



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y
PEDAGÓGICAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA COMERCIAL

TESIS

**GESTIÓN DE OPERACIONES Y SU RELACIÓN CON LA
SATISFACCIÓN DE LOS PASAJEROS EN LA EMPRESA
TRANSPORTES LÍNEA S.A., MOQUEGUA -2021**

PRESENTADA POR

BACH. ASHLI SOLENKA QUISPE SANTUR

ASESOR

MGR. ROCIO CLARIBEL CORNELIO AIRA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE

INGENIERO COMERCIAL

MOQUEGUA - PERÚ

2022

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	xiii
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	15
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	15
1.2. Definición del problema.....	18
1.3. Objetivos de la Investigación.....	18
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.....	18
1.5. Variables de Operacionalización.....	20
1.6. Hipótesis de la Investigación.....	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes de la investigación.....	22
2.2. Bases teóricas.....	26
2.2.1. Gestión de Operaciones	28
2.2.2. Satisfacción.....	33
2.3. Marco conceptual.....	40
CAPÍTULO III: MÉTODO.....	44
3.1. Tipo de investigación.....	44
3.2. Diseño de investigación.....	44
3.3. Población y muestra.....	44
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	45
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	46
a. Recolección de datos	46
b. Tratamiento de datos.....	47
c. Análisis de la información	47
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	48
4.1. Presentación de resultados por preguntas de cuestionario	48
4.2. Presentación de resultados por variables y dimensiones.....	69
4.3. Contrastación de hipótesis.....	76

4.4. Discusión de resultados.....	80
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
5.1. Conclusiones	83
5.2. Recomendaciones	84
BIBLIOGRAFÍA	85
ANEXOS	91
Anexo 01. Matriz de consistencia.....	92
Anexo 02. Instrumentos de investigación.....	93
Anexo 03. Validación del instrumento	97
Anexo 04. Gestión de la operación de la empresa Transporte Línea S.A.....	100
Anexo 05. Base de datos.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cuadro de Operacionalización	20
Tabla 2 Confiabilidad.....	46
Tabla 3 ¿Usted considera adecuado el lugar de embarque de la empresa de transportes Línea S.A.?	48
Tabla 4 ¿Se respeta el lugar designado para el embarque de los pasajeros de la empresa de transportes Línea S.A.?	50
Tabla 5 ¿Usted considera que el control de pasajeros es adecuado, antes de abordar el bus de la empresa transportes Línea S.A.?.....	51
Tabla 6 ¿La empresa de transportes Línea S.A. cuenta con las medidas de prevención y seguridad frente al COVID -19, para sus pasajeros?.....	52
Tabla 7 ¿Los horarios de embarque se respetan en la empresa transportes Línea S.A.?.....	53
Tabla 8 ¿Los conductores de la Empresa de Transporte Línea S.A. muestran seriedad y responsabilidad en su trabajo?	54
Tabla 9 ¿Usted considera que se cumple las reglas de las rampas de desembarque en la empresa de transportes Línea S.A.?	55
Tabla 10 ¿Usted considera adecuado el parqueo de desembarque de la Empresa de transportes Línea S.A.?	56
Tabla 11 ¿Usted considera apropiado hacer un control de pasajeros en ruta en el bus de la empresa de transportes Línea S.A.?	57
Tabla 12 ¿La información que ofrece la Empresa transportes Línea S.A. ante un desperfecto mecánico u/o factor climatológico en ruta cuando viaja es oportuno y convincente?.....	58
Tabla 13 ¿Se presenta reclamos/incomodidades por parte de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A.?	59
Tabla 14 ¿Se sigue el procedimiento de los protocolos de seguridad la empresa de transportes Línea S.A.?	60
Tabla 15 ¿El espacio tangible (unidades de transporte, mobiliario, etc.) cuentan con el mantenimiento respectivo de la empresa de transportes Línea S.A. durante la prestación del servicio?	61

Tabla 16 ¿Los pasajeros muestran satisfacción con respecto al servicio que le ofrecen los empleados de la empresa de transportes Línea S.A.?.....	62
Tabla 17 ¿Se cobra un precio adicional a los pasajeros con respecto al servicio brindado en la empresa de transportes Línea S.A.?	63
Tabla 18 ¿Se realiza un cobro por alguna norma incumplida al momento de traslado de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A. en época de mayor demanda?.....	64
Tabla 19 ¿Reciben capacitaciones y preparación los colaboradores para realizar un buen servicio en la empresa de transportes Línea S.A.?	65
Tabla 20 ¿Se trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa de transportes Línea S.A.?	66
Tabla 21 ¿Se practica la honestidad al momento de brindar los servicios de la empresa de transportes Línea SA?	67
Tabla 22 ¿Tienen la capacidad de resolver cualquier inconveniente/problema que ocurra en el transcurso de su trabajo?	68
Tabla 23 Nivel de gestión de operaciones.....	69
Tabla 24 Nivel del proceso de embarque	70
Tabla 25 Nivel del proceso de desembarque.....	71
Tabla 26 Nivel de satisfacción de los pasajeros.....	72
Tabla 27 Nivel en la dimensión servicio esperado.....	73
Tabla 28 Nivel en la dimensión precio	74
Tabla 29 Nivel de seguridad	75
Tabla 30 Pruebas de normalidad	76
Tabla 31 Relación de la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros	77
Tabla 32 Relación del embarque y la satisfacción de los pasajeros.....	78
Tabla 33 Relación del desembarque y la satisfacción de los pasajeros	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 ¿Usted considera adecuado el lugar de embarque de la empresa de transportes Línea S.A.?	48
Figura 2 ¿Se respeta el lugar designado para el embarque de los pasajeros de la empresa de transportes Línea S.A.?	50
Figura 3 ¿Usted considera que el control de pasajeros es adecuado, antes de abordar el bus de la empresa transportes Línea S.A.?.....	51
Figura 4 ¿La empresa de transportes Línea S.A. cuenta con las medidas de prevención y seguridad frente al COVID -19, para sus pasajeros?.....	52
Figura 5 ¿Los horarios de embarque se respetan en la empresa transportes Línea S.A.?.....	53
Figura 6 ¿Los conductores de la Empresa de Transporte Línea S.A. muestran seriedad y responsabilidad en su trabajo?	54
Figura 7 ¿Usted considera que se cumple las reglas de las rampas de desembarque en la empresa de transportes Línea S.A.?	55
Figura 8 ¿Usted considera adecuado el parqueo de desembarque de la Empresa de transportes Línea S.A.?	56
Figura 9 ¿Usted considera apropiado hacer un control de pasajeros en ruta en el bus de la empresa de transportes Línea S.A.?	57
Figura 10 ¿La información que ofrece la Empresa transportes Línea S.A. ante un desperfecto mecánico u/o factor climatológico en ruta cuando viaja es oportuno y convincente?.....	58
Figura 11 ¿Se presenta reclamos/incomodidades por parte de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A.?	59
Figura 12 ¿Se sigue el procedimiento de los protocolos de seguridad la empresa de transportes Línea S.A.?	60
Figura 13 ¿El espacio tangible (unidades de transporte, mobiliario, etc.) cuentan con el mantenimiento respectivo de la empresa de transportes Línea S.A. durante la prestación del servicio?	61
Figura 14 ¿Los pasajeros muestran satisfacción con respecto al servicio que le ofrecen los empleados de la empresa de transportes Línea S.A.?.....	62

Figura 15 ¿Se cobra un precio adicional a los pasajeros con respecto al servicio brindado en la empresa de transportes Línea S.A.?	63
Figura 16 ¿Se realiza un cobro por alguna norma incumplida al momento de traslado de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A. en época de mayor demanda?	64
Figura 17 ¿Reciben capacitaciones y preparación los colaboradores para realizar un buen servicio en la empresa de transportes Línea S.A.?	65
Figura 18 ¿Se trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa de transportes Línea S.A.?	66
Figura 19 ¿Se practica la honestidad al momento de brindar los servicios de la empresa de transportes Línea SA?	67
Figura 20 ¿Tienen la capacidad de resolver cualquier inconveniente/problema que ocurra en el transcurso de su trabajo?	68
Figura 21 Nivel de gestión de operaciones	69
Figura 22 Nivel del proceso de embarque	70
Figura 23 Nivel del proceso de desembarque	71
Figura 24 Nivel de satisfacción de los pasajeros	72
Figura 25 Nivel en la dimensión servicio esperado	73
Figura 26 Nivel en la dimensión precio	74
Figura 27 Nivel de seguridad	75

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo analizar la gestión de operaciones y su relación con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua-2021. La investigación es importante, pues su desarrollo radica en que los funcionarios de la empresa en estudio conozcan la situación actual de su empresa y la satisfacción de sus pasajeros, dando relevancia a la gestión de sus operaciones para generar una mejor satisfacción en sus pasajeros. La metodología de la investigación fue de tipo básica, se considera así porque se realiza la ampliación, además la explicación de las variables de estudio; el enfoque fue cuantitativo, se realizó el análisis de datos mediante el uso del programa SSPS, para la comprobación de hipótesis, asimismo el diseño fue no experimental de corte transversal, esta fue considerada porque se analizó sin manipular las variables de estudio. La población considerada fue de 200 colaboradores y la muestra estuvo conformada por 132 trabajadores de la empresa Línea S.A. La técnica que fue utilizada para recabar datos fue la encuesta, tomando como instrumento el cuestionario, que fue aplicado a la muestra consignada anteriormente. Los resultados alcanzados llevo a concluir del objetivo general que existe una relación positiva y significativa entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros, tal como lo sugiere el coeficiente Rho de Spearman con un valor de 0.590 y una significancia bilateral de 0.000. Además, se pudo concluir que existe una relación positiva y de grado moderado entre el embarque y la satisfacción de los pasajeros, por lo que, si el proceso de embarque de la empresa mejora, la satisfacción de los clientes también mejorará en un grado moderado y finalmente existe una relación positiva y de grado moderado entre el desembarque y la satisfacción de los pasajeros, por lo que, si el proceso de desembarque de la empresa mejora, la satisfacción de los clientes también mejorará en un grado moderado.

Palabras claves: Gestión, Operaciones, Satisfacción, Servicio esperado, Empresa de transporte

ABSTRACT

The purpose of the research was to analyze the management of operations and its relationship with the satisfaction of the passengers in the company Transportes Línea S.A., Moquegua-2021. The research is important, because its development lies in the fact that the officials of the company under study know the current situation of their company and the satisfaction of their passengers, giving relevance to the management of their operations to generate better satisfaction in their passengers. The research methodology was of a basic type, it is considered so because the expansion is carried out, in addition to the explanation of the study variables; the approach was quantitative, the data analysis was carried out using the SSPS program, for hypothesis testing, likewise the design was non-experimental cross-sectional, this was considered because it was analyzed without manipulating the study variables. The population considered was 200 employees and the sample consisted of 132 workers from the company Línea S.A. The technique that was used to collect data was the survey, taking the questionnaire as an instrument, which was applied to the sample previously mentioned. Based on the results, it was concluded from the general objective that there is a positive and significant relationship between operations management and passenger satisfaction, as suggested by Spearman's Rho coefficient with a value of 0.590 and a bilateral significance of 0,000. In addition, it was concluded that there is a positive and moderate relationship between boarding and passenger satisfaction, so if the company's boarding process improves, customer satisfaction will also improve to a moderate degree and finally, there is a moderate and positive relationship between disembarkation and passenger satisfaction, so if the company's disembarkation process improves, customer satisfaction will also improve to a moderate degree.

Keywords: Management, Operations, Satisfaction, Expected service, Transport Company.

INTRODUCCIÓN

La investigación estudia a la empresa transportes Línea donde se encontró que ciertas deficiencias como demora en la programación de las unidades en los días miércoles y sábados por la mayor demanda en servicios de empresas como Anglomeración; asimismo, se encontró confusión al momento de embarcar los pasajeros por la aglomeración y desorden de los conductores y pasajeros, a partir de dicha problemática surge el interés de estudiar la relación entre la gestión de operaciones que realiza la empresa y la satisfacción de los usuarios. La investigación se justifica nivel teórico por que se ampliara el conocimiento para los lectores e interesados en el tema; así mismo a nivel metodológica se justifica porque se utilizó el método científico, utilizando como medida la técnica de la encuesta, por otro lado, a nivel práctico, a base de los resultados encontrados en la investigación se describe las conclusiones y recomendaciones que permitirá aplicar para mejorar las deficiencias que contiene dentro de la empresa. Los resultados de la presente investigación servirán a los gerentes de la empresa transportes Línea S.A. para aplicar las recomendaciones que se proponga y además revisar las conclusiones que se ha llegado. En la investigación se realizó el análisis del tema de gestión de operaciones y satisfacción de los pasajeros. La gestión de operaciones es aquella que se realiza a través de diversas acciones que se llevan a cabo con el propósito de alcanzar una meta; además es el área que se ocupa de coordinar con las demás áreas de la empresa como son las de marketing, recursos humanos, contabilidad y los gerentes. Por otro lado, la satisfacción de los clientes es una valoración que se realiza a partir del servicio brindado o, en otras palabras, si el servicio cubre sus expectativas y requerimientos. El grado de satisfacción del usuario es uno de los muchos indicadores que los encargados de la empresa deben tomar en cuenta para la elección de la mejor gestión.

Para mayor comprensión de la investigación se describirá a continuación detalladamente los capítulos tratados:

En el Capítulo I se presenta el problema de la investigación, en el que se tocó puntos como la descripción de la realidad problemática, objetivos, justificación y limitaciones de la investigación, variables de operacionalización e hipótesis.

En el Capítulo II se presenta la revisión y fundamentación teórica de la presente investigación, tocando puntos como los antecedentes y bases teóricas que se describieron de cada dimensión en indicadores, finalmente se describe el marco conceptual.

En el Capítulo III se presenta el método del estudio, en el cual se consideró el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra; las técnicas, instrumentos, equipo y recursos considerados para la recopilación e información.

En el Capítulo IV se presenta los resultados por cada variable, la contratación de hipótesis y finalmente la discusión de los resultados.

En el Capítulo V se presenta las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Finalmente, se describe la bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática.

Hoy en día vivimos en un entorno de alta volatilidad, incertidumbre, complejidad y ambigüedad, debido a la globalización y al acelerado desarrollo tecnológico, que se ha potenciado con la llegada del COVID-19. Ante estos cambios, las empresas deben ser capaces de reposicionar sus estrategias, productos, servicios y procesos para mantenerse competitivas y vigentes. Para ello es importante la gestión de operaciones, que permite planificar, organizar y supervisar los procesos de fabricación, producción y entrega de productos y/o servicios. El sistema es clave ya que ayuda a administrar y controlar de manera efectiva los cambios que puedan ocurrir en la empresa, y la gestión operativa asegura el control de costos y la calidad de la cobertura (Esan Business, 2020).

