se decidió enviar a la mitad del personal a suspensión perfecta de labores?</i></p> <p><i>¿Cómo ha sido la rotación del personal durante la reactivación del transporte de pasajeros?</i></p>	<i>Personal de Trabajo de la agencia de lima</i>
<i>Plan de Protocolos Bioseguridad</i>	<p><i>¿Cómo han implementado los protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones?</i></p> <p><i>¿Cuál es el proceso de desinfección de buses?</i></p> <p><i>¿Cómo controlan al pasajero en caso de presentar síntomas de la COVID 19?</i></p> <p><i>¿Cómo fue el control para la prueba Antígena en la empresa?</i></p>	
<i>Convenios con laboratorios para la prueba de descarte</i>	<p><i>¿Cuál fue el procedimiento para mantener a los clientes frecuentes durante la pandemia?</i></p> <p><i>¿Qué facilidades han dado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarte en ITTSA BUS?</i></p> <p><i>¿Cuál ha sido la estrategia más efectiva para que el cliente pueda viajar de manera segura?</i></p>	

Anexo 3 Matriz de codificación de entrevista

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS	
N° de registro: 01	
Nombre del investigador/entrevistador: <i>Carla Ivonne Reategui Moncada</i>	
Nombre de la población:	Fecha de la entrevista: 18/05/2021
Counter del área de ventas	Fecha de llenado de ficha: 19/05/2021
Tema: <i>Efecto de la COVID -19 en la Empresa de Transporte ITTSA BUS</i>	
Contextualización: <i>Entrevista telefónica</i>	
Observaciones: <i>Ninguna</i>	
<p>Buenos días siguiendo con lo acordado el día de ayer por teléfono se pactó una entrevista para el día de hoy el cual no tomará mucho de su tiempo pero si me gustaría que me respondiera lo más tranquila posible acerca de todos los efectos causados por la COVID 19 en la empresa Ittsabus para eso le pediré que me conteste las siguientes preguntas: 1. ¿Qué acciones se tomaron respecto al personal de la empresa en el área de ventas?</p> <p>Bueno una de las acciones que se tomaron fue la reducción del personal y reducción de sueldos la gran parte del personal actualmente se encuentran en suspensión perfecta de labores, en un comienzo se basó a los resultados que presentaron tras realizarse la prueba rápida para el descarte de la COVID 19 el primer día de trabajo, ya que todo el personal fue convocado pero solo pudimos ingresar a laborar el personal que obtuvo resultado negativo. Generando que el personal se distribuye de manera diferente y se adaptara y aprendiera las diferentes funciones, para poder suplir puestos y abastecer la demanda que se presentaba en ese momento, me puede especificar cuáles fueron las áreas afectadas el área de counter las ventas en esta área también se redujeron, siendo estas las que proporcionan el ingreso por día para cubrir gastos diarios referente a los buses (peaje y viáticos para los conductores), en diferentes ocasiones, la empresa ha liquidado en negativo, debido a las diferentes medidas que el gobierno ha establecido y que la empresa ha tenido que acatar el área de call center se encarga de la venta de pasajes por medio de delivery y transferencias, antes de marzo del 2020 contaba con 8 señoritas y dos encargadas, que generaban ingresos entre 1500 y 2000 por persona, a su retorno en julio del 2020, solo se encuentran 4 personas en dicha área y sus ventas eran entre 100 y 500 soles y el encargado es el jefe de counter, actualmente las ventas se están incrementando en estos últimos períodos. El área de jefatura actualmente soy la encargada de este puesto te puedo comentar que obtuve mayor responsabilidad y trabajo, ya que diferentes áreas perdieron sus encargados, obteniendo el mandato entre las diferentes áreas, a pesar de que la demanda era menor, el cargo es mayor. Entiendo puedo deducir que la pandemia ha afectado a las diferentes áreas de la empresa. Mi segunda pregunta es 2.-¿Cómo es el horario actual en el personal de la empresa en el área de ventas? Actualmente el horario es rotativo hay dos turnos mañana y tarde se ha reducido en 7 horas diarias un día de descanso se trabaja los feriados y</p>	

dominicales las horas van desde las 7:30 pm hasta las 3:30pm y 2:00pm a 9:00pm .Los horarios han variado antes de la pandemia se laboraba hasta las 11:45pm

De la noche a consecuencia de la pandemia y el actual toque de queda que rige hasta las 9:00pm de la noche las salidas de los buses salen hasta las 8:55pm de la noches por lo cual después de la última salida se retira el personal portando el pase laboral .**Okay muchas gracias continuando con la pregunta 3.-¿Qué elementos han implementado como protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones?**

Para reanudar las actividades, las diferentes entidades, propusieron medidas de bioseguridad para prevenir el contagio de la COVID 19, ITTSABUS se tuvo que adaptar a estas medidas, se disminuyó el aforo de personas, se estableció letreros que respeten el metro de distancia, se designó una persona encargada de protocolo, que supervise que todos dentro del local cumplan con las medidas al momento del ingreso, tal como mascarilla, protector facial, declaración jurada y solo ingrese pasajeros con boleto en mano, en caso de adultos mayores con un acompañante, además de ello **se instalaron lunas en las ventanillas y servicios higiénicos para prevenir en contacto, también se instaló alcohol en gel y un lavatorio al ingreso del local. Al llegar de un viaje, los buses son derivados a cochera, lugar donde que se genera la limpieza y revisión del bus para que todo esté en aptas condiciones para viajar, ello se ha venido realizando desde siempre, debido a esta pandemia, se implementó dentro de los vehículos cortinas anti fluidos** para poder prevenir el contagio, además alcohol en gel al ingresar al bus. Antes del embarque de pasajeros, el bus pasa por una fumigación, en donde una persona designada ingresa y fumiga tanto el primer y segundo nivel, además de los servicios higiénicos. Al subir al bus se encuentra instalado un limpia pies, que permite la desinfección de los zapatos antes de subir. **Puedo entender que el pasajero se siente seguro de viajar en ITTSABUS** así es siguiendo la normativa **del ministerio de transportes. Continuando con las preguntas hablaremos más sobre las facilidades que le han brindado al cliente.**

4.- ¿Qué facilidades han brindado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarté de COVID 19 en ITTSABUS

Bueno la empresa gestionó el convenio para tomar la prueba antigénica con un **laboratorio llamado San Judas Tadeo** ellos se encargan de tomar la prueba de hisopado esto se informaba al pasajero al momento de la compra del boleto se le ofrecía sacarse la prueba a **35 soles para poder viajar con un resultado negativo** .Al ingresar al local, se le toma la temperatura al pasajero, en caso esté presente temperatura mayor a 38° grados, se le ayudaba con la postergación de su pasaje para que se pueda dirigir al centro médico más cercano, ya no se permitirá el ingreso, ni el embarque. Por otro lado según lo estipulado por el ministerio de transporte dentro del **bus, debe estar asignado un asiento en caso de que un pasajero presente síntomas referentes al COVID 19, al suceder ello, el chofer está en la obligación de derivar al pasajero a ese asiento** y acercarse al centro médico más cercano para que les puedan brindar ayuda inmediata. **¿Qué sucede si el pasajero resulta positivo, pierde el boleto?** No, al pasajero se le coloca la postergación con fecha abierta que el límite es de un año para poder viajar **!Que buena estrategia!** **Pregunta 5.- ¿A través de qué medios miden la satisfacción del cliente?** A través de sus constantes viajes con la empresa su comodidad que tiene la flota de buses y la bioseguridad que se

ha implementado hace que el pasajero se sienta seguro de viajar en ITTSABUS.

En cuanto a la visión de la empresa me puede contestar esta última pregunta? Si claro dime?

6.- ¿Ha cambiado la visión de la empresa ITTSABUS durante la COVID 19?

La visión actual de la empresa ITTSABUS antes de la pandemia era “Ser reconocido a nivel nacional como la mejor Empresa de Transporte de pasajeros y de carga que demuestra en cada servicio que brinda eficiencia ,puntualidad, calidad y seguridad” Actualmente por la pandemia hacen todo lo posible para darle la seguridad y confianza a través de los implementos y protocolos de viaje para que el cliente siga confiando en viajar en ITTSA **Bueno hemos llegado al final de la entrevista le agradezco mucho por su tiempo y paciencia para contestar estas preguntas de igual manera esperamos que pronto se reanude al 100 % por ciento el transporte de pasajeros .Gracias!**

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

Nº de registro: 02

Nombre del investigador/entrevistador: *Carla Ivonne Reategui Moncada*

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 19/05/2021

Personal del área de counter de ventas

Fecha de llenado de ficha: 20/05/2021

Tema:

Efecto de la Covid -19 en la Empresa de Transporte ITTSA BUS

Contextualización:

Entrevista telefónica

Observaciones:

Ninguna

Buenas tardes señorita el día de ayer por teléfono se pactó una entrevista para el día de hoy el cual espero me pueda brindar su tiempo para dar respuesta a las siguientes preguntas acerca de todos los efectos causados por la Covid 19 en la empresa ITTSA BUS 1. ¿Qué acciones se tomaron respecto al personal de la empresa en el área de ventas?

Desde mi experiencia, en marzo del 2020, yo tenía dos meses trabajando en esta empresa en el área de counter (venta directa de pasajes), hasta ese entonces, éramos cinco personas en el turno de la mañana y 5 turno tarde, la demanda era alta y se brindaba un servicio personalizado, al retorno de la cuarentena en julio del 2020, solo éramos dos personas por turno, nos tuvimos que priorizar rapidez dándonos cuenta que una de las acciones fue reducir al personas de las áreas ya que no había necesidad de llamar a más personal por el poco público de pasajeros antes el servicio era personalizado, como se comentó anterior mente mucha de nosotras fuimos derivadas a otras áreas, en mi caso a

call center, en donde se tuvo que aprender el nuevo medio de ventas, en esta área, las ventas **también disminuyeron y las quejas aumentaron**, ya que no se podía abastecer para contestar todas las llamadas que entraban para saber cómo serían los protocolos de viaje para el reinicio de sus operaciones **puedo comprender que al personal de ITTSA BUS de diferentes áreas de ventas les afecto los cambios por la pandemia** así es no perjudico la reducción de salarios y trabajar días sin descanso por que **había rotación de personal** y no podíamos descansar por falta del personal que no llamaban y que permanecen en suspensión perfecta okay de acuerdo .bueno la siguiente pregunta es :

2.-¿Cómo es el horario actual en el personal de la empresa en el área de ventas? El horario es rotativo hay dos turnos mañana y tarde con un día de descanso trabajamos los feriados y dominicales las horas van desde las 7:30 pm hasta las 3:30pm y 2:00pm a 9:00pm .Los horarios han ido cambiando antes de la pandemia se laboraba hasta las 11:45pm pero siempre trabajamos hasta el toque de queda pero debido a la pandemia es difícil poder movilizarnos y es más peligroso para nosotros ya que no hay gente en las calles a esa hora y el lugar de donde trabajamos es una zona movida. **¡Qué difícil es actualmente poder moverse!** Muchas gracias continuando con la pregunta

3.- ¿Qué elementos han implementado como protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones?

Bueno desde mi opinión la empresa nos brinda mascarillas, protector facial, alcohol jabón líquido para lavarnos las manos y mantenemos nuestro distanciamiento social con nuestro compañeros esos son los implementos los pisos desinfectados con lejía antes de subir al bus y también **antes del embarque los buses son desinfectados pero de manera profunda la limpieza y desinfección se realiza en la cochera pero igual el personal de protocolo se encarga de volver a verificar antes del embarque que todo esté limpio para mayor seguridad de nuestros pasajeros.** **Y como actúan si un paciente presenta**

síntomas bueno en ese caso se le mantiene bajo distanciamiento y se les llama a nuestro médico de la empresa para que indique el proceso de cuarentena, inmediatamente se les llama a un familiar para indicarle el procedimiento. También se les recomienda que vean a su médico de confianza **¡qué bueno que estén preparados para todo tipo de casos y emergencias!** Okay la siguiente pregunta es:

4.- ¿Qué facilidades han brindado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarte de covid-19 en ITTSABUS

Bueno Ittsa bus es una empresa con bastante prestigio es por eso que realizo convenios en primer lugar con laboratorios que pudieran atender al cliente en distritos como Jesús María y Lince pero no todos los pasajeros llegaban al lugar porque por mala coordinación no podían atenderse **y optaron por colocar un espacio dentro de la agencia para la prueba de descarte Covid** se les indicaba a los pasajeros dos horas antes deberían presentar para sacarse el descarte con boleto de viaje a 35 soles el laboratorio es **¿cuál es el nombre del laboratorio?** el nombre es San Judas Tadeo .La prueba era el hisopado también era válido traer de otra clínicas siempre y cuando sea 72 horas antes de su viaje haberse sacado la prueba sino tenían que sacarse en ITTSA BUS **que buena estrategia** La pregunta n°5 habla acerca del cliente **coméntame acerca de tus experiencias que has tenido con el cliente a través de las preguntas.**

5.- ¿A través de qué medios miden la satisfacción del cliente

Considero que Debido a la pandemia , la empresa tuvo que adaptarse a las diferentes políticas del estado por ende genero la reducción de los viajantes, así mismo género que en la empresa no todos los puestos de trabajo sean reanudados habido poco personal y la atención ha sido más lenta actualmente el cliente no está satisfecho porque no se acostumbra a las nuevas medidas para viajar podemos deducir que la satisfacción en el 20% del pasajero es por los protocolos de bioseguridad uno de ellos es la **capacidad de los buses al 50%** solo viaja un pasajero por asiento de esa manera se sienten satisfechos y seguros bueno también los pasajes se han elevado debido a la poca demanda de pasajeros.

¿Y cómo ha dado respuesta ITTSA BUS con respecto a los cambios y exigencia del cliente?

A pesar de las restricciones de salidas durante este periodo difícil, la empresa informó para dar facilidades a los pasajeros la empresa con su nuevo plan trata de cumplir los lineamientos para el cuidado de la salud (uso correcto de protector, mascarillas, respeto por él. Aforo) por ello considero que las personas se sienten más en confianza y deciden tomar nuestro servicio. **El cliente es fiel a ITTSA en cuanto a la visión de la empresa en esta pregunta que sería la última cuál es tu punto de vista?**

6.- ¿Ha cambiado la visión de la empresa ITTSABUS durante la covid-19?