Según Montejo et al. (2021) actualmente, las empresas se caracterizan por la diversidad de formas de gestión operativa debido a los avances tecnológicos e industriales de los países en los que operan. Sin embargo, cuando un país con tecnología propia permite que sus seguidores la utilicen, pero para beneficiarse de bajos costos laborales y explotación de recursos, representa una posible política represiva de los países industrializados y tecnológicamente avanzados sobre los países menos desarrollados. Los países desarrollados tienden a ofrecer consejos para que sus seguidores logren el progreso que sugiere el nuevo mundo, con resultados a largo plazo, pero con el objetivo de contar con una fuerza laboral calificada para satisfacer las necesidades industriales de los países desarrollados antes mencionados. Chase et al. (2016) conceptualizan la gestión de operaciones como el modo

en el que se realizan labores sin inconvenientes de manera eficaz y con costos bajos. Se vincula también con procesos que se utilizan para cambiar los recursos empleados en una entidad empresarial a fin de cubrir las demandas de los clientes o usuarios.

La gestión operativa que maneja una organización se refleja en la satisfacción de los clientes, tal como lo definen Febres y Mercado (2020) cuando se cumplen o superan sus expectativas por los servicios prestados. En este sentido, la calidad es la capacidad de satisfacer las expectativas del usuario. Suárez et al. (2018) mencionaron que, además de ser accesibles, los servicios de calidad deben estar acordes con los avances tecnológicos existentes y contar con personal calificado.

Cosio y Taipe (2017) indican que, en la actualidad, lograr la completa "satisfacción del cliente" es un requisito fundamental para estar "en la mente" del cliente y ganarse un lugar en el mercado objetivo. Por lo tanto, el objetivo de "satisfacer a cada cliente" ha traspasado los límites del departamento de marketing y se ha convertido en uno de los principales objetivos de las empresas exitosas en todos los campos. La importancia de la satisfacción del cliente en el mundo empresarial es que los clientes satisfechos se convierten en un activo para la compañía debido a que, probablemente volverán a usar sus servicios o productos, o darán una buena opinión al respecto de la compañía, lo que conllevará un incremento de los ingresos para la empresa. Por el contrario, un cliente insatisfecho comentará a un número mayor de personas su insatisfacción, en mayor o menor medida se quejará a la compañía y si su insatisfacción alcanza un determinado grado optará por cambiar de empresa para comprar dicho producto o servicio o en último caso, incluso abandonar el mercado.

En el Perú existen varias empresas que utilizan la calidad de servicio como factor principal, por lo tanto, se observan buenas expectativas de los clientes por los productos o servicios que utilizan, mientras que en otras empresas no existe el concepto de calidad y satisfacción del cliente. Sin embargo, las organizaciones están trabajando actualmente para mejorar las capacidades de calidad del servicio, lo que puede mejorar la satisfacción del

cliente. Existen factores importantes como el costo, la mano de obra y la calidad del servicio en las empresas de transporte terrestre interprovincial de pasajeros. Esto ha llevado a una mayor competitividad en el mercado del transporte interprovincial de viajeros por carretera, y su presencia en el mercado está condenada a la extinción o al fracaso si no cumplen con los estándares mínimos de calidad o las necesidades de los clientes. La satisfacción del cliente describe la evaluación cognitiva, respetando y valorando características del servicio prestado, cubriendo las expectativas y las emociones concebidas por el servicio, integrando procesos que engloban el consumo y la satisfacción de necesidades, en un ámbito general (Arrestegui, 2020).

La satisfacción está relacionada con la percepción que tienen los clientes después de recibir el servicio o producto. Asimismo, se ha notado la exigencia de los clientes, ya que buscan precios cómodos en servicios de alta calidad. Por tanto, las empresas deben adecuarse y diferenciarse del resto brindando servicios rápidos, ambientes agradables, buena atención, etc. Por lo que, si el cliente no se percibe como bien recibido y atendido, es muy probable que exponga esta vivencia a otras personas y no regrese nuevamente; no obstante, si el cliente es correctamente atendido, lo más probable es que hable y recomiende el servicio que recibió. En ese sentido, es sumamente importante que las empresas modernas tomen en cuenta la satisfacción del cliente para brindar servicios de manera eficiente (Cruz, 2013).

Dada la descripción de la situación del tema de estudio, se puede observar en la empresa de transportes Línea S.A. que está enfocada en brindar el servicio de transportar a los pasajeros, así mismo se encarga de realizar el embarque y desembarque de los pasajeros. Una de sus problemáticas más frecuentes es la demora en la programación de las unidades. También se muestra demora en el embarcamiento en los momentos de mayor demanda de pasajeros. Por otro lado, se muestra una deficiencia en la embarcación, pues a causa de la demora se producen confusiones debido a la aglomeración y desorden por parte de los conductores y pasajeros. En ese contexto es que se

planteó las siguientes preguntas, la cual fue resuelta a través del desarrollo de la investigación.

1.2. Definición del problema.

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua -2021?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿Cuál es la relación del embarque con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua?
- ¿Cuál es la relación del desembarque con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua?

1.3. Objetivos de la Investigación.

1.3.1. Objetivo general

Analizar la gestión de operaciones y su relación con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua -2021.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Determinar la relación del embarque con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.
- Determinar la relación del desembarque con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.

1.4.1. Justificación

Teórica

Este estudio mantiene justificación teórica, pues su trascendencia radica en la importancia del tema que se analizara mediante las variables que fueron planteados en la cual brindara ampliación teórica y conocimientos para los lectores que tengan interés en el tema.

Metodológica

Este estudio mantiene justificación metodológica en el requerimiento de alcanzar las conclusiones deseadas mediante la utilización de los instrumentos pertinentes como el cuestionario que se aplicó para reunir los datos, elaborado en base a las dimensiones planteadas.

Practica

Este estudio mantiene justificación práctica, pues sentará bases para estudiantes o profesionales que realicen investigaciones futuras e indaguen sobre temas relacionados, permitiéndoles tener un apoyo bibliográfico con sustento técnico, a fin de ampliar los conocimientos con aportes futuros.

La importancia de la investigación radica en que los funcionarios de la empresa de estudio conozcan la situación real de su empresa y la satisfacción que generan sus servicios, dando relevancia a la gestión de sus operaciones. Asimismo, luego del desarrollo de la investigación se brindarán conclusiones y recomendaciones que podrán ser adoptadas por la empresa.

1.4.2. Limitaciones

- Dificultad para aplicar los instrumentos debido a la coyuntura actual (pandemia COVID-19).
- Disponibilidad de tiempo de los pasajeros para responder la encuesta.
- Los datos se reunirán solo a través de un cuestionario. no se utilizarán otros instrumentos.

1.5. Variables de Operacionalización.

Tabla 1

Cuadro de Operacionalización

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE MEDICIÓN
VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN DE OPERACIONES	Según Pérez (2016) la gestión de operaciones engloba la gestión de producción y posee como propósito resolver inconvenientes.	Para la gestión operacional se plantea las siguientes dimensiones como el embarque, desembarque que son indispensables para un buen servicio de gestión.	Embarque Desembarque	<ul style="list-style-type: none"> Lugar de embarque Control de pasajeros Seriedad del personal Rampa de desembarque Parqueo de desembarque Control de ruta Desperfecto mecánico u/o factor climatológico 	1-6 7-10	Escala ordinal
VARIABLE DEPENDIENTE: SATISFACCIÓN	Según Paride (2017) define la satisfacción del usuario como un indicador de la calidad de atención prestada a los usuarios, el cual es fundamental para la mejora continua de la organización.	Para la variable Satisfacción se considera las características de servicio esperado, precio y seguridad.	Servicio esperado Precio Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> Acciones Procesos Ejecuciones Pago asignado a la obtención de un servicio Conocimiento del personal Actitud del personal Capacidad del personal 	1-4 5-6 7-10	

Nota. Elaboración propia

1.6. Hipótesis de la Investigación.

1.6.1. Hipótesis general

La gestión de operaciones tiene una relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua -2021.

1.6.2. Hipótesis Específicas

- El proceso de embarque tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.
- El proceso de desembarque tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.

Antecedentes internacionales

Villegas y Gonzales (2018) realizaron una investigación denominada “Propuesta de mejoramiento para la gestión de operaciones y logística en la empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil”, cuyo propósito fue diseñar un manual para brindar con especificidad las funciones que el personal del departamento tenía que llevar cabo. Asimismo, se mantuvo el objetivo de optimizar la gestión de operaciones y logística de la empresa. Para tales fines, se realizó el respectivo marco metodológico en el cual se especificaba que el trabajo tomaba como inicio un análisis que revisaba las operaciones logísticas de la empresa. La reunión de la información ayudó a diseñar un manual para mejorar las funciones a cumplir por el personal y reducir errores. Por otro lado, la técnica utilizada fue un proceso que observaba las operaciones que se hacían en dos áreas de la empresa. También se llevó a cabo un análisis basado en preguntas efectuadas al personal de la empresa. La muestra y población fueron las mismas, contando con un total de 33 empleados. Consecuentemente, se proporcionaron conclusiones y recomendaciones a partir del desarrollo investigativo. Se concluyó que la mayoría de los empleados no recibieron ningún tipo de capacitación durante los primeros días del trabajo. Así también, los empleados en su totalidad mencionaron la inexistencia de un

manual, lo cual producía un bajo rendimiento de los trabajadores en la empresa.

Soriano (2017) realizó una investigación cuyo título fue “Análisis de expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto pasajeros de Puerto Ayora”, en el cual el propósito fue hallar las expectativas y las percepciones de satisfacción. La metodología utilizada fue científica, descriptiva – explicativa. El tipo de técnica utilizada fue documental y una encuesta dirigida a 96 residentes permanentes de Puerto Ayora entre las edades de 15 a 65 años. Finalmente, se pudo concluir que existen diversas expectativas al comprar un artículo, producidas por promesas, vivencias pasadas, actitudes de personas cercanas y promesas de empresas que se constituyen como competencia.

Oblitas (2019) realizó una investigación que se titula, “Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre”, cuyo fin fue determinar el nivel de calidad y satisfacción de los servicios brindados. La metodología que se utilizó fue de carácter exploratorio y se aplicaron métodos estadísticos y bibliográficos. Se trabajó con 336 grupos de usuarios entre 18 y 74 años y con conductores de automóviles. Finalmente, se concluyó que no existían las condiciones que se requerían para que los conductores y operadores proporcionaran servicios con calidad.

Antecedentes nacionales

Montero y Solano (2020) llevaron a cabo la investigación titulada “Gestión de operaciones y la satisfacción en los usuarios en una empresa de transportes de Lima Norte en el 2020”, la cual se propuso encontrar la incidencia de la gestión en las operaciones en el servicio de transporte público y la percepción de satisfacción de los usuarios. Por ende, se plantearon 3 propósitos particulares y la realización de un cruce de variables para determinar el vínculo existente entre estas. Asimismo, la población contó con la participación de 300 personas, de las cuales se obtuvo una muestra de 168

a quienes se proporcionó una encuesta. Finalmente, se determinó que las variables gestión de operaciones y percepción de satisfacción existía una correlación positiva (0.913), la cual se determinó con la aplicación del método de Pearson. Por otro lado, en cuanto al objetivo de las dimensiones de la variable gestión de operaciones, se halló que el conflicto más resaltante era que los usuarios mantenían niveles altos de insatisfacción en relación a la seguridad que proporcionaba el transporte público. De esta manera, se supo que desatender la seguridad en las unidades perjudicaba los ingresos económicos percibidos por la empresa. En ese sentido, se recomendó a implementación de cámaras de seguridad y capacitaciones periódicas para el personal. Finalmente, en relación al propósito de la dimensión de satisfacción, se halló que, aunque la empresa invirtió en la compra de nuevas unidades, estas no lograban cubrir el gran requerimiento de los usuarios.

Galicia y Rodríguez (2018) realizaron un estudio titulado “Gestión de procesos operativos y su relación en la satisfacción del cliente de una empresa de transportes 2018”, cuya meta fue hallar el vínculo entre variables. La investigación fue descriptiva – correlacional y se trabajó con 35 colaboradores y 164 usuarios a quienes se proporcionó un cuestionario. Consecuentemente, se determinó un vínculo significativo entre las dos variables. En este sentido, se supo que las variables mantenían una correlación aceptable, ya que se encontró que los procesos operativos se hallaban correctamente definidos; no obstante, existían algunas debilidades como la poca instrucción e información brindada a los empleados. Asimismo, en cuanto a la variable referida a la percepción de satisfacción por parte de los usuarios fue positiva, la cual presentó como deficiencias el trato amable y la comodidad en las unidades. Por último, se brindaron recomendaciones a fin de optimizar el desenvolvimiento de ambas variables.

Gonzales y Pallarco (2020) llevaron a cabo un estudio denominado “Gestión de operaciones para la mejora de servicios al cliente en la empresa de transporte terrestre de pasajeros expreso internacional Palomino SAC 2020”, el cual mantuvo como propósito estudiar la forma en la que la gestión

operacional incide en la optimización del servicio brindado al usuario. Se hizo uso de una encuesta proporcionada a los usuarios, con la cual se reunió la información necesaria acerca de la manera en la que se debía mejorar las condiciones prestadas a los pasajeros a fin de satisfacer requerimientos. Dicha encuesta fue sometida a validación por expertos y constó de 20 preguntas para ambas variables. Por otro lado, la información recogida permitió elaborar tablas y gráficos, los cuales posibilitaron realizar la interpretación y obtener los resultados. Las conclusiones mostraron que el embarque mantenía incidencia en el servicio brindado al cliente ($p=0,000$; $r=0.740$). Asimismo, se halló que el desembarque incidía en el servicio brindado ($p=0,000$; $r=0.703$). Consecuentemente, se estableció que, si los procesos toman más en cuenta a los usuarios, la demanda que existe de los servicios aumentará y, por ende, la percepción de satisfacción se incrementará.

Ángeles y Chaname (2019) realizaron una investigación denominada “La gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector del transporte aéreo en Lima - Perú 2018”, cuyo propósito fue especificar y exponer el vínculo entre la gestión operativa y la satisfacción de los usuarios. Asimismo, el estudio asoció a la gestión operativa y a las dimensiones capacidad de respuesta, comunicación y percepción selectiva. Por otro lado, se relacionó a la variable satisfacción y a las dimensiones seguridad, infraestructura y tecnología de la información. Se trabajó con 90 colaboradores a quienes se proporcionó un cuestionario válido ($V= 0,96$) y confiable ($\alpha= 0,8$). Finalmente, se estableció un vínculo moderado a fuerte entre las variables estudiadas, lo cual posibilitó concluir que la gestión operativa puede predecir la percepción de satisfacción de los usuarios del servicio.