.ITTSA es una empresa con bastante prestigio al norte de nuestro país , considero que la empresa ha sido transparente con el servicio que ofrecerá informando las nuevas medidas por parte de la empresa como las recomendaciones a seguir debido a que no tenemos atención a bordo el cual es un requisito que el estado coloco para realizar los viajes ,por lo que la empresa tuvo que acatar y lo que hizo fue recomendar laboratorios accesibles al público, como también la instalación de uno tercerizado en su local la victoria para dar mayor facilidad a los pasajeros te puedo decir que Ittsa mantiene y mantendrá la visión de la empresa.

Bueno hemos llegado al final de la entrevista le agradezco mucho por su tiempo y paciencia para contestar estas preguntas de igual manera esperamos que pronto se reanude al 100 %llegue a volver a tener la afluencia de público que tenía antes.

¡Gracias!

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 03

Nombre del investigador/entrevistador: *Carla Ivonne Reategui Moncada*

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 21/05/2021

Personal del área de Call Center ventas

Fecha de llenado de ficha: 22/05/2021

Tema:

Efecto de la Covid -19 en la Empresa de Transporte ITTSA BUS

Contextualización:

Entrevista telefónica

Observaciones:

Ninguna

Buenos días señorita el día de ayer acordamos una entrevista para el día de hoy acerca de responder unas 6 preguntas de acuerdo a todos los efectos causados por la Covid 19 en la empresa ITTSA según su experiencia vivida entonces empezamos con la primera pregunta: 1. ¿Qué acciones se tomaron respecto al personal de la empresa en el área de ventas?

Antes de empezar te puedo comentar que la empresa nos llamó por grupos para tomarnos la prueba rápida para iniciar labores pero solo empezaría el personal que obtuviera el resultado negativo en la prueba la gran mayoría del personal de distintas áreas dio resultado positivo a causa de ello la empresa optó por enviarlos a sus casas para que cumplan con la cuarentena respectiva solo se quedó la cuarta parte del personal a causa de ello nos afectó a todos en las diferentes áreas porque no solo cubrimos el puesto que nos corresponde, si no que tuvimos que hacer trabajos de otras áreas a la vez, nos sentimos explotados porque estamos trabajando por 2 o 3 personas por un mismo sueldo otras de las acciones que tomó la empresa fue la reducción de sueldos y también los descuentos que nos hicieron por los pagos durante la cuarentena por 7 meses nos descontaron de nuestro sueldo para pagar por los días que no se laboró mientras estuvimos en cuarentena entonces durante la cuarentena si les pagaron por cuánto tiempo? Solo un mes y luego nos llegó por correo la hoja de suspensión perfecta.

También te puedo contar que la empresa pasó por momentos difíciles al bajar la demanda de pasajeros ya no alcanzaban a los montos altos de antes las salidas de buses disminuyeron, muchos de nuestros compañeros se enfermaron estuvieron en cuarentena y luego regresaron a trabajar, y bueno los recursos de la empresa han bajado **¿Cuáles serían esos recursos que menciona?** Los recursos materiales de trabajo como computadoras, impresoras, sillas se encuentran en mal estado también la cantidad de buses ya no son los mismos a todas las áreas afectado la pandemia. Bueno entiendo continuando con las preguntas la n°2.- **¿Cómo es el horario actual en el personal de la empresa en el área de ventas?** Bueno los turnos rotativos se mantienen pero con menos horas debido al toque de queda hasta las 9 de la noche se trabaja pero salir de noche es peligroso y las distintas áreas vienen trabajando con poco personal en el área de call center solo hay dos señoritas en el turno de la mañana en el área de contar solo dos y una persona que se encarga de hacer los embarques y en jefatura 1 persona **me puedes contar ¿Cómo era ITTSA BUS antes de la pandemia?**

Si claro en el año 2019 éramos 5 personas en el área de counter en el turno de la mañana y en la noche también ,en call center eran 7 señoritas en el día y noche el personal era el doble de lo que es ahora todas las áreas funcionaban de manera correcta en la agencia los pasajeros en todo el día eran como 1000 diarios las salidas de buses eran cada 5 minutos todos los días habían 35 buses que salían estábamos en buenos tiempos y **actualmente por la pandemia como ves que está respondiendo la empresa?** Pues todos los días tenemos dudas y la respuesta o soluciones por parte de ITTSA siempre llegan tarde no toman decisiones a tiempo y todas las áreas nos vemos perjudicadas **¿Cómo es el área donde laboras?** En call center, trabajamos haciendo transferencia, recepcionando llamadas y muchas veces no nos bastamos en poder atender a nuestros clientes como queremos y eso perjudica a la empresa porque los clientes presentan sus quejas. Lamentablemente no podemos contestar llamadas y hacer transferencias al mismo tiempo. Se podría decir que la reducción de personal y todo los cambios han afectado, pero la empresa en si tiene un propósito en común, la venta de pasajes, ya sea que se realice de manera presencial en ventanilla o call center por medio de transferencia, se podría que decir que las ventas y los ingresos de la empresa se redujeron un gran porcentaje. En el área de call center se solía tener un ingreso diario entre 1500 y 2000 por persona, y ahora es entre 150 a 1000, se puede apreciar un gran diferencia **muchas gracias por todas tus respuestas continuando con la pregunta 3.- ¿Qué elementos han implementado como protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones?** Es obligatorio el uso de mascarilla y protector facial para el ingreso, dentro del bus hay un asiento designado para pasajeros que presenten síntomas .En cuanto a los buses ya viene desinfectados en la cochera pero igual el personal de protocolo se encarga de volver a desinfectar antes del embarque. Para mayor seguridad de nuestros pasajeros y evitar contagios, el personal de protocolo se encarga de que todas las medidas se cumplan. **Pero me imagino que debido a la pandemia y a todos los implementos la empresa debe haber invertido** si habido gastos por ese motivo se incrementaron los pasajes ya que ahora como no están viajando con la prueba los costos de los boletos de han incrementado y el pasajero viaja en un solo asiento de manera individual para que de esa manera puedan recuperar todo lo invertido en bioseguridad y más estrategias .**Claro así recuperan lo invertido .Bueno continuando con la entrevista ya faltan solo 3 nada más gracias por tu paciencia**

4.- ¿Qué facilidades han brindado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarte de covid-19 en ITTSABUS

La empresa ITTSA gestionó con unos laboratorios en diferentes distritos pero al final no resulto porque en muchos no atendían y había quejas con los pasajeros que iban hasta esos lugares a tomarse la prueba luego optaron por realizarlo en la misma agencia hicieron convenio para la prueba antigénica con un **laboratorio llamado San Judas Tadeo** ellos les tomaban y cobraban ellos mismos solo a los pasajeros que viajaban en ITTSA se encargan de tomar la prueba hisopado esto se informaba a los pasajero al momento de la compra del boleto se le ofrecía sacarse la prueba a 35 soles para poder viajar obteniendo resultado negativo tantos a personas de tercera edad como a niños a partir de los **12 años y los recién nacidos o más pequeños viajaban con una constancia de estar en buen estado de salud firmada y sellada por un médico si claro porque los**

pequeños sufren con esas pruebas que bueno que fue a partir de 12 años bueno seguimos con la siguiente pregunta

Pregunta 5.- ¿A través de qué medios miden la satisfacción del cliente? A través de sus constantes compras que realizan de manera diaria tenemos clientes frecuentes que realizan sus viajes con la empresa por su comodidad que tiene la flota de buses y por la implementación de los protocolos que se ha implementado hace que el pasajero se sienta seguro de viajar en ITTSABUS. Aparte se les ha dado facilidades como dejar sus boletos sin fecha vencimiento durante la cuarentena para que puedan viajar en cualquier momento durante la cuarentena ya que hubo en dos ocasiones la primera fue durante 6 meses y la segunda por 3 semanas luego ya durante las restricciones de los domingos o en feriados largos se prohibieron los viajes por ese tiempo fue que también la empresa dejo con fecha libre para que el pasajero pueda reprogramar su boleto durante ese tiempo **En cuanto a la visión de la empresa me puede contestar esta última pregunta? Si**

6.- ¿Ha cambiado la visión de la empresa ITTSABUS durante la covid-19?

La visión de la empresa ITTSA antes de la Covid 19 era **“Ser reconocido a nivel nacional como la mejor Empresa de Transporte de pasajeros y de carga que demuestra en cada servicio que brinda eficiencia ,puntualidad, calidad y seguridad”** Actualmente por la pandemia y por todas las restricciones hacen lo posible para darle la seguridad y confianza a través de protocolos de viaje para que el cliente pueda viajar tranquilo y confiando cada vez más en ITTSA BUS.

Bueno llegamos al final de la entrevista le agradezco mucho por toda las vivencias y experiencias que nos ha podido contar a través de estas preguntas le agradezco por su tiempo y estoy segura que pronto se reanudara al 100 % por ciento el transporte de pasajeros ¡Muchas Gracias!

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 04

Nombre del investigador/entrevistador: *Carla Ivonne Reategui Moncada*

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 22/05/2021

Personal del área Administrativa

Fecha de llenado de ficha: 23/05/2021

Tema:

Efecto de la Covid -19 en la Empresa de Transporte ITTSA BUS

Contextualización:

Entrevista telefónica

Observaciones:

Ninguna

Buenos tardes señorita le estaba llamando para hacerle recordar que hoy tenemos la entrevista el día de ayer conversamos acerca de las preguntas sobre los efectos causados por la Covid 19 en la empresa ITTSA según su experiencia que ha vivido si está bien entonces empezamos con la primera pregunta: 1. ¿Qué acciones se tomaron respecto al personal de la empresa en el área de ventas? Las acciones que se tomaron fue que el personal que saliera con resultado negativo se quedaría ,pero hubo mucho personal que salió positivo el cual tuvo que permanecer en cuarentena por 15 días de acuerdo a lo establecido pero como las ventas fueron bajando no había demanda de pasajeros no se requería de más personal en ese caso el personal no fue reclutado nuevamente y muchos de ellos fueron puestos en suspensión perfecta ,luego de un tiempo antes de la segunda cuarentena que duro tres semanas que paralizó nuevamente al transporte de pasajeros se recluto a un grupo nuevamente porque empezó a aumentar las ventas pero luego del paro de transportistas que también hubo paralizó las ventas y el personal que ya no se necesitaba fue mandado a licencia sin goce y **¿Que paso con el personal que no fue reclutado? si ya estaban trabajando se asume que ya no se podía ir a suspensión** así es algunos fueron enviados a vacaciones y el pago se hacía cuando volvías y a otros con licencia sin goce esas fueron las acciones que tomo la empresa .Comprendo puedo entender que habido muchos cambios que han afectado tanto a la empresa como al personal bueno continuando la siguiente pregunta .

2.- ¿Cómo es el horario actual en el personal de la empresa en el área de ventas

Los horarios han cambiado han variado debido a la disminución de salidas ahora son menos horas pero se trabaja hasta la última salida de bus todo ha cambiado antes los pasajeros viajaban por placer o vacaciones actualmente es una necesidad de trabajo el tener que viajar con todos los protocolos usando la doble mascarilla y el protector facial no es nada fácil el cliente ya no se acostumbra y es por ese motivo que ha bajado la demanda **¿Crees que la pandemia afectado al transporte en que forma? El tema de las ventas ,los buses van al 50 % y en varias ocasiones los buses ya no llegan ni a la mitad de pasajeros la Covid 19 afectado mucho a las ventas al personal por ende han reducido los sueldos si efectivamente la pandemia a causado pérdidas económicas a la empresa**

Gracias por tu respuesta continuamos con la siguiente pregunta

3.- ¿Qué elementos han implementado como protocolos de bioseguridad para el

reinicio de operaciones?

Actualmente se implementó un área nueva debido a la pandemia el área de protocolo esa área se encarga de que se cumplan todos los procedimientos según los requerido por el Ministerio de Transportes trabaja con el personal de seguridad y supervisa la desinfección de los buses también está pendiente que los pasajeros cumplan con el distanciamiento social el correcto uso de la mascarilla y protector facial para ingresar al terminal cumpliendo con todas las indicaciones antes del abordar el bus. **Muy interesante todos los implementos y la estrategia de poner a un personal que se encargue de que se cumplan todas las normas.**

4.- ¿Qué facilidades han brindado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarte de covid-19 en ITTSABUS

Unas de las facilidades que se les ha dado es el de extender la fecha de sus boleto por un año con fecha abierta y en el caso que el cliente sea un pasajero vulnerable se le puede extender hasta 6 meses más para que no pierda el boleto somos más consientes en las condiciones para no perder al cliente en el caso de los clientes que si desean viajar Ittsa bus les indica que por la compra de su boleto de viaje puede sacarse la prueba Covid con el laboratorio que se encuentra en la agencia a 35 soles **Muy buenas facilidades ha dado Ittsa bus bueno ya nos queda solo dos preguntas :**

Pregunta 5.- ¿A través de qué medios miden la satisfacción del cliente? IITSA BUS siempre ha tratado de mantener a sus clientes a través del servicio la hora puntual de llegada de los buses a su destino la seguridad y comodidad, las flotas moderna para cada servicio aunque ahora por la pandemia todo eso ha bajado hay menos buses por lo que no hay la demanda que llegaba al 100% en años anteriores. **Bueno llegamos a la parte final de la entrevista con esta ultima pregunta**

6.- ¿Ha cambiado la visión de la empresa ITTSABUS durante la covid-19?

La visión de la empresa ITTSA antes de la Covid 19 era **“Ser reconocido a nivel nacional como la mejor Empresa de Transporte de pasajeros y de carga que demuestra en cada servicio que brinda eficiencia ,puntualidad, calidad y seguridad”** En la actualidad la empresa busca soluciones para mantener a sus clientes dándoles todos los beneficios y posibilidad de viajar de manera segura en tiempo de pandemia además esperamos que la agencia pueda volver a lo que era antes pueda mejorar su flota y aperturar mas destinos para que sigan siendo conocidos. **Estoy segura que así será, le agradezco mucho por toda las vivencias y experiencias que nos ha podido contar a través de estas preguntas por su tiempo ¡Muchas Gracias!**

Duración de entrevista: 20 minutos

TRANSCRIPCIÓN DE ENTREVISTAS

N° de registro: 05

Nombre del investigador/entrevistador: *Carla Ivonne Reategui Moncada*

Nombre de la población:

Fecha de la entrevista: 01/06/2021

Jefe de Operaciones de Ittisa Bus

Fecha de llenado de ficha: 02/06/2021

Tema:

Efecto de la Covid -19 en la Empresa de Transporte ITTSA BUS

Contextualización:

Entrevista presencial

Observaciones:

Ninguna

Buenos días, estimado según lo acordado el día de hoy me iba a facilitar su tiempo para realizar la entrevista el día de ayer conversamos acerca de las preguntas sobre los efectos causados por la Covid 19 en la empresa ITTSA BUS .Usted como Jefe de Operaciones de la empresa ha visto de manera cercana el impacto que ha causado la pandemia en las empresas de transporte entonces estas preguntas son para tener un análisis sobre la perspectiva de la empresa empezamos con la primera pregunta:

1. ¿Qué acciones se tomaron respecto al personal de la empresa en el área de ventas?