Antecedentes locales

Zultner (2018) realizó una investigación cuyo título es “Evaluación de la Percepción del Desempeño y la Satisfacción de los Usuarios de Servicios Municipales en la Ciudad de Arequipa. Caso: Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero”, cuyo objetivo fue determinar la percepción del desempeño y el nivel de satisfacción. La metodología aplicada fue de diseño

no experimental, pues el fenómeno fue observado en su forma natural, y de tipo transeccional descriptiva-comparativo. La técnica utilizada fue una guía de entrevista y un cuestionario aplicado a 384 personas. Finalmente, se determinó el desempeño se diferenciaba en las tres entidades.

Falconi y Soncco (2019) realizó una investigación denominada “La calidad de servicio en las operaciones activas y su relación con la satisfacción del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Bitcoin Perú Ltda. en Huancané, Puno 2018”, cuyo propósito fue establecer el vínculo entre variables. Se trabajó con 140 clientes entre 23 y 70 años de edad a quienes se proporcionó un cuestionario. Finalmente, se determinó que la calidad brindada influía en la percepción de satisfacción de los clientes.

Manrique (2021) llevó a cabo un estudio titulado “Impacto del síndrome de Burnout sobre la satisfacción laboral de los colaboradores de una empresa productora y envasadora de gases de la ciudad de Arequipa-2020”, cuyo propósito fue hallar el vínculo entre variables propuestas. Además, se utilizó una encuesta cuantitativa, pues se utilizó un cuestionario. Asimismo, la investigación perteneció al tipo censal porque encuestó a toda la población de los colaboradores, la cual estuvo conformada 30 personas. Finalmente, se determinó la existencia de una correlación (influencia) negativa moderada entre las variables propuestas por los investigadores.

2.2. Bases teóricas

Transportes Línea S.A. es una entidad peruana, cuyas funciones brindan servicios de transporte. La empresa moviliza el recurso más importante de cualquier organización, es decir, al personal. Asimismo, mantiene presencia en la capital, ciudades del sur y norte. Por otro lado, es una empresa orientada a brindar transporte corporativo de personas en buses, minibuses, vans y camionetas, proporcionando soluciones a los requerimientos de movilización, manteniendo colaboradores capacitados al cuidado del entorno ambiental y responsabilidad social por medio de prácticas de buen gobierno corporativo.

Misión

Conducir manteniendo el sentido de responsabilidad e integridad, en busca de la excelencia brindado respeto e igualdad en las actividades a realizar en beneficio de los clientes.

Visión

"Donde vamos el Mejor "

La empresa posee Certificación ISO 39001, la cual garantiza el sistema de gestión de seguridad vial para el servicio de transporte de personal de las operaciones mineras, industriales y agroindustriales. Además, se les certificó como Socio Promotor en el 2019 por la Asociación de Buenos Empleadores (ABE).

Para el autor Sánchez (2015), la inclusión de un sistema de gestión de seguridad vial tiene como finalidad reducir los accidentes de tránsito y las muertes provocadas. El Sistema de Administración de la seguridad vial se organiza para cumplir sus metas y fines de seguridad Vial y orienta la idealización de ocupaciones que permitan alcanzarlos por medio de un enfoque de Sistema Seguro.

Además, el autor menciona las ventajas al aplicarlas en la empresa.

- El enfoque principal es prevenir que la empresa gaste en costos económicos y tiempos al suceder un accidente vial en su organización.
- La empresa debe fomentar en su empresa de transportes un ambiente seguro con el objetivo de prestar a sus pasajeros integridad y seguridad,
- La organización del rubro de transportes debe garantizar, responsabilidad social corporativa.

2.2.1. Gestión de Operaciones

Asimismo, según Caba et al. (2019) la gestión se define como diversas acciones que se ejecutan con el propósito de alcanzar una meta. De esta manera, se proporciona un sentido y significado a la gestión dentro de los parámetros de la administración, aunque con frecuencia son usados de forma diferente. En algunos contextos, la gestión se relaciona con la elección de opciones, en otras, es tomada en cuenta como la puesta en práctica de actividades. Asimismo, existen diversas acepciones, no obstante, una manera simple de conceptualizarla es señalarla como el arte de combinar recursos dentro de una empresa para producir bienes o servicios.

Para el autor Pérez (2016), el sistema de operaciones engloba la gestión de producción y posee como propósito resolver inconvenientes. En ese sentido, la dirección de operaciones se constituye como el área que se ocupa de coordinar con las demás áreas de la empresa como son el área de: marketing, recursos humanos, contabilidad y los gerentes.

La dirección de operación tiene como función encargarse del estudio de métodos y herramientas para afrontar la resolución de inconvenientes. A continuación, se presenta las características de la gestión de operaciones en el rubro de servicios de transporte (Perez, 2016):

- El cliente es parte integral del proceso
- Ocupan una dimensión temporal, es decir el proceso de operaciones se producen en el mismo momento en dar el servicio al cliente.
- Suelen ser más intensivos en mano de obra.

Suelen ser más competitivas las estrategias aplicadas en la gestión de operaciones, entonces el autor nos indica que se compone de objetivos a largo plazo y de la eficiencia en la asignación de recursos de las diferentes funciones y servicios por parte de la empresa, es decir, las estrategias deben estar acorde a las metas de la empresa. El autor nos presenta que la estrategia de operaciones se divide en decisiones de tipo estratégico, táctico y operativo (Perez, 2016).

- 1) Estratégicas: Tiene características de horizonte a largo plazo, importancia alta, reversibilidad baja, incertidumbre alta, grado de estructuración y complejidad baja
- 2) Tácticas: Tiene características de horizonte de medio plazo, importancia media y grado de estructuración y complejidad media,
- 3) Operativas: Tiene características de horizonte de corto plazo, importancia baja y grado de estructuración y complejidad alta.

De acuerdo a las decisiones de estrategias presentes, las más relevantes son las de tipo estratégico porque condicionan a la empresa a largo plazo. Las decisiones a largo plazo que se tomen serán difíciles cambiar, ya que representará pérdidas para la empresa (Perez, 2016).

Según Naim et al. (2020), una forma fácil de hacerlo es definirlo como el arte de combinar recursos organizacionales para producir un producto o brindar un servicio. En un sentido amplio, la gestión de operaciones se ocupa de la producción de bienes y servicios. Estamos expuestos a una variedad de bienes y servicios diariamente, todos producidos bajo la supervisión de un gerente de operaciones. En la superficie, las operaciones de servicios pueden parecer que tienen poco que ver con la fabricación, pero una característica de estas operaciones es que ambas pueden verse como procesos de transformación. En la manufactura, los insumos de materias primas, energía, mano de obra y capital se transforman en productos terminados. En las operaciones de servicio, los mismos insumos se transforman en productos de servicio. Es tarea del gerente de operaciones administrar el proceso de transformación de manera eficiente y efectiva.

- Los administradores de operaciones son los responsables por la producción de bienes y servicios en las organizaciones.
- Los administradores de operaciones toman decisiones en la función de operaciones y los sistemas de transformación que se utilizan.

Con base en las anteriores premisas podemos definir que: "La administración de operaciones es el estudio de la toma de decisiones en la

función de operaciones." La Administración de operaciones implica un monitoreo continuo del sistema y su medio ambiente. El papel del gerente de operaciones es la supervisión constante del sistema de transformación y su medio ambiente para poder planear, controlar y mejorar el sistema.

Asimismo, Schroeder et al. (2011) muestran que, en la industria de servicios, se utiliza un proceso de transformación para convertir insumos en productos de servicio: las aerolíneas utilizan insumos de capital que consisten en aeronaves y equipos e insumos humanos que consisten en pilotos, asistentes de vuelo y personal de apoyo para producir un transporte seguro, confiable, rápido y eficiente. Una perspectiva de proceso proporciona la base para ver la empresa entera como un sistema de proceso interrelacionado. Esto permite analizar y mejorar la organización desde una perspectiva de procesos. Todos los sistemas interactúan con sus entornos internos y externos. Demostramos la naturaleza de las interacciones internas a través de la toma de decisiones multifuncional. La interacción con el entorno externo se produce a través del entorno económico, físico, social y político de las operaciones. La naturaleza interactiva de estas relaciones hace que sea necesario monitorear constantemente el entorno y realizar los cambios correspondientes en las operaciones cuando sea necesario. En el mundo de los negocios globales que cambia rápidamente, las operaciones en constante cambio se han convertido en una necesidad para sobrevivir. Una perspectiva de proceso nos ayuda a comprender por qué las operaciones no pueden aislarse de los cambios en el entorno, sino que deben adaptarse a ellos.

Krajewski et al. (2008) definen el término gestión de operaciones se refiere al diseño, dirección y control sistemáticos de los procesos que transforman los insumos en servicios y productos para los clientes internos y externos. En términos generales, la gestión de operaciones existe en todos los departamentos de una empresa ya que en ella se realizan muchos procesos. Si aspiras a liderar un departamento o proceso específico en tu disciplina, o si sólo desea entender cómo el proceso del cual usted forma parte encaja en la estructura general de la empresa, es necesario que

comprenda los principios de la administración de operaciones. Desde esta perspectiva, todos tenemos que hacer, al menos en una pequeña parte, la gestión operativa. La coordinación entre funciones es fundamental para una gestión eficaz. Considere cómo interactúan otras áreas funcionales con las operaciones: quizás el vínculo más fuerte es la función de marketing, que determina la demanda de nuevos productos y servicios, la demanda de productos y servicios existentes y se enfoca en la satisfacción del cliente. Los gerentes de operaciones deben integrar los recursos humanos y de capital para satisfacer las necesidades de los clientes. Las áreas de marketing y ventas realizan compromisos de entrega en función de las capacidades operativas actuales. Los pronósticos de demanda realizados en el área de marketing guían a los gerentes de operaciones en la planificación de la productividad y la capacidad.

Los gerentes de operaciones también necesitan información sobre las funciones de contabilidad y finanzas para comprender el desempeño actual. Las mediciones financieras ayudan a los gerentes de operaciones a evaluar los costos laborales, los beneficios a largo plazo de las nuevas tecnologías y las mejoras de calidad. Las funciones de contabilidad ayudan a los gerentes de operaciones a monitorear los signos vitales de los sistemas de producción a través de una variedad de métodos de seguimiento. Implicaciones financieras decisiones sobre la inversión de los activos de capital de la empresa en nuevas tecnologías, el rediseño de los diseños físicos, la expansión de la capacidad e incluso los niveles de inventario.

Heizer y Render (2009) definen la Gestión de Operaciones (OM) como la serie de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios mediante la conversión de insumos en productos terminados. Las actividades que crean bienes y servicios se realizan en todas las organizaciones. En una organización que no crea un bien tangible, la función de producción puede ser menos evidente. Estas actividades a menudo se denominan servicios. Los servicios pueden estar "ocultos" del público o incluso de los clientes. El producto podría tomar la forma de cosas como la transferencia de fondos de una cuenta de ahorros a una cuenta corriente, un

trasplante de hígado, llenar un asiento de avión o educación estudiantil. Ya sea que el producto final sea un bien o un servicio, las actividades de producción que tienen lugar en una organización a menudo se denominan operaciones o gestión de operaciones. Los servicios se definen para cubrir ocupaciones profesionales tales como servicios de mantenimiento, gobierno, alojamiento, transporte, seguros, negocios, finanzas, bienes raíces, educación, derecho, atención médica y entretenimiento.

2.2.1.1. Embarque y Desembarque

El embarque se produce cuando una persona acepta trasladarse de un lugar a otro mediante el cumplimiento de diversos requerimientos, como, por ejemplo, la compra del boleto, la presentación de identificación y otros documentos personales.

Asimismo, el desembarque se produce cuando el pasajero ha arribado a su lugar de destino, lo que por consecuencia origina que se retire del bus junto con su equipaje.

El embarque puede tomar aproximadamente media hora antes de abordar el bus. El proceso implica diversas etapas, es decir, desde que el pasajero llega al terminal, se aproxima al mostrador de facturación y luego de brindar su equipaje al personal, se le proporciona un talón (uno por pieza en bodega) y la tarjeta de embarque. Son pocas, por lo menos en nuestra realidad, las empresas que proporcionan sistemas funcionales mediante internet en las que la facturación de boletos se da mediante pantallas táctiles, las cuales apresuran el proceso. Este sistema novedoso implica el control final del personal a la hora señalada por la tarjeta que se les proporciona en la puerta de embarque indicada, en la que suelen brindar un cupón de llegada (desembarque). Finalmente, el pasajero abandona el bus al arribar al terminar junto con su equipaje para dirigirse a un espacio de espera (Perez, 2016).

Pérez (2016) plantea estrategias competitivas, para ello desarrolló una ventaja basada en operaciones de cruce, teniendo como propósito

disminuir el costo de embarques. Para tal contexto y por brindar un ejemplo, la empresa Walmart, tiene como misión minimizar los costos, dicha empresa los productos elaborados por parte de la empresa provienen de camiones por parte de los proveedores y transfieren directamente del andén de carga a los camiones de Walmart en espera y se entregan a las tiendas sin ingresar al almacén. Además, la empresa Walmart posee un sistema de control de inventarios y cuenta con un mayor poder de compra que sus competidores.

2.2.2. Satisfacción

Para Luthans (2008), la satisfacción se relaciona con las necesidades y anhelos que tiene la persona dentro de la organización, siendo el resultado de todas las acciones que son de fuerza interna y externa.

Bruni (2017) indica que la satisfacción hace referencia a la percepción de bienestar que mantiene el comprador al finalizar la compra realizada en vínculo con los anhelos que este posea. Para asegurar que la calidad de los servicios prestados sea muy buena, la clave está en cumplir o superar los requisitos del usuario para la organización, evaluar qué quieren los usuarios y qué nivel de felicidad esperan. La satisfacción del cliente se relaciona con intentar comprender el vínculo entre el servicio brindado por la empresa mediante el uso de juicios cuantitativos y cualitativos. El grado de satisfacción del usuario es uno de los muchos indicadores que los encargados de la empresa deben tomar en cuenta para la elección de definiciones. Asimismo, para obtener eficiencia, se requiere de la utilización de instrumentos y técnicas, las cuales reúnan datos de los usuarios. En el ámbito empresarial, la importancia de la satisfacción del cliente es que los clientes satisfechos se convertirán en activos de la empresa porque podrán volver a utilizar sus servicios o productos, o dar una buena evaluación a la empresa, lo que aumentará los ingresos de la empresa. Por el contrario, los clientes insatisfechos comentarán sus inconvenientes a otras personas insatisfechas si su insatisfacción alcanza cierto nivel, optarán por cambiar de empresa.

Un criterio clave es que no se debe sacrificar la eficiencia en la averiguación de la satisfacción del requerimiento de un comprador. En ese sentido, la averiguación de la percepción de los clientes podrá mejorar la conformación de los procesos, las operaciones de servicios, la programación y el control del inventario. Como consecuencia de eso, aumentarán el aumento en ventas (Maldonado, 2015).