Decidimos solamente reclutar a la mitad del personal por que las operaciones no se iniciaron a 100% solo al 50% la proyección de apertura fue a un 30% para empezar a funcionar con las salidas ,debido a eso solo se tenía que reclutar sola una proporción del personal activo ,máximo para comenzar un 30% del personal.

¿Qué paso con el personal que no fue reclutado? si ya estaban trabajando se asume que ya no se podía ir a suspensión. El resto del personal según la ley establecida por el gobierno continuarían en suspensión ¿Actualmente se ha reclutado personal, durante la reactivación del transporte? Estamos trabajando con el 98 % del personal en la agencia de lima, pero se ha ido convocando en distintas áreas de la empresa, y una buena cantidad de personal ha ido renunciando durante la pandemia, son parte de los efectos que ha causado , no recuerdo cuanto personal había pero hemos llegado a un 40 % de personal y los que ya no se encuentran en suspensión están en licencia o se les envió a vacaciones.

2.- ¿Cómo es el horario actual en el personal de la empresa en el área de ventas

Los horarios son menos horas actualmente, solo se labora hasta las nueve de la noche ,antes de la pandemia las salidas eran hasta un cuarto para la media noche y al personal se les pagaba bonos nocturnos y movilidad .Continuando con la pregunta:

3.- ¿Qué elementos han implementado como protocolos de bioseguridad para el reinicio de operaciones?

En primera fase se llamó al personal necesario para iniciar se les hizo la prueba de descartar covid 19, el personal que salía con resultado positivo se le enviaba a cuarentena durante 15 días ,luego dependiendo de la necesidad de la empresa se les llamaba y otros continúan en licencia sin goce ,adicional se implementó el protocolo Covid tanto para trabajadores como para el visitante se les solicita al personal como a los pasajeros el uso

obligatorio de la doble mascarilla, el protector facial se les toma la temperatura al ingresar ,se colocó láminas de seguridad ,señalizaciones y letreros que indiquen el distanciamiento social ,reducción del aforo al 50% ,se han colocado las cortinas anti fluidas para la separación de asientos.

4.- ¿Qué facilidades han brindado para que el cliente pueda viajar con su prueba de descarte de covid-19 en ITTSABUS

Se está trabajando con el aforo reducido según la norma para el transporte 50% de la capacidad sin prueba de descarte y si funcionan al 100% con la prueba.

Pero en un inicio estuvimos trabajando al 100% tomando la prueba de descarte Covid Ya que nosotros pertenecemos a un gremio de transportistas ,a través de ese gremio pudimos hacer una alianza con una empresa esa empresa nos apoyó con un laboratorio de nombre San Judas Tadeo adicional a eso se les, mide la temperatura al ingreso si se detecta síntomas o el pasajero se siente mal se llama a un ambulancia para que lo lleve al establecimiento más cercano de salud.

Pregunta 5.- ¿A través de qué medios miden la satisfacción del cliente?

Tenemos una área que es el servicio a la cliente, quienes llevan un control de todas las quejas y reclamos de los clientes se mide cuantos servicios han sido afectados con eso se mide la satisfacción del cliente.

6.- ¿Ha cambiado la visión de la empresa ITTSABUS durante la covid-19?

La visión de la empresa ITTSA antes de la Covid 19 y actualmente seguirá siendo la misma ser una empresa lider en las rutas del norte y nos estamos manteniendo además nos ha funcionado trabajar al 50% del aforo eso hace que el pasajero se ahorre sacarse la prueba Covid nos da la seguridad de mantenerlo distanciado del resto de los pasajeros y seguro de viajar con nosotros.

Duración de entrevista: 20 minutos

Anexo 4: Matriz de consentimiento para la entrevista

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO – UCV Ate

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por **APELLIDOS Y NOMBRES** de la Universidad César Vallejo, sede Ate de Lima. La meta de este estudio es **OBJETIVO DE LA TESIS**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá participar en la entrevista por ser informante clave al estudio. La actividad será grabada, si usted lo permite, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, la actividad desarrollada por usted será confidenciales, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. Si la naturaleza del estudio requiriera su identificación, ello solo será posible si es que usted da su consentimiento expreso para proceder de esa manera.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, DEYSI LALUPU doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta (de ser el caso que se haya proporcionado información escrita sobre la investigación). He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas.

Al firmar este protocolo doy consentimiento a la información brindada en la entrevista y sea usado solo para el fin que requiera el estudio.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con APELLIDOS Y NOMBRES al correo (o al teléfono) CORREO ELECTRONICO Y TELEFONO CELULAR.

DEYSI LALUPU

Nombre completo del (de la) participante

[Firma]

Firma

04-06-2021

Fecha

Carla Tronhe Plataqui HONCADA CARLA

Nombre del Investigador responsable

Firma

04/06-2021

Fecha

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por **APELLIDOS Y NOMBRES** de la Universidad César Vallejo, sede Ate de Lima. La meta de este estudio es **OBJETIVO DE LA TESIS**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá participar en la entrevista por ser informante clave al estudio. La actividad será grabada, si usted lo permite, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, la actividad desarrollada por usted será confidenciales, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. Si la naturaleza del estudio requiriera su identificación, ello solo será posible si es que usted da su consentimiento expreso para proceder de esa manera.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, Ayde Arpita Mamani doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta (de ser el caso que se haya proporcionado información escrita sobre la investigación). He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas.

Al firmar este protocolo doy consentimiento a la información brindada en la entrevista y sea usado solo para el fin que requiera el estudio.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con APELLIDOS Y NOMBRES al correo (o al teléfono) CORREO ELECTRONICO Y TELEFONO CELULAR.

<u>Ayde Arpita Mamani</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04/06/21</u>
Nombre completo del (de la) participante	Firma	Fecha
<u>Carla Tronne Reategui Novada Carla Ruiz</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04/06/21</u>
Nombre del Investigador responsable	Firma	Fecha

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por **APELLIDOS Y NOMBRES** de la Universidad César Vallejo, sede Ate de Lima. La meta de este estudio es **OBJETIVO DE LA TESIS**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá participar en la entrevista por ser informante clave al estudio. La actividad será grabada, si usted lo permite, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, la actividad desarrollada por usted será confidenciales, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. Si la naturaleza del estudio requiriera su identificación, ello solo será posible si es que usted da su consentimiento expreso para proceder de esa manera.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, Luis Enrique Cozma Ccori doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta (de ser el caso que se haya proporcionado información escrita sobre la investigación). He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas.

Al firmar este protocolo doy consentimiento a la información brindada en la entrevista y sea usado solo para el fin que requiera el estudio.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con APELLIDOS Y NOMBRES al correo (o al teléfono) CORREO ELECTRONICO Y TELEFONO CELULAR.