Para el autor Herrera (2015) la organización puede cubrir diversas necesidades de la empresa, sin embargo, en términos de calidad, la satisfacción de las necesidades y la optimización de la productividad siempre serán más beneficiosas para la empresa. Tienen la posibilidad de tomarse en importancia diversos tipos de enfoque, como los próximos:

- Enfoque del producto.
- Tipo de proceso.
- Tecnología.
- Volumen de ventas.
- Producción para almacenamiento y producción a la orden.
- Nuevos productos y productos maduros.

Castel (2020) indica que, una vez establecido el concepto y las principales teorías de la satisfacción laboral, y determinado el impacto de la satisfacción de los trabajadores en el desempeño de las cooperativas de trabajo correspondientes, es necesario profundizar en los factores que influyen en esta concepción, y en las empresas cooperativas, según las distintas características personales de los trabajadores, posibles diferencias. Su conocimiento permitirá tomar las acciones adecuadas para evitar el deterioro de las condiciones de trabajo en la organización cooperativa. Sin embargo, una de las mayores dificultades con la investigación de la satisfacción laboral es hacer que su definición sea procesable porque, como vimos anteriormente, no es una simple transición de ingresos monótona como se supuso originalmente, sino otros factores que entran en juego e incluso las relaciones cruzadas existentes entre la satisfacción y otras variables, como por ejemplo los ingresos, al incidir el grado de satisfacción

del individuo en su propio rendimiento económico. Entre los agentes que lo hacen posible destaca la satisfacción con el estilo de dirección, las relaciones interpersonales o administrativas con los jefes, sus habilidades técnicas, etc., las relaciones personales con los compañeros, derivadas de su competencia, comunicación o apoyo y amistad, la dirección y la empresa en su conjunto, en materias relacionadas con las políticas de compensación y distribución de utilidades de la empresa. La satisfacción laboral depende del atractivo de la tarea, las recompensas asociadas, las relaciones con los compañeros y las condiciones de trabajo a las que está expuesto el empleado. Además, confirman que otros factores relacionados con la personalidad del empleado y las características de las funciones que desempeña interfieren de la misma manera en la percepción de felicidad y satisfacción del empleado con su trabajo, así en la medida en la que la personalidad concuerde con la vocación elegida existirá una mayor posibilidad que tener unos trabajadores satisfechos.

Vallejo (2010) define la primera teoría que define la relación entre la satisfacción y el desempeño laboral o la productividad se puede resumir en la afirmación de que los trabajadores felices son trabajadores productivos. Sin embargo, mientras que algunos expertos creen que la satisfacción laboral afecta la productividad, la mayoría de las investigaciones sobre esta relación se basan en diseños que no pueden probar causa y efecto. Otros estudios que controlan esta posibilidad sugieren que la conclusión más válida es que la productividad conduce a la satisfacción, y no al revés. Si lo haces bien, obtienes una sensación interna de bienestar. Además, suponiendo que las organizaciones recompensen la productividad, las personas altamente productivas recibirán más reconocimiento verbal, así como salarios más altos y oportunidades de ascenso.

A su vez, estas recompensas aumentan la satisfacción laboral. La satisfacción laboral se puede definir como la actitud de un trabajador hacia su trabajo. Esta actitud se basa en las creencias y valores que los trabajadores desarrollan en sus puestos de trabajo. Las actitudes están determinadas por

una combinación de las características del trabajo actual y las percepciones de los trabajadores sobre lo que "deberían ser". Sin embargo, hay tres características de los empleados que influyen en las percepciones de "debería" y son: necesidades, valores y rasgos personales. Asimismo, tres aspectos de la situación laboral afectan las percepciones del "debería": la comparación social con otros empleados, las características de los trabajos anteriores y los grupos de referencia.

2.2.2.1. Servicio esperado

El servicio se vincula con diversas acciones que se ejecutan en la empresa, como, por ejemplo, proporcionar soluciones rápidas y oportunas y satisfacer los requerimientos de los usuarios o clientes (Ucha, 2008).

Sánchez (2019) indica que la fuente del servicio puede ser pública o privada, dependiendo del sector económico que gestiona el servicio. Es decir, no es lo mismo que una empresa privada ordinaria brinde servicios específicos al Estado o a ciertas autoridades oficiales. En algunos casos, también puede haber un modelo mixto, y el servicio lo brindan los sectores público y privado.

Para el autor Maldonado (2015), la demanda del servicio esperado la hace realidad toda la organización en su conjunto, con una conducta de cortes, tratar bien a los clientes, servicio de calidad además de un clima organizacional alto, por medio de herramientas y métodos por parte de la empresa. Los clientes logran alcanzar su satisfacción cuando el servicio brindado es de calidad y además existe una preocupación de los trabajadores a los clientes; que ellos se sientan cómodos al recibir el servicio.

Es relevante las relaciones directa e indirecta que existen los trabajadores con los clientes, todos en conjunto deben ser capacitados, contar con actitud positiva hacia el cliente, proactividad en su labor, eficiencia y poder resolver conflictos laborales que se le pueda presentar (Maldonado, 2015).

De esta manera, para que el servicio sea exitoso, el cliente debe satisfacerse más de lo que se requiere. La organización debe cubrir las expectativas de los clientes. Entonces los clientes se encontrarán interesados en un servicio que satisfaga sus expectativas, mientras no suceda ello, los clientes se inclinarán por otras empresas prestadoras de servicio. Asimismo, es trascendental que la gerencia conozca todos los procesos y servicios de la empresa, además de saber de sus empleados. Solo así, la empresa podrá ayudar a satisfacer las necesidades de sus clientes (Maldonado, 2015).

A. Características del servicio

Las características del servicio pueden ser variadas, como las siguientes:

Disponibilidad: El grado de disponibilidad del servicio, sin importar cuando el cliente lo necesite.

- Accesibilidad: Grado en el que los clientes suelen intentar contactar con el proveedor dentro del tiempo disponible.
- Cortesía. El grado en el que el proveedor de servicios muestra un comportamiento cortés y profesional.
- Ágil. La medida en que el departamento de servicio satisface rápidamente los requisitos del cliente.
- Confianza. La medida en que el proveedor de servicios demuestra la habilidad para brindar de manera precisa y confiable el servicio prometido.
- Capacidad. Se constituye como una medida en la que los proveedores demuestran habilidades y conocimientos necesarios para brindar o proporcionar servicios de calidad.
- Comunicación. El grado en que los empleados se comunican con los clientes, colegas, el público, etc., a través de un lenguaje sencillo, claro y fácil de entender.

El autor nos indica que la cultura de servicio tiene relación con los conceptos de ventas de la empresa y servicio al cliente. Pero va más allá de generar ingresos y utilidades a la empresa. Finalmente, el autor

nos define el servicio como la utilización de herramientas, técnicas y estrategias que permite una creciente relación con los clientes. Además, nos presenta 4 postulados (Herrera, 2015):

- La empresa debe prestar un servicio sofisticado.
- La empresa debería ser eficiente y eficaz en todos sus procesos.
- Los brindadores de servicio debe tener como principal característica la empatía en sus clientes.
- La organización debe ser transparente con sus clientes.

Para el autor Herrera (2015), lograr un servicio alto en la empresa, significa que los empleados deben tener equilibrio emocional, tanto al prestar un servicio al cliente, como en el clima organizacional de la empresa. El autor recomienda a los trabajadores de la empresa, esforzarse al mantener un equilibrio emocional y además mejorar la comunicación en la organización.

2.2.2.2. Precio

El precio, según Fernández (2012), es un concepto a seguir por las empresas al determinar montos para bienes o servicios. De esta manera, se puede señalar que, al modificar el precio de tales recursos, se ha tomado en cuenta el marketing de la empresa. A través de esta acción, la entidad intenta brindar una imagen positiva a los clientes para que se mantengan con el tiempo.

Para el autor Maldonado (2015), el precio se define como la cantidad de dinero que las personas pagan monetariamente para recibir un producto o servicio. El precio no es la única forma de pago, también existe otras formas como son los precios de lista, descuentos, periodos de pago y por medio de crédito. También existe relación de los precios con el marketing estratégico suelen ser los siguientes:

- Cuando la empresa brinde servicios de mayor calidad, mayor será los precios de sus servicios o productos.

- Los consumidores de nivel socioeconómico alto tienden a comprar productos o servicios con precios altos, mientras que los consumidores de nivel socioeconómico bajo, prefieren precios bajos en sus productos y servicios.

Atucha y Gualdoni (2018) define que la demanda de los bienes y servicios sucede por elección de los compradores, las decisiones de los consumidores suelen ser por sus determinadas e individuales preferencias y también por el ingreso de los consumidores y sus precios. Es decir, los factores más relevantes de la demanda son: el precio, ingreso de los consumidores y gustos. El autor nos explica la ley de la demanda, cuando menor sea el precio del servicio y mayor será la cantidad demandada, cuando sucede lo contrario, mayor será el precio y menor será la demanda.

Otro postulado que el autor nos presenta es cuando la cantidad demandada aumenta al disminuir los precios, y sucede porque el consumidor se va a inclinar por un servicio o producto sustituto más barato, otro enfoque es cuando la empresa disminuye el precio, el consumidor tendrá mayor poder adquisitivo.

2.2.2.3. Seguridad

La seguridad tiene un significado muy amplio y, clásicamente, según la teoría liberal, constituye la naturaleza y las obligaciones de la empresa. Esta es la atención y destrezas que el personal muestra a los clientes para inspirar confianza y credibilidad al brindar servicios. Busque saber:

- Las acciones de los trabajadores transfieren confianza a los usuarios.
- Los usuarios se sienten seguros cuando se encuentran dentro de las instalaciones de la empresa.
- El personal siempre es amable con los clientes.
- Los trabajadores pueden contestar a los requerimientos de los consumidores.

La seguridad en el cliente es la construcción de confianza y estabilidad que el cliente puede mantener a través de dedicación y esfuerzo. Asimismo, se espera que la cultura local pueda manifestarse críticamente para que las empresas puedan brindar los servicios requeridos (Perez, 2016).

Según el autor Maldonado (2015), dentro de los errores que implica brindar servicios, están los malos sistemas para prestar servicios, como consecuencia de la integridad por parte de los usuarios. El autor describe lo siguiente:

- La mayoría de los errores al prestar servicios, suelen ser por causas originadas por sistema en que se realizan las labores. El autor nos asegura que por medio de la innovación o modificación del sistema podrá ser resuelta.
- Su gran minoría suele suceder por fallas de los colaboradores. Asimismo, una manera de resolver este inconveniente sería a través de capacitaciones y la filtración de los empleados según su perfil adecuado.
- Dentro del rubro de servicio de transporte depende de las causas externar, por ejemplo, inadecuadas carreteras, fallas en la seguridad vial.

2.3. Marco conceptual

- **Gestión operacional**

De acuerdo a Chase et al. (2016), ayuda a contribuir en la destreza de planificación y procesos productivos. La gestión de operaciones siempre ha sido un elemento fundamental para mejorar la productividad y crear una ventaja competitiva a través de las operaciones.

La eficacia operativa se refiere a los procesos básicos necesarios para las operaciones de la empresa, estos cubren todas las funciones, desde la aceptación de pedidos de los clientes, el procesamiento de devoluciones, la producción y gestión de actualizaciones del sitio web, hasta el envío de productos. La eficiencia operativa se refleja directamente en los costos relacionados con el desempeño de la actividad. Las estrategias relacionadas

con la eficiencia operativa, como la planificación de la calidad, el rediseño de procesos y la inversión en tecnología, pueden dar sus frutos rápidamente en un corto período de tiempo. La gestión de clientes se encarga de comprender y utilizar mejor las relaciones con los clientes. Por ejemplo, las estrategias que implican la segmentación de clientes pueden tardar de dos a tres años. En ese sentido, la gestión operativa es importante porque involucra tres elementos de la estrategia.

Otros autores como Schroeder et al. (2011) muestran que, en la industria de servicios, se utiliza un proceso de transformación para convertir insumos en productos de servicio: las aerolíneas utilizan insumos de capital que consisten en aeronaves y equipos e insumos humanos que consisten en pilotos, asistentes de vuelo y personal de apoyo para producir un transporte seguro, confiable, rápido y eficiente. Heizer y Render (2009) definen la Gestión de Operaciones (OM) como la serie de actividades que crean valor en forma de bienes y servicios mediante la conversión de insumos en productos terminados. Naim et al. (2020), una forma fácil de hacerlo es definirlo como el arte de combinar recursos organizacionales para producir un producto o brindar un servicio. En un sentido amplio, la gestión de operaciones se ocupa de la producción de bienes y servicios.

- **Satisfacción**

Cruz (2013) refiere que la satisfacción se constituye como una valoración realizada por el cliente, en cuando a algún artículo. Actualmente, se ha establecido que es el cliente quien le proporciona valor a la calidad de la atención que recibe. En ese sentido, cada una de las actividades que lleve a cabo una empresa deben estar orientadas a conseguir que los clientes se sientan satisfechos con su adquisición. Esta percepción de bienestar debe asegurarse durante el tiempo que dure la atención, las características de calidad del producto y el costo. De esta manera, los servicios que se brinden deben lograr cubrir las necesidades de los clientes, además se asegurar la competitividad con otras empresas.

Las empresas deben tratar de disminuir las brechas entre la realidad y las ofertas brindadas para lograr las preferencias del cliente, puesto que el servicio que se proporciona no se le brinda a una persona, sino a un grupo de personas. En ese sentido, el servicio que se brinde debe lograr una personalización para hacer sentir al cliente que es especial para la empresa.

La política de atención al cliente se vincula estrechamente con la política de calidad. En tal contexto, la calidad debe tener sostén en las políticas, normas y procedimientos relacionadas con todo el personal de la empresa. De esta forma, las empresas planifican y desarrollan las estrategias que les permiten brindar servicios de calidad.

Asimismo, las empresas necesitan conocer las expectativas de los clientes, por lo cual se requiere romper la brecha existente entre los deseos y esperanzas de los clientes y el servicio producto que estos ofrecen.

Los clientes esperan que la calidad satisfaga sus necesidades y expectativas. Los productos y servicios requeridos deben ser completamente entendidos por los trabajadores (habilidades técnicas) que los brindan para estar satisfechos. De esta forma, para que las empresas logren ser competitivas se requiere que los clientes se encuentren satisfechos con los servicios que reciben, ya que el mayor reto de las empresas actuales es superar las expectativas de sus clientes brindándole un valor agregado a la producción de sus recursos y enfocándose directamente en la atención al cliente. En esta fase del proceso, la atención y el servicio se constituyen como un todo que no se puede separar.

Herrera (2015) la organización puede cubrir diversas necesidades de la empresa, sin embargo, en términos de calidad, la satisfacción de las necesidades y la optimización de la productividad siempre serán más beneficiosas para la empresa. Castel (2020) indica que, una vez establecido el concepto y las principales teorías de la satisfacción laboral, y determinado el impacto de la satisfacción de los trabajadores en el desempeño de las cooperativas de trabajo correspondientes, es necesario profundizar en los factores que influyen en esta concepción, y en las empresas cooperativas, según las distintas características personales de los trabajadores, posibles

diferencias. Vallejo (2010) define la primera teoría que define la relación entre la satisfacción y el desempeño laboral o la productividad se puede resumir en la afirmación de que los trabajadores felices son trabajadores productivos.

CAPÍTULO III: MÉTODO

3.1. Tipo de investigación.

La investigación fue de tipo básica. Según Hernández et al. (2014) estos estudios realizan una ampliación y explicación de las variables de estudio. Por otro lado, el enfoque fue cuantitativo debido que se realizó la recolección de datos para conocer y medir las variables.

Asimismo, la investigación se desarrolló considerando el nivel descriptivo - correlacional. Según Hernández et al. (2014) las investigaciones de nivel descriptivo correlacionales tienen por finalidad medir el grado de asociación que existe entre dos o más variables. En el presente estudio se analizó la relación entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros en una empresa de transportes.

3.2. Diseño de investigación.

El diseño de la presente investigación fue no experimental y de corte transversal, el cual implica que no se manipuló ninguna de las variables de investigación, pues solo se estudió en la unidad de estudio planteada.

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población

La población según Hernández et al. (2014), se refiere al conjunto de elementos a investigar, estos elementos pueden ser objetos, eventos, situaciones o un grupo de personas. En la presente investigación, la

población se encontró constituida por 200 colaboradores de la empresa transporte Línea S.A.

3.3.2. Muestra

La muestra es un grupo que proviene de una unidad de estudio, de la cual se recolectó datos pertinentes para el desarrollo de la investigación.

La muestra se evaluó mediante la técnica del muestreo aleatorio probabilístico. Para la obtención de la muestra se ha utilizado la fórmula:

$$n = \frac{N * Z_a^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_a^2 * P * Q}$$

N = Total de colaboradores	200
$Z_a^2 = 1.962$ (si la seguridad es del 95%)	1.962
p = proporción esperada (en este caso 50% = 0.5)	0.5
q = 1 – p (en este caso 1-0.5 = 0.5)	0.5
d = precisión (en este caso se quiere un 5%).	0.05

$$n = \frac{(200) (1.962)^2 (0.5) (0.5)}{(0.05)^2 (200-1) + (1.962)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 132$$

La muestra para la aplicación de los instrumentos es de 132 colaboradores de la empresa transporte Línea S.A.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.4.1. Técnicas

La técnica que fue utilizada para la recolección de datos es la encuesta. Esta se aplicó a los colaboradores de la empresa transportes línea S.A., Moquegua.

3.4.2. Instrumento

El instrumento que se utilizó en la recolección se ha formulado de acuerdo a las características y necesidades de cada variable. El instrumento que se utilizó es el cuestionario elaborado para cada una de las variables.

La confiabilidad se calculó utilizando el coeficiente Alpha de Cronbach, para lo cual se realizó una prueba preliminar en 20 colaboradores y 20 pasajeros de la empresa. Cada cuestionario estuvo constituido por 10 preguntas. En la siguiente tabla se muestran los resultados:

Tabla 2

Confiabilidad

	Nro. de elementos	Alfa de Cronbach	de Valoración
Gestión de operaciones	10	0.896	Muy bueno
Satisfacción	10	0.805	Muy bueno

Nota. Elaboración propia

Se puede observar que el coeficiente del cuestionario indica que tiene una muy buena confiabilidad, pues la primera variable alcanzó un 0,896 y la segunda variable logró un 0.805.

La validación de los instrumentos se realizó a través de juicio de expertos, quienes conocen sobre el tema. La ficha validada se encuentra en la parte final de los anexos.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.

a. Recolección de datos

- Se pidió permiso necesario a los encargados de la empresa que tomamos como unidad de estudio, a fin de facilitar el acceso a la aplicación del instrumento.
- Se estableció a las personas a las que se le aplicó los instrumentos a fin de conocer la situación actual de la empresa.

- Obtenido lo anterior se coordinó la fecha y horarios para aplicar los cuestionarios, a fin de no alterar las actividades de cada uno de los clientes de esta empresa.

b. Tratamiento de datos

- Una vez aplicado el instrumento se elaboró la matriz o base de datos para luego analizarlos estadísticamente en el programa informático SPSS 25.
- Realizado lo anterior, se llevó a cabo la elaboración de tablas y gráficos para la presentación de los resultados, con su respectiva interpretación.

c. Análisis de la información

- Se determinó los resultados a partir del análisis de la información para dar respuesta a cada uno de los objetivos.
- Finalmente, se brindó las sugerencias o recomendaciones luego del análisis general de la investigación.

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados por preguntas de cuestionario

Tabla 3

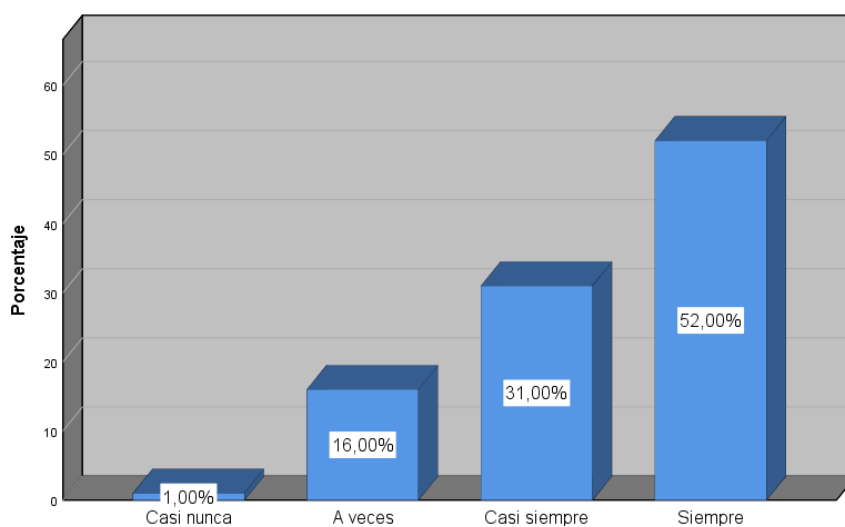
¿Usted considera adecuado el lugar de embarque de la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,0
	A veces	32	16,0	16,0	17,0
	Casi siempre	62	31,0	31,0	48,0
	Siempre	104	52,0	52,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 1

¿Usted considera adecuado el lugar de embarque de la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 3 y Figura 1, el 52% del total de encuestados percibe que el lugar de embarque de la empresa siempre es el adecuado, mientras que el 31% que no siempre es así, el 16% a veces y solo el 1% nunca. De esta manera se afirma que la mayor parte percibe que siempre o casi siempre el lugar para el embarque es el adecuado.

Tabla 4

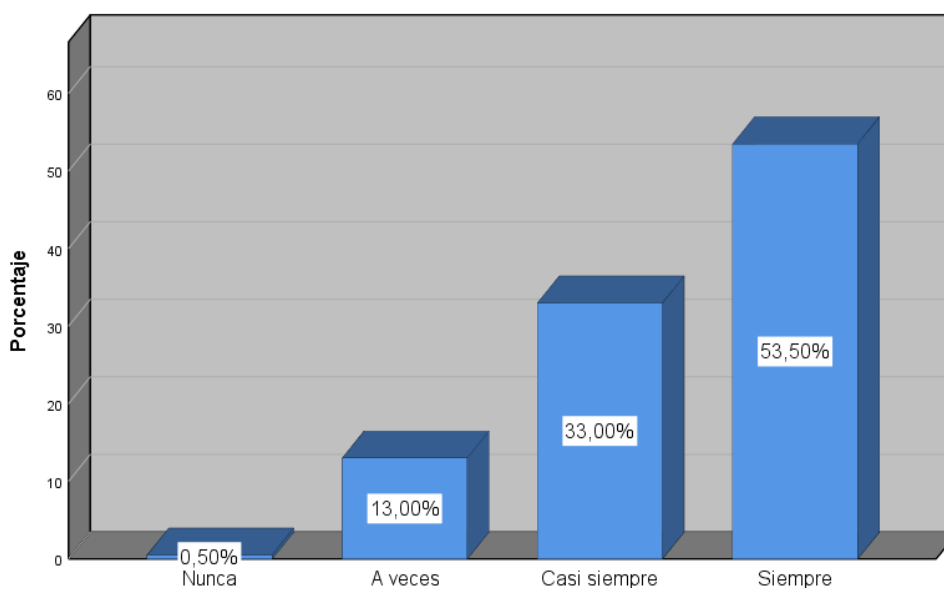
¿Se respeta el lugar designado para el embarque de los pasajeros de la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	A veces	26	13,0	13,0	13,5
	Casi siempre	66	33,0	33,0	46,5
	Siempre	107	53,5	53,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 2

¿Se respeta el lugar designado para el embarque de los pasajeros de la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 4 y Figura 2, el 53.50% del total de encuestados percibe que siempre se respeta el lugar designado para el embarque de los pasajeros, mientras que el 33% que no siempre se respeta, el 13% a veces y solo el 0.05% nunca. De esta manera se afirma que la mayor parte percibe que siempre o casi siempre se respeta el lugar para el embarque.

Tabla 5

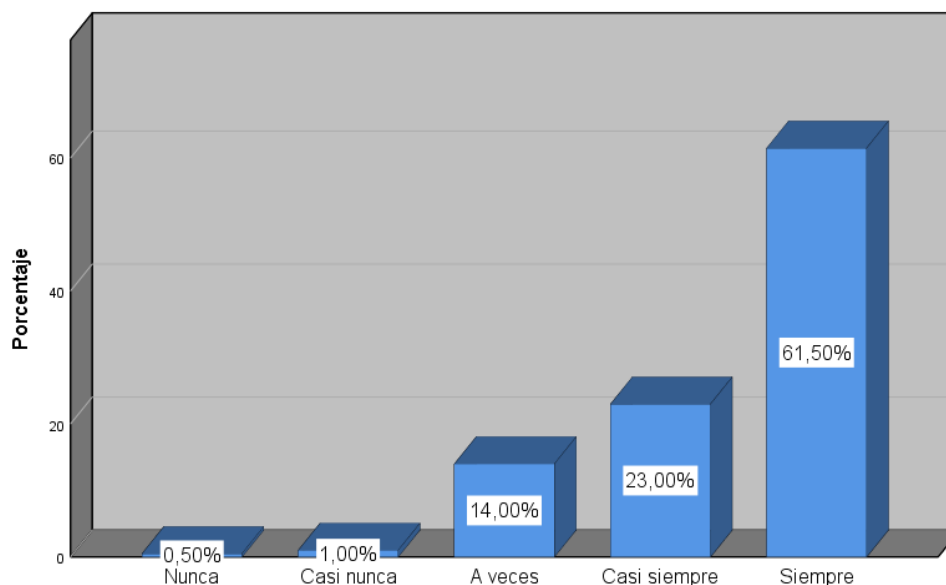
¿Usted considera que el control de pasajeros es adecuado, antes de abordar el bus de la empresa transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,5
	A veces	28	14,0	14,0	15,5
	Casi siempre	46	23,0	23,0	38,5
	Siempre	123	61,5	61,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 3

¿Usted considera que el control de pasajeros es adecuado, antes de abordar el bus de la empresa transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 5 y en la Figura 3, el 61.50% del total de encuestados percibe que el control de los pasajeros antes de abordar el bus es siempre el adecuado, mientras que el 23% que no siempre es adecuado, el 14% a veces, el 1% casi nunca y solo el 0.5% que nunca es adecuado. De esta manera se puede afirmar que el control de pasajeros que realiza la empresa es adecuado.

Tabla 6

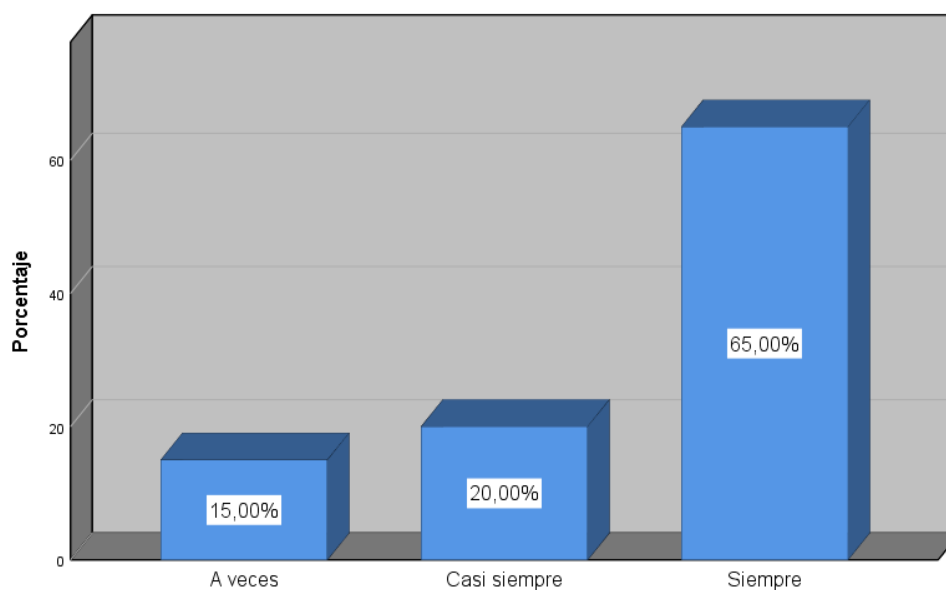
¿La empresa de transportes Línea S.A. cuenta con las medidas de prevención y seguridad frente al COVID -19, para sus pasajeros?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	30	15,0	15,0	15,0
	Casi siempre	40	20,0	20,0	35,0
	Siempre	130	65,0	65,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 4

¿La empresa de transportes Línea S.A. cuenta con las medidas de prevención y seguridad frente al COVID -19, para sus pasajeros?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 6 y Figura 4, el 65.00% del total de encuestados percibe que en la empresa siempre existen medidas de seguridad frente a la Covid-19, mientras que el 20% refiere que casi siempre existen tales medidas y el 15% que nunca se emplean tales medidas. De esta manera se puede afirmar que la empresa cuenta con medidas de seguridad y prevención frente a la COVID-19.