<u>Luis Enrique Cozma Ccori</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04-06-2021</u>
Nombre completo del (de la) participante	Firma	Fecha
<u>Carla Ironne Blategue Horcada</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04-06-2021</u>
Nombre del Investigador responsable	Firma	Fecha

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por **APELLIDOS Y NOMBRES** de la Universidad César Vallejo, sede Ate de Lima. La meta de este estudio es **OBJETIVO DE LA TESIS**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá participar en la entrevista por ser informante clave al estudio. La actividad será grabada, si usted lo permite, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, la actividad desarrollada por usted será confidenciales, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. Si la naturaleza del estudio requiriera su identificación, ello solo será posible si es que usted da su consentimiento expreso para proceder de esa manera.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, Laura Elizabeth Alvarado Acosta doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta (de ser el caso que se haya proporcionado información escrita sobre la investigación). He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas.

Al firmar este protocolo doy consentimiento a la información brindada en la entrevista y sea usado solo para el fin que requiera el estudio.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con APELLIDOS Y NOMBRES al correo (o al teléfono) CORREO ELECTRONICO Y TELEFONO CELULAR.

<u>Laura Elizabeth Alvarado Acosta</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04-07-21</u>
Nombre completo del (de la) participante	Firma	Fecha
<u>Rosita Elvira Reyes Cubas</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04-07-21</u>
Nombre del Investigador responsable	Firma	Fecha

Lima

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA PARTICIPANTES

El propósito de este protocolo es brindar a los y a las participantes en esta investigación, una explicación clara de la naturaleza de la misma, así como del rol que tienen en ella.

La presente investigación es conducida por **APELLIDOS Y NOMBRES** de la Universidad César Vallejo, sede Ate de Lima. La meta de este estudio es **OBJETIVO DE LA TESIS**

Si usted accede a participar en este estudio, se le pedirá participar en la entrevista por ser informante clave al estudio. La actividad será grabada, si usted lo permite, así el investigador podrá transcribir las ideas que usted haya expresado.

Su participación será voluntaria. La información que se recoja será estrictamente confidencial y no se podrá utilizar para ningún otro propósito que no esté contemplado en esta investigación.

En principio, la actividad desarrollada por usted será confidenciales, por ello serán codificadas utilizando un número de identificación. Si la naturaleza del estudio requiriera su identificación, ello solo será posible si es que usted da su consentimiento expreso para proceder de esa manera.

Si tuviera alguna duda con relación al desarrollo del proyecto, usted es libre de formular las preguntas que considere pertinentes. Además puede finalizar su participación en cualquier momento del estudio sin que esto represente algún perjuicio para usted. Si se sintiera incómoda o incómodo, frente a alguna de las preguntas, puede ponerlo en conocimiento de la persona a cargo de la investigación y abstenerse de responder.

Muchas gracias por su participación.

Yo, Ivonne Calixtro Ochoa doy mi consentimiento para participar en el estudio y soy consciente de que mi participación es enteramente voluntaria.

He recibido información en forma verbal sobre el estudio mencionado anteriormente y he leído la información escrita adjunta (de ser el caso que se haya proporcionado información escrita sobre la investigación). He tenido la oportunidad de discutir sobre el estudio y hacer preguntas.

Al firmar este protocolo doy consentimiento a la información brindada en la entrevista y sea usado solo para el fin que requiera el estudio.

Entiendo que puedo finalizar mi participación en el estudio en cualquier momento, sin que esto represente algún perjuicio para mí.

Entiendo que recibiré una copia de este formulario de consentimiento e información del estudio y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido. Para esto, puedo comunicarme con APELLIDOS Y NOMBRES al correo (o al teléfono) CORREO ELECTRONICO Y TELEFONO CELULAR.

<u>Ivonne Calixtro Ochoa</u>	<u>Calixtro</u>	<u>04-07-21</u>
Nombre completo del (de la) participante	Firma	Fecha
<u>Rosita Elvira Reyes Cubas</u>	<u>[Firma]</u>	<u>04-07-21</u>
Nombre del Investigador responsable	Firma	Fecha

Anexo 5 Lavado de manos al ingresar



Anexo 6 Área de Embarque





DECLARACIÓN JURADA DE SALUD

Nombre y apellidos:

Documento de identidad (DNI/CE/PASAPORTE):

Domicilio:

Número de teléfono:

Correo electrónico:

Declaro bajo juramento, que no presento en el momento actual signos ni síntomas respiratorios compatibles con COVID-19 y que no he estado expuesto a personas con la enfermedad o con los mismos síntomas en los últimos 14 días.

Fecha _____

Hora _____

SIGNO/SÍNTOMA	SÍ	NO
Pérdida del sentido del olfato y del gusto.		
Fiebre		
Dolor de Garganta		
Dolores musculares		
tos		

FIRMA _____

La falsedad de lo anteriormente declarado, será sujeto a las medidas legales pertinentes.

DECLARACIÓN JURADA DE SALUD (MENORES DE 14 AÑOS)

Nombre y apellidos (Padre):

Nombre y apellidos (Madre):

Nombre y apellidos (Menor de edad):

Documento de identidad del padre(DNI/CE/PASAPORTE):

Documento de identidad de la madre(DNI/CE/PASAPORTE):

Domicilio:

Número de teléfono:

Correo electrónico:

Declaro bajo juramento que el menor de edad registrado en la presente declaración jurada, cumplirá con llevar a cabo el periodo de cuarentena establecido por el Estado Peruano, al arribo al lugar de destino, motivo de este transporte.

Fecha _____

Hora _____

Destino final del menor de edad _____

FIRMA (Padre y/o tutor) _____

FIRMA (Madre) _____

La falsedad de lo anteriormente declarado, será sujeto a las medidas legales pertinentes.

DECLARACIÓN JURADA DE SALUD (MAYORES DE 65 AÑOS)

Nombre y apellidos:

Documento de identidad (DNI/CE/PASAPORTE):

Domicilio:

Número de teléfono:

Correo electrónico:

Declaro bajo juramento que cumpliré con llevar a cabo el periodo de cuarentena establecido por el Estado Peruano, al arribo al lugar de destino, motivo de este transporte.

Fecha _____

Hora _____

Destino final _____

FIRMA _____

La falsedad de lo anteriormente declarado, será sujeto a las medidas legales pertinentes.

Anexo 8 Terminal de la sede de Lima en la Victoria



Anexo 8 Señalización en los pisos para el distanciamiento entre pasajeros



Anexo 9 Servicio semi cama



Anexo 10 Servicio sofa cama



Anexo 11 Servicio Súper cama



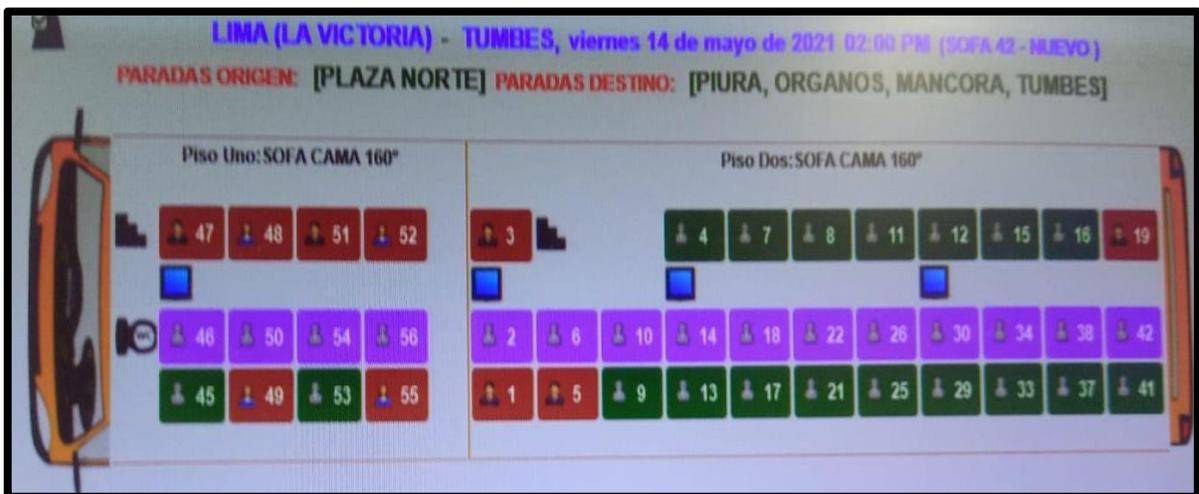
Anexo 12 Aviso sobre el correcto lavado de lavado de manos para prevenir la COVID -19