Tabla 7

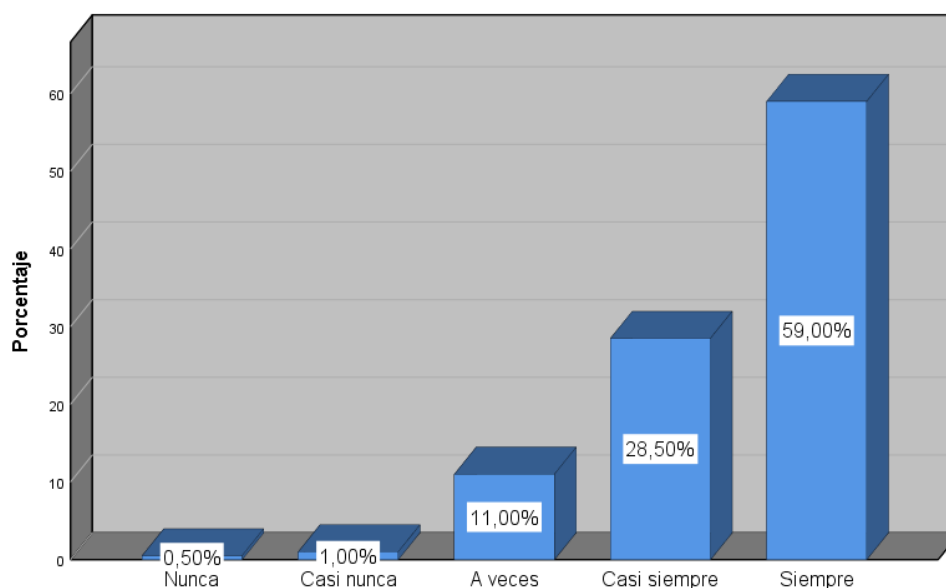
¿Los horarios de embarque se respetan en la empresa transportes Línea S.A.?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	,5	,5	,5
Casi nunca	2	1,0	1,0	1,5
A veces	22	11,0	11,0	12,5
Casi siempre	57	28,5	28,5	41,0
Siempre	118	59,0	59,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 5

¿Los horarios de embarque se respetan en la empresa transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 7 y Figura 5, el 59.00% del total de encuestados percibe que la empresa en estudio siempre respeta el horario de embarque de los pasajeros, mientras que el 28.50% considera que no siempre se respeta, el 11% que solo a veces se respeta, el 1% que casi nunca y solo el 0.50% que nunca se respeta. De esta manera se puede afirmar que la empresa sí respeta sus horarios de embarque.

Tabla 8

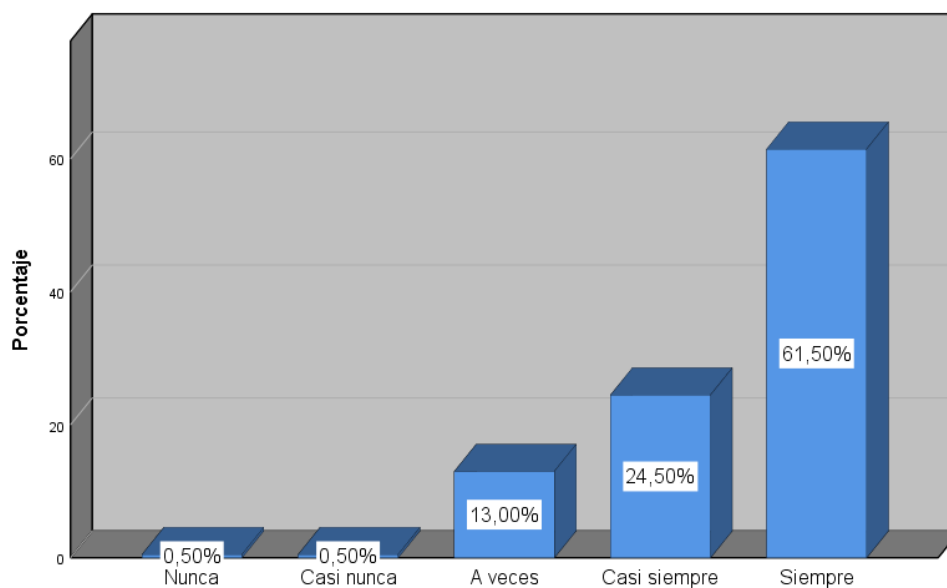
¿Los conductores de la Empresa de Transporte Línea S.A. muestran seriedad y responsabilidad en su trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	1	,5	,5	1,0
	A veces	26	13,0	13,0	14,0
	Casi siempre	49	24,5	24,5	38,5
	Siempre	123	61,5	61,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 6

¿Los conductores de la Empresa de Transporte Línea S.A. muestran seriedad y responsabilidad en su trabajo?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 8 y Figura 6, el 61.5% del total de encuestados percibe que los conductores muestran seriedad y responsabilidad durante el trabajo, mientras que el 24.5% considera que no siempre, el 13% que solo a veces, el 0.5% que casi nunca y el 0.50% que nunca. De esta manera se puede afirmar que los conductores demuestran seriedad y respeto.

Tabla 9

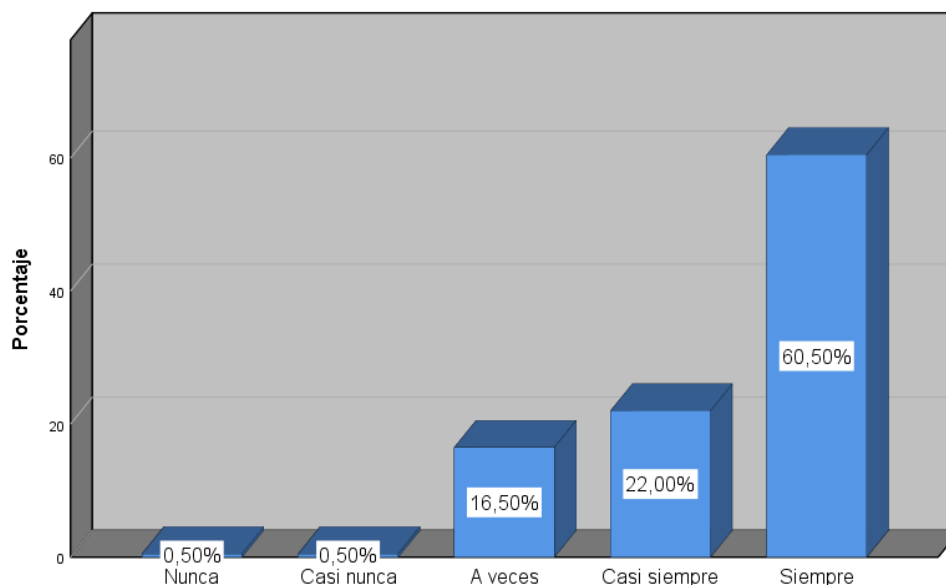
¿Usted considera que se cumple las reglas de las rampas de desembarque en la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	1	,5	,5	1,0
	A veces	33	16,5	16,5	17,5
	Casi siempre	44	22,0	22,0	39,5
	Siempre	121	60,5	60,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 7

¿Usted considera que se cumple las reglas de las rampas de desembarque en la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 9 y Figura 7, el 60.5% del total de encuestados percibe que la empresa siempre cumple con las reglas de la rampa de desembarque, mientras que el 22.0% considera que no siempre se cumple, el 16.5% que solo a veces se respeta, el 0.5% que casi nunca y el 0.50% que nunca se respeta. De esta manera se puede afirmar que la empresa tiene un gran entendimiento y respeto por las reglas de la rampa de desembarque.

Tabla 10

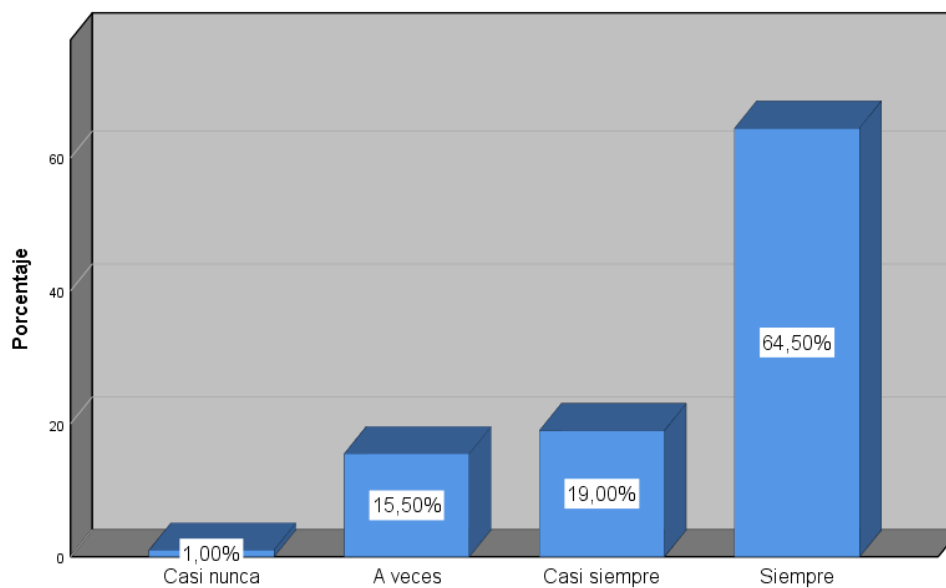
¿Usted considera adecuado el parqueo de desembarque de la Empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,0
	A veces	31	15,5	15,5	16,5
	Casi siempre	38	19,0	19,0	35,5
	Siempre	129	64,5	64,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 8

¿Usted considera adecuado el parqueo de desembarque de la Empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 10 y Figura 8, el 64.5% del total de encuestados percibe que el parqueo de desembarque de la empresa siempre es adecuado, mientras que el 19.0% que no siempre, el 15.5% que solo a veces es el adecuado y el 1% que casi nunca es el adecuado. De esta manera se puede afirmar que la empresa realiza un adecuado parqueo.

Tabla 11

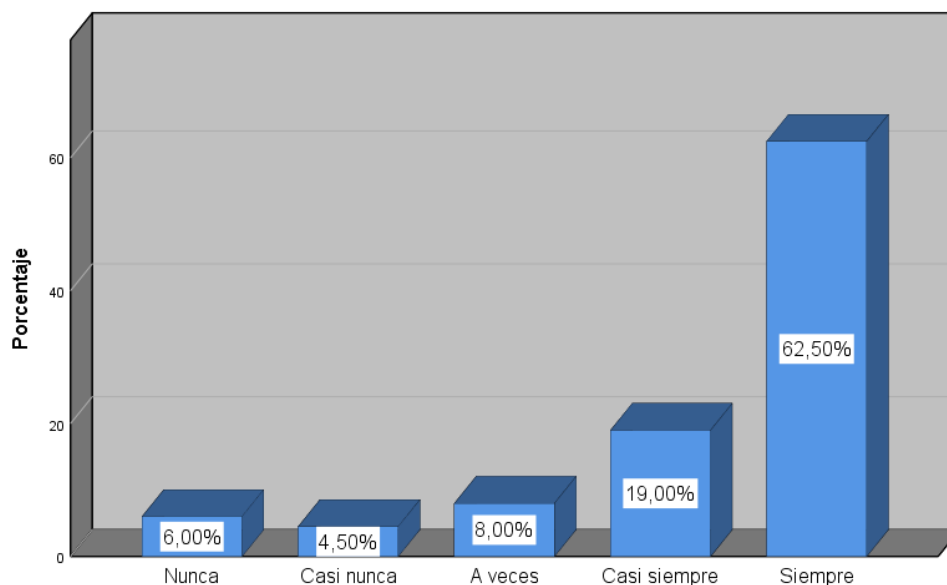
¿Usted considera apropiado hacer un control de pasajeros en ruta en el bus de la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	9	4,5	4,5	10,5
	A veces	16	8,0	8,0	18,5
	Casi siempre	38	19,0	19,0	37,5
	Siempre	125	62,5	62,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 9

¿Usted considera apropiado hacer un control de pasajeros en ruta en el bus de la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 11 y Figura 9, el 62.5% del total de encuestados percibe que siempre es adecuado realizar un control de pasajeros en ruta, mientras que el 19.0% que no siempre es necesario, el 8% que solo a veces es adecuado, el 4.5% que casi nunca y el 6% que nunca. De esta manera se puede afirmar que los encuestados consideran apropiado realizar el control de los pasajeros en ruta.

Tabla 12

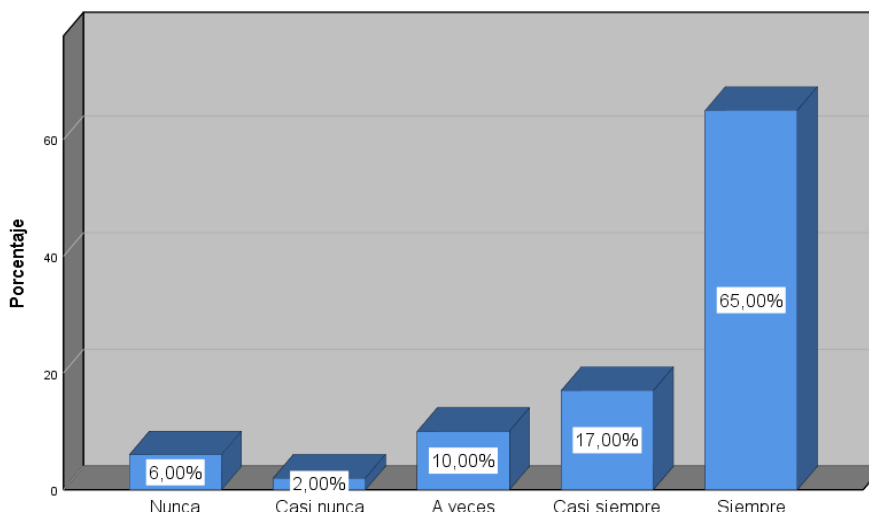
¿La información que ofrece la Empresa transportes Línea S.A. ante un desperfecto mecánico u/o factor climatológico en ruta cuando viaja es oportuno y convincente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	12	6,0	6,0	6,0
	Casi nunca	4	2,0	2,0	8,0
	A veces	20	10,0	10,0	18,0
	Casi siempre	34	17,0	17,0	35,0
	Siempre	130	65,0	65,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 10

¿La información que ofrece la Empresa transportes Línea S.A. ante un desperfecto mecánico u/o factor climatológico en ruta cuando viaja es oportuno y convincente?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 12 y Figura 10, el 65% del total de encuestados percibe que la empresa ante cualquier desperfecto mecánico o factor climatológico, procede a informar de manera oportuna y convincente, mientras que el 17.0% considera que no lo hace, el 10% que solo a veces se cumple, el 2.0% que casi nunca y el 6% que nunca se respeta. De esta manera se puede afirmar que en general, la empresa cumple con informar cualquier falla o defecto.

Tabla 13

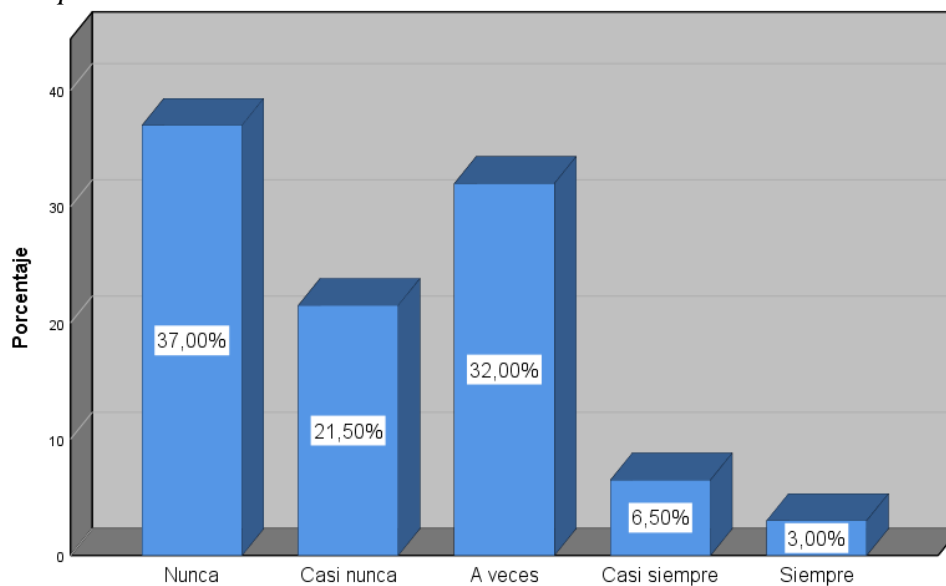
¿Se presenta reclamos/incomodidades por parte de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	74	37,0	37,0	37,0
	Casi nunca	43	21,5	21,5	58,5
	A veces	64	32,0	32,0	90,5
	Casi siempre	13	6,5	6,5	97,0
	Siempre	6	3,0	3,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 11

¿Se presenta reclamos/incomodidades por parte de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 13 y Figura 11, el 37% del total de encuestados percibe que la empresa nunca recibe reclamos e incomodidades, mientras que el 21.5% considera que casi nunca, el 32% que solo a veces, el 6.5% que casi siempre y el otro 3% que siempre se recibe reclamos. De esta manera se puede afirmar que en general, la empresa no recibe muchos reclamos por parte de sus pasajeros.

Tabla 14

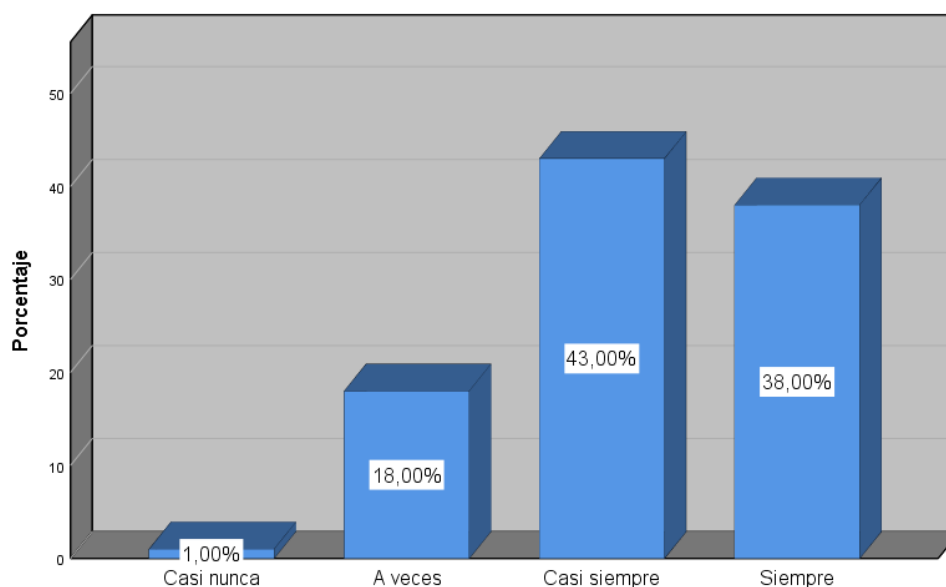
¿Se sigue el procedimiento de los protocolos de seguridad la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,0
	A veces	36	18,0	18,0	19,0
	Casi siempre	86	43,0	43,0	62,0
	Siempre	76	38,0	38,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 12

¿Se sigue el procedimiento de los protocolos de seguridad la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 14 y Figura 12, el 38% del total de encuestados percibe que la empresa siempre sigue los procedimientos establecidos en los protocolos de seguridad de la empresa, mientras que el 43% que no siempre se siguen dichos procedimientos, el 18% que solo a veces y solo el 1% considera que casi nunca se cumple. De esta manera se puede afirmar que en general, no siempre se cumplen con los procedimientos que se establece en los protocolos, algunas veces por desconocimiento y otras por tiempo.

Tabla 15

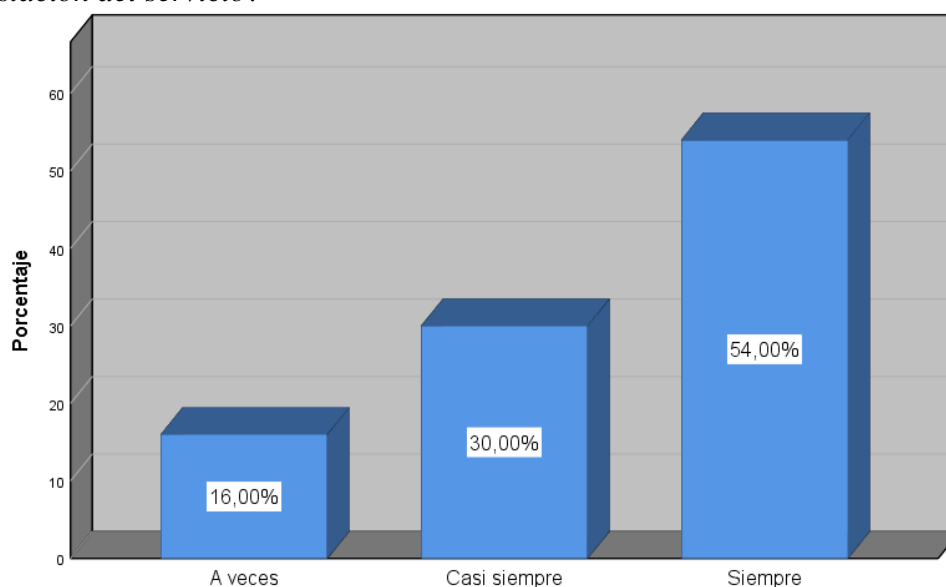
¿El espacio tangible (unidades de transporte, mobiliario, etc.) cuentan con el mantenimiento respectivo de la empresa de transportes Línea S.A. durante la prestación del servicio?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	32	16,0	16,0	16,0
	Casi siempre	60	30,0	30,0	46,0
	Siempre	108	54,0	54,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 13

¿El espacio tangible (unidades de transporte, mobiliario, etc.) cuentan con el mantenimiento respectivo de la empresa de transportes Línea S.A. durante la prestación del servicio?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 15 y Figura 13, el 54% del total de encuestados percibe que la empresa siempre realiza mantenimientos a sus bienes tangibles, como las unidades de transportes, muebles, espacios, etc., mientras que el 30% que no siempre se siguen dichos procedimientos y solo el 16% considera que solo a veces se realiza. De esta manera se puede afirmar que en general, es muy frecuente que la empresa realice actividades de mantenimientos de los bienes materiales con los que dispone.

Tabla 16

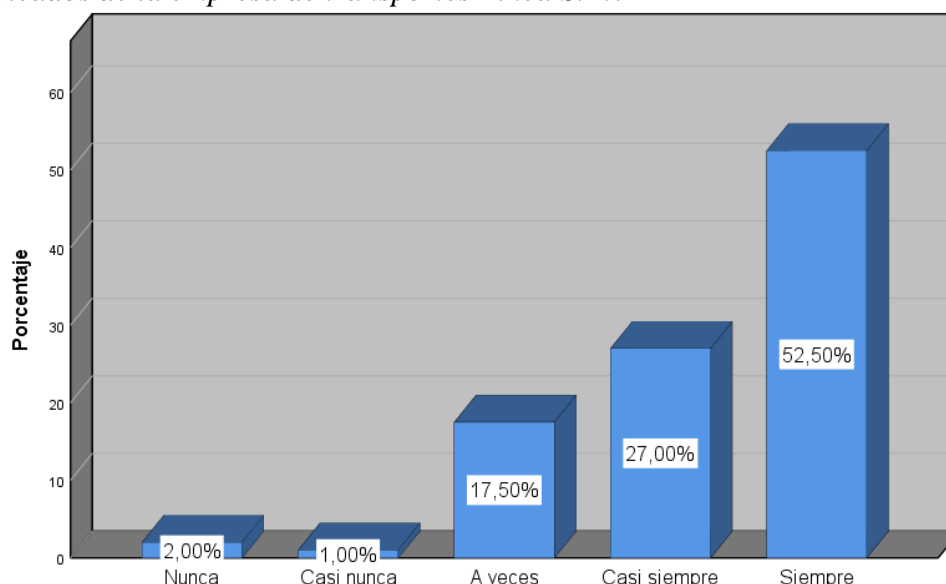
¿Los pasajeros muestran satisfacción con respecto al servicio que le ofrecen los empleados de la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	2,0	2,0	2,0
	Casi nunca	2	1,0	1,0	3,0
	A veces	35	17,5	17,5	20,5
	Casi siempre	54	27,0	27,0	47,5
	Siempre	105	52,5	52,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 14

¿Los pasajeros muestran satisfacción con respecto al servicio que le ofrecen los empleados de la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 16 y Figura 14, el 52.5% del total de encuestados percibe que los clientes de la empresa demuestran satisfacción respecto a los servicios brindados por los trabajadores, mientras que el 27% considera que no siempre los clientes quedan satisfechos, el 17.5% que solo a veces quedan satisfechos, el 1% que casi nunca y solo el 2% que nunca quedan satisfechos. De esta manera se puede afirmar que en general, los clientes demuestran satisfacción por los servicios que la empresa brinda.

Tabla 17

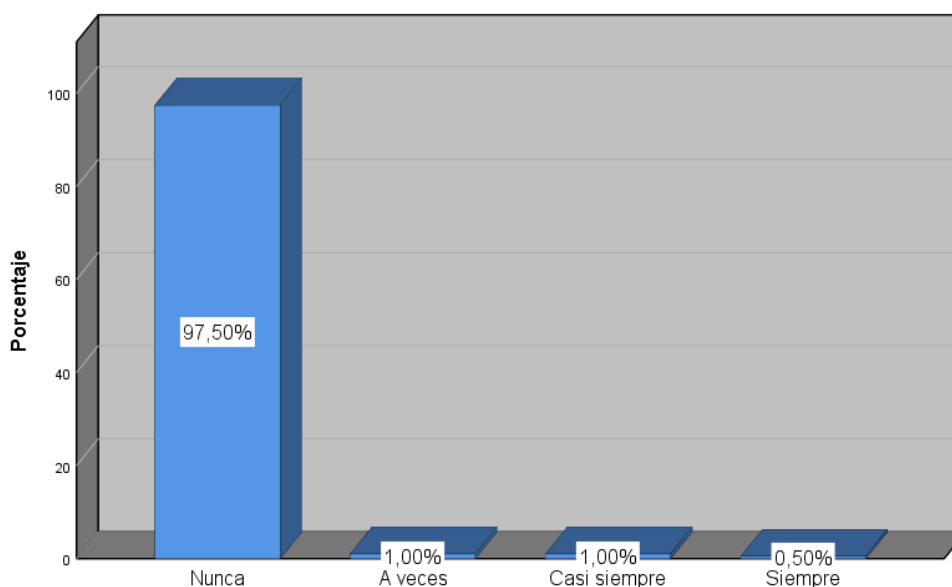
¿Se cobra un precio adicional a los pasajeros con respecto al servicio brindado en la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	195	97,5	97,5	97,5
	A veces	2	1,0	1,0	98,5
	Casi siempre	2	1,0	1,0	99,5
	Siempre	1	,5	,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 15

¿Se cobra un precio adicional a los pasajeros con respecto al servicio brindado en la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 17 y Figura 15, el 97.5% del total de encuestados percibe que nunca se cobran precios adicionales por los servicios que la empresa brinda, mientras que el 1% considera que solo a veces se cobran, el 1% que casi siempre y solo el 0.5% que siempre se cobran. De esta manera se puede afirmar por gran mayoría, que en la empresa no se cobran precios adicionales por los servicios de la empresa.

Tabla 18

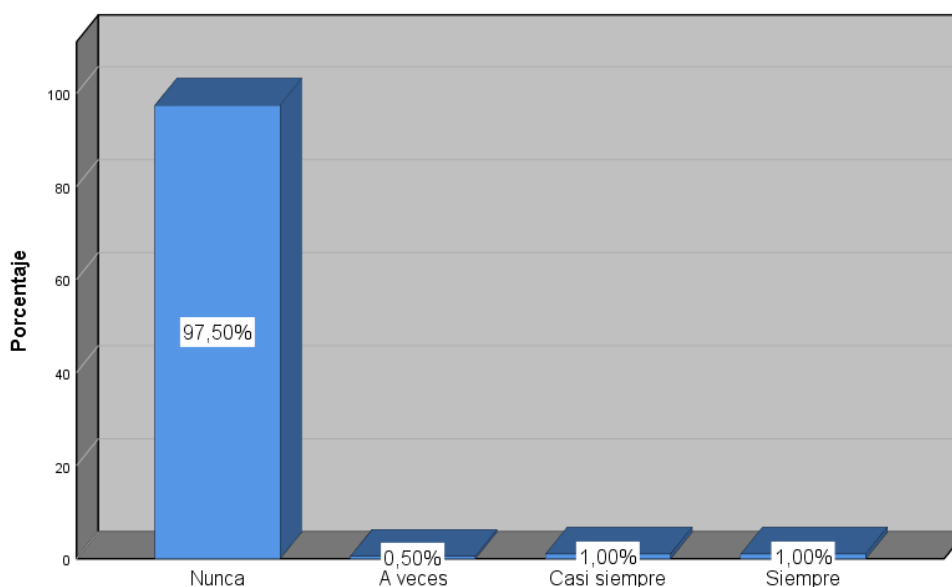
¿Se realiza un cobro por alguna norma incumplida al momento de traslado de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A. en época de mayor demanda?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	195	97,5	97,5	97,5
	A veces	1	,5	,5	98,0
	Casi siempre	2	1,0	1,0	99,0
	Siempre	2	1,0	1,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 16

¿Se realiza un cobro por alguna norma incumplida al momento de traslado de los pasajeros en la empresa de transportes Línea S.A. en época de mayor demanda?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 18 y Figura 16, el 97.5% del total de encuestados percibe que nunca se cobran precios por el incumplimiento de alguna norma al momento del traslado, mientras que el 0.50% que solo a veces se cobran, el 1% que casi siempre y el 1% que siempre se cobran. De esta manera se puede afirmar por gran mayoría, que en la empresa no se cobran precios adicionales por el incumplimiento de las normas durante su traslado.