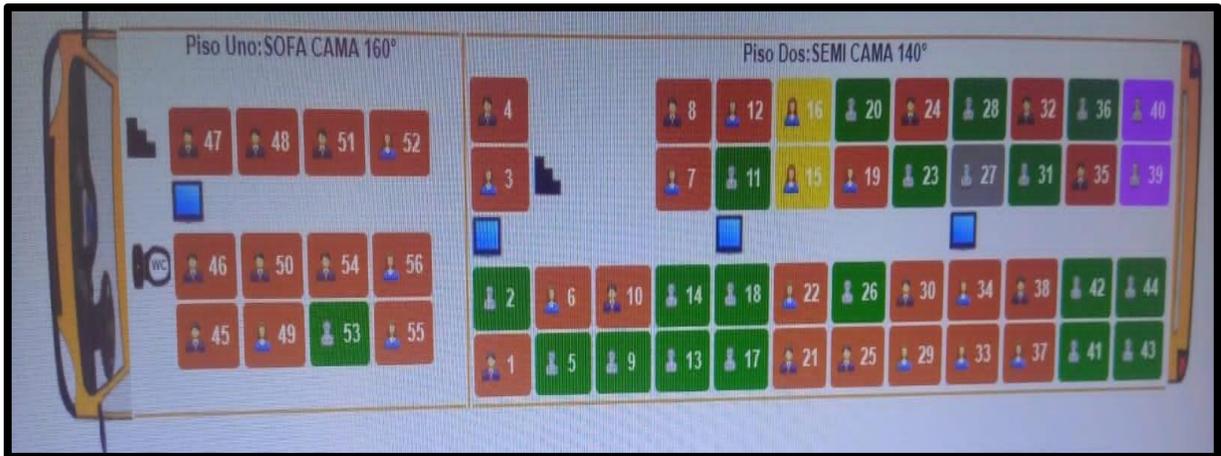
Anexo 13 Interiores del Terminal



Anexo 14 Sistema de ventas año 2020 muestra el aforo al 50% en las ventas y por tal el alza en los pasajes



Anexo 15 Sistema de ventas al 100 % año 2019



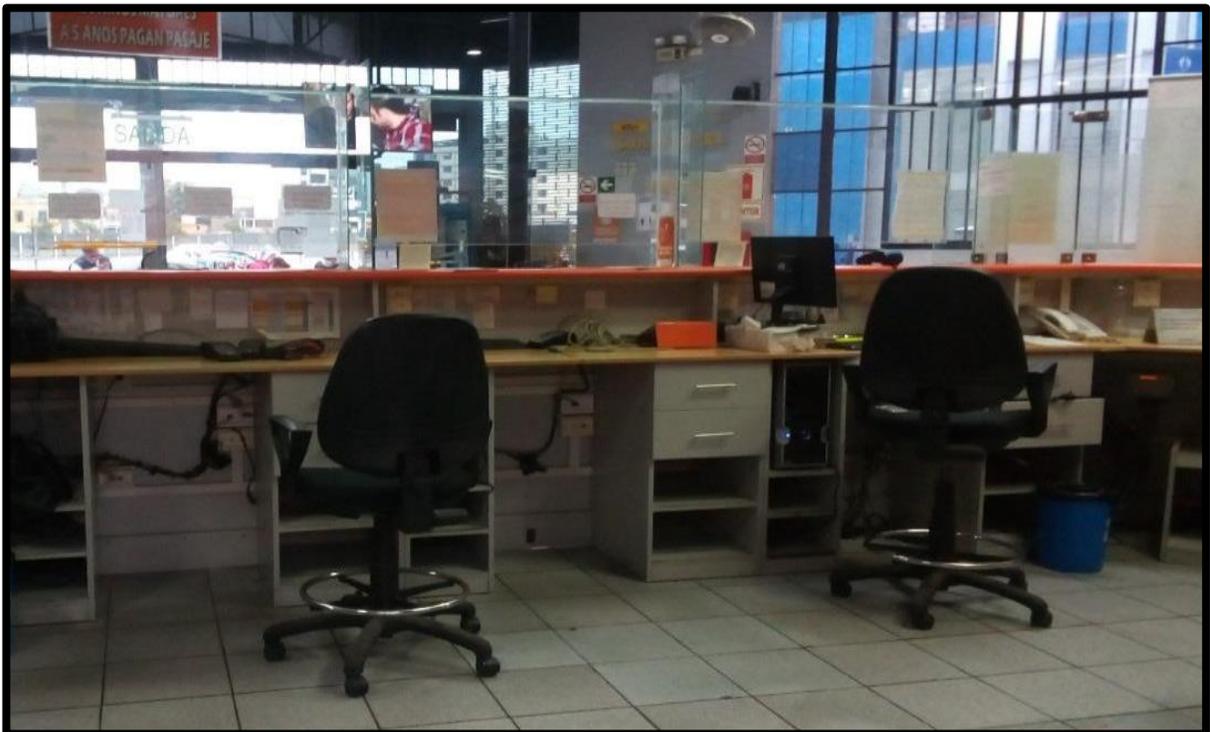
Anexo 16 Pasajeros respetando las señalizaciones y usando mascarilla y protector facial



Anexo 17 Respetando el aforo del 50 % en la sala



Anexo 18 En esta foto se visualiza los efectos de la COVID-19, bajos recursos, materiales en mal estado y sin uso (counter de ventas)

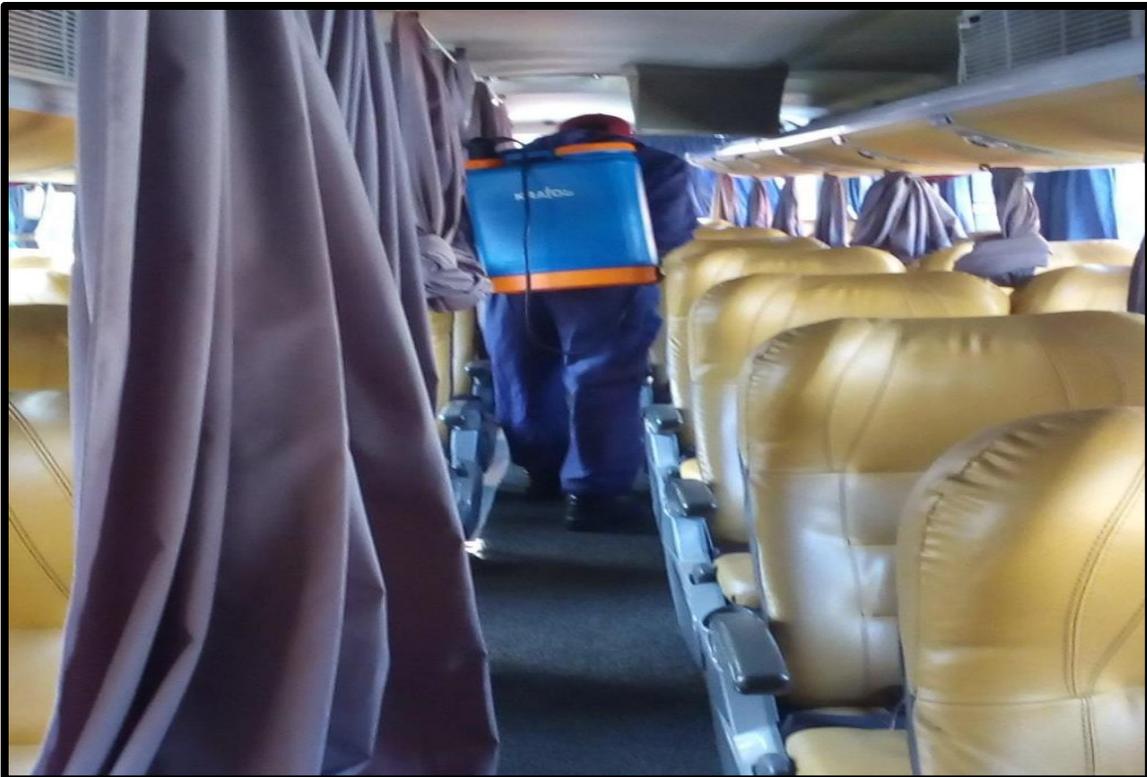


Anexo 19 Misión y visión de ITTSA BUS

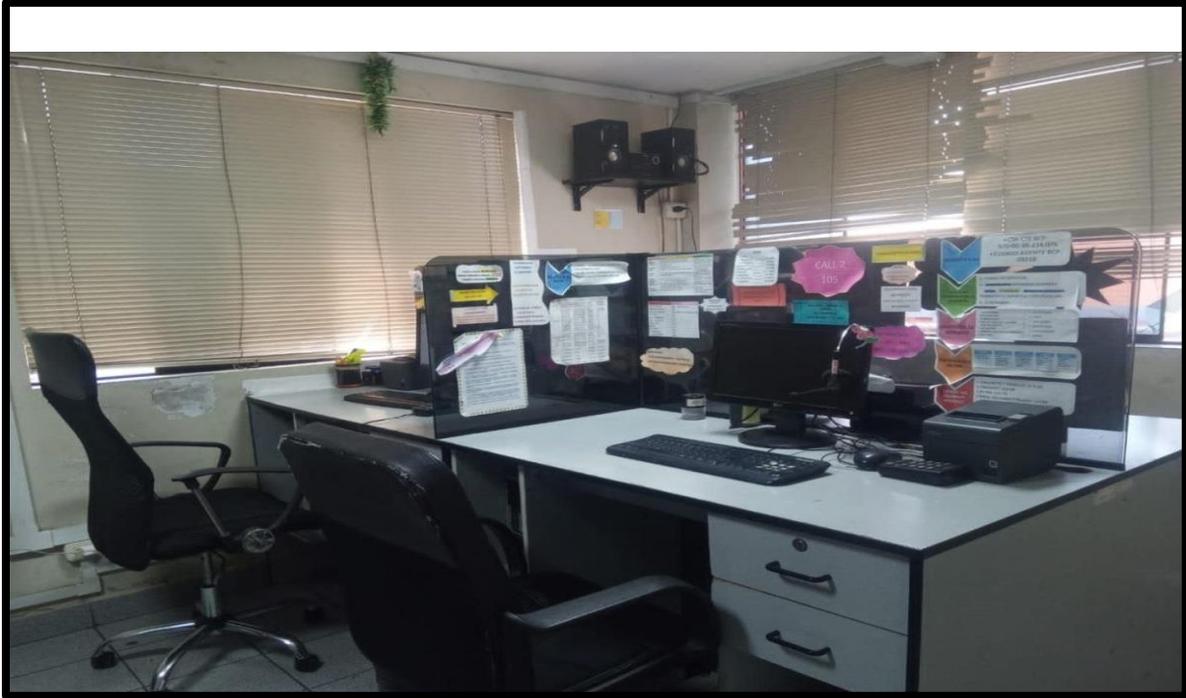
“ Comprometidos en Brindar y Garantizar un Servicio de Transporte Seguro, Confiable y de Calidad , reconocido por nuestros clientes, basado en un sistema de Gestión que está a la vanguardia del transporte terrestre de pasajeros y de carga en el Perú. ”

“ Ser reconocidos a nivel nacional como la mejor Empresa de Transporte Terrestre de Pasajeros y de Carga que demuestra en cada servicio que brinda eficiencia , puntualidad, calidad y seguridad. ”

Anexo 20 Fumigación de buses a cargo del personal de mantenimiento



Anexo 21 Área de Call Center



Anexo 22 Asiento para el pasajero que presente síntomas de la COVID -19



Anexo 23 Cortinas separadoras de asientos



Anexo 24 Antes de ingresar al bus se observa un pediluvio para el calzado



Anexo 25 Validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 06 mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: **Bazalar Paz, Miguel Angel**

DNI: **25793885** Teléfono: **989193334**

Título/grados: **Doctor**

Cargo e institución en que labora: **Docente – Universidad Cesar Vallejo**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?									X			
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?									X			
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?										X		

Promedio de valoración: 87.5%


 FIRMA DEL EXPERTO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, _____ 03 de junio _____ de 2021

Apellidos y nombres del experto: Tovar Zacarías Carlos

DNI: 10139218 Teléfono: 997050409

Título/grados: Magíster en Administración

Cargo e institución en que labora: Responsable UI-ATH Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2									X			
3										X		
4									X			
5									X			
6										X		
7										X		
8									X			

Promedio de valoración: 85%



 FIRMA DEL EXPERTO



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

Lima, 06 de mayo de 2021

Apellido y nombres del experto: Huamaní Paliza, Frank David

DNI: 41523590 Teléfono: 999418209

Título/grados: Magister

Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?											Cambiar lo indicado
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?											
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											

Promedio de valoración: 80%

FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 26 Autenticidad de las Autoras



Declaratoria de Originalidad del Autor/ Autores

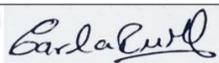
Nosotras, Reategui Moncada, Carla Ivonne y Reyes Cubas, Rosita Elvira, egresado de la Facultad / Escuela de posgrado Ciencias Empresariales y Escuela Profesional / Programa académico Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo (Ate), declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan al Trabajo de Investigación / Tesis titulado:

“Respuesta en el área de ventas de la Empresa de Transporte “ITTSABUS” por la Pandemia de la Covid-19 en el año 2020, Sede la Victoria- Lima 2021”, es nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que el Trabajo de Investigación / Tesis:

1. No ha sido plagiado ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicado ni presentado anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Lima, 07 de Julio 2021

Reategui Moncada, Carla Ivonne	
DNI: 72403595	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-3511-1790	
Reyes Cubas, Rosita Elvira	
DNI: 70990110	Firma 
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-0622-7607	