Tabla 19

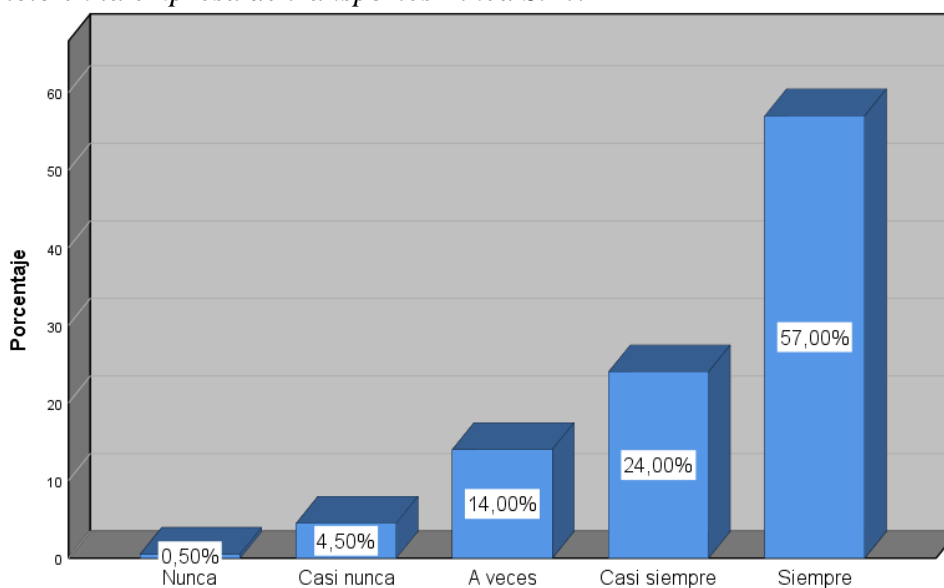
¿Reciben capacitaciones y preparación los colaboradores para realizar un buen servicio en la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,5	,5	,5
	Casi nunca	9	4,5	4,5	5,0
	A veces	28	14,0	14,0	19,0
	Casi siempre	48	24,0	24,0	43,0
	Siempre	114	57,0	57,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 17

¿Reciben capacitaciones y preparación los colaboradores para realizar un buen servicio en la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 19 y Figura 17, el 57% del total de encuestados percibe que los colaboradores siempre reciben capacitaciones para brindar un buen servicio, mientras que el 24% considera que no siempre se dan capacitaciones, el 14% que solo a veces, el 4.5% que casi nunca y solo el 0.50% que nunca se dan capacitaciones. De esta manera se puede afirmar que en general, se reciben constantes capacitaciones que genera una mejoría durante la prestación del servicio.

Tabla 20

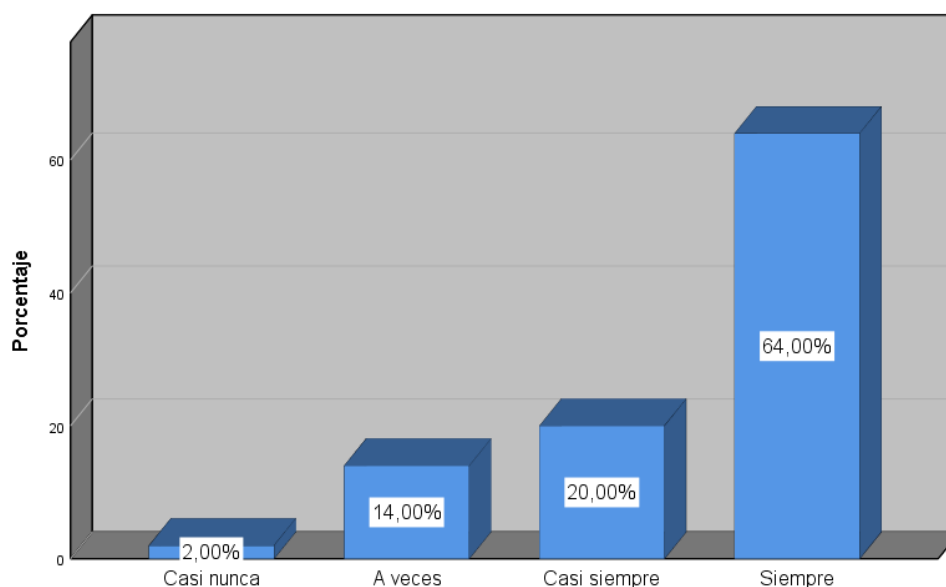
¿Se trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa de transportes Línea S.A.?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	4	2,0	2,0	2,0
	A veces	28	14,0	14,0	16,0
	Casi siempre	40	20,0	20,0	36,0
	Siempre	128	64,0	64,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 18

¿Se trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa de transportes Línea S.A.?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 20 y Figura 18, el 64% del total de encuestados percibe que se trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa, mientras que el 20% considera que no siempre, el 14% que solo a veces y solo el 2% que casi nunca. De esta manera se puede afirmar que en general, la empresa trata con amabilidad a las personas que tienen contacto con la empresa.

Tabla 21

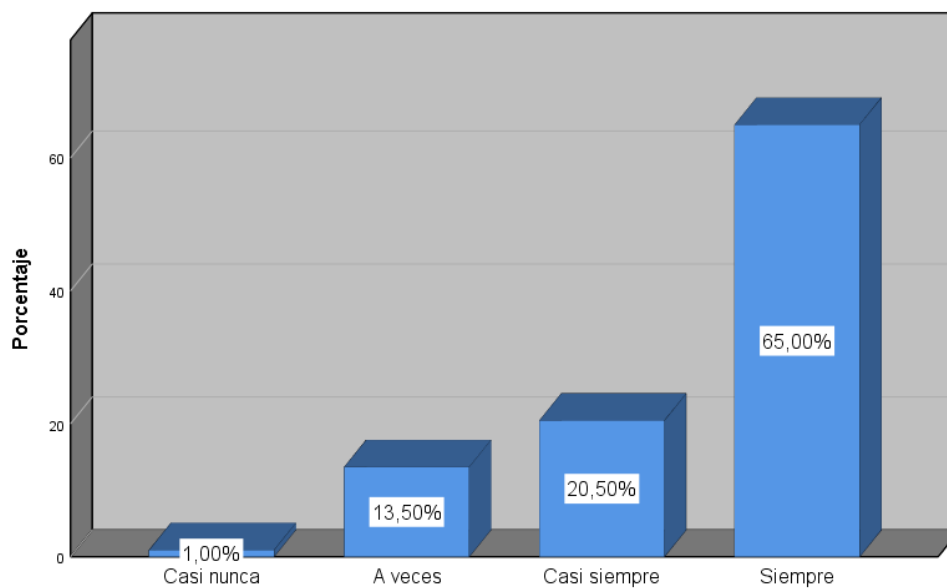
¿Se practica la honestidad al momento de brindar los servicios de la empresa de transportes Línea SA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	1,0	1,0	1,0
	A veces	27	13,5	13,5	14,5
	Casi siempre	41	20,5	20,5	35,0
	Siempre	130	65,0	65,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 19

¿Se practica la honestidad al momento de brindar los servicios de la empresa de transportes Línea SA?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 21 Figura 19, el 65% del total de encuestados percibe que al momento de brindar sus servicios los colaboradores demuestran honestidad, mientras que el 20.5% considera que esto no siempre sucede, el 13.5% que solo a veces y solo el 1% que casi nunca. De esta manera se puede afirmar que en general, los colaboradores de la empresa demuestran honestidad durante el trabajo.

Tabla 22

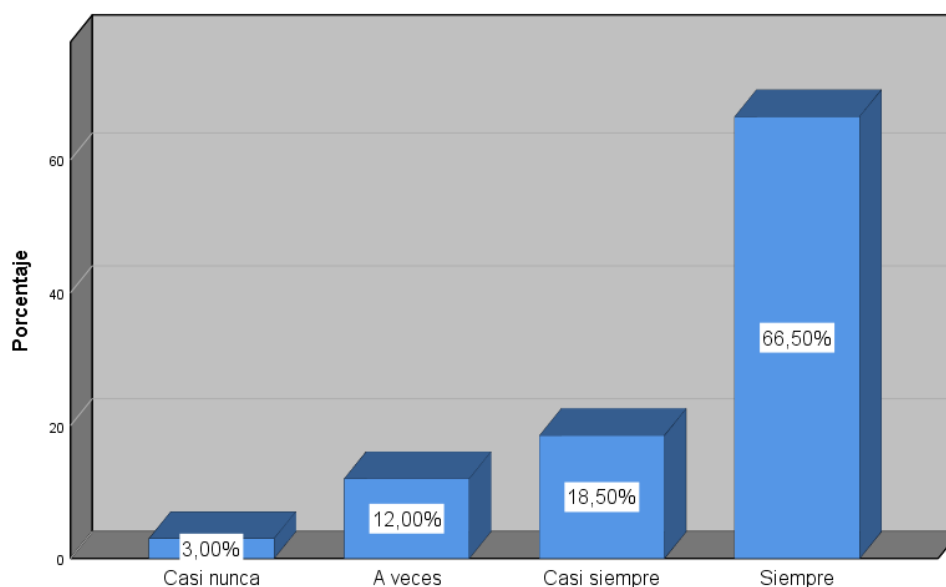
¿Tienen la capacidad de resolver cualquier inconveniente/problema que ocurra en el transcurso de su trabajo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	6	3,0	3,0	3,0
	A veces	24	12,0	12,0	15,0
	Casi siempre	37	18,5	18,5	33,5
	Siempre	133	66,5	66,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Nota. Elaboración propia

Figura 20

¿Tienen la capacidad de resolver cualquier inconveniente/problema que ocurra en el transcurso de su trabajo?



Nota. Elaboración propia

Interpretación:

Como se presenta en la Tabla 22 y Figura 20, el 66.5% del total de encuestados mencionan que siempre sienten que el personal cuenta con la capacidad suficiente para afrontar cualquier problema o inconveniente durante el trabajo, mientras que el 18,5% considera que esto no siempre es así, el 12% que solo a veces y solo el 3% que casi nunca. De esta manera se puede afirmar que en general, los colaboradores tienen la suficiente capacidad para solucionar cualquier inconveniente durante el trabajo.

4.2. Presentación de resultados por variables y dimensiones.

4.1.1. Resultados de la variable gestión de operaciones

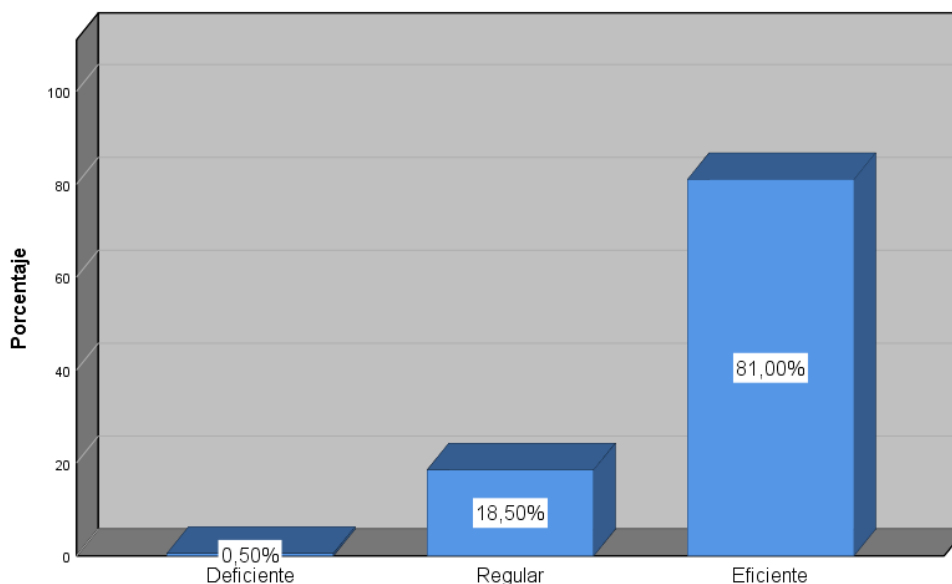
Tabla 23

Nivel de gestión de operaciones

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	,5	,5	,5
	Regular	37	18,5	18,5	19,0
	Eficiente	162	81,0	81,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 21

Nivel de gestión de operaciones



Interpretación

En la Tabla 23 y Figura 21 se presenta el nivel de gestión de operación que se percibe en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 81% considera que la empresa cuenta con una gestión de operaciones eficiente, mientras que el 18.50% que es regular y solo el 0.50% que es deficiente. Por ello, es viable afirmar que la mayoría percibe una eficiente gestión de las operaciones.

4.1.1.1. Resultados por dimensiones

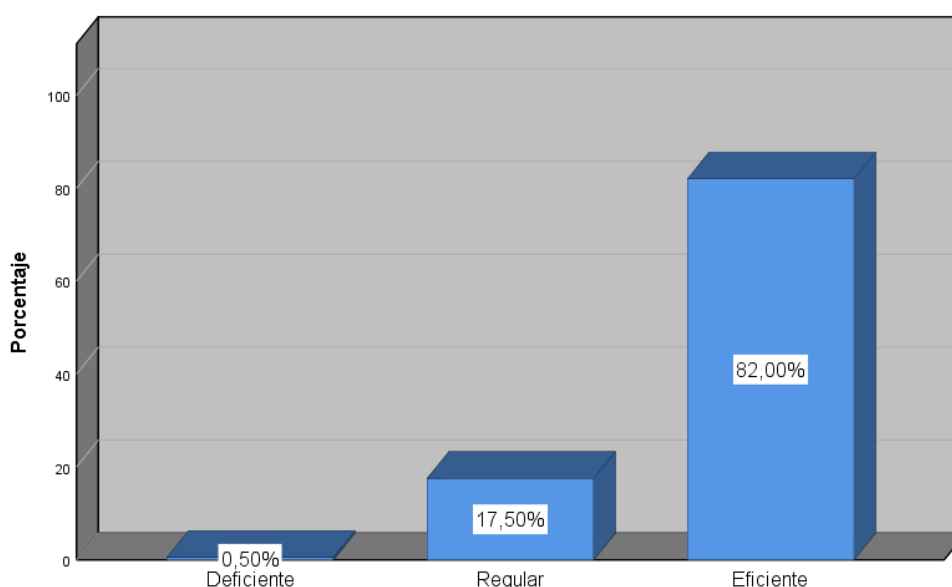
Tabla 24

Nivel del proceso de embarque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	,5	,5	,5
	Regular	35	17,5	17,5	18,0
	Eficiente	164	82,0	82,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 22

Nivel del proceso de embarque



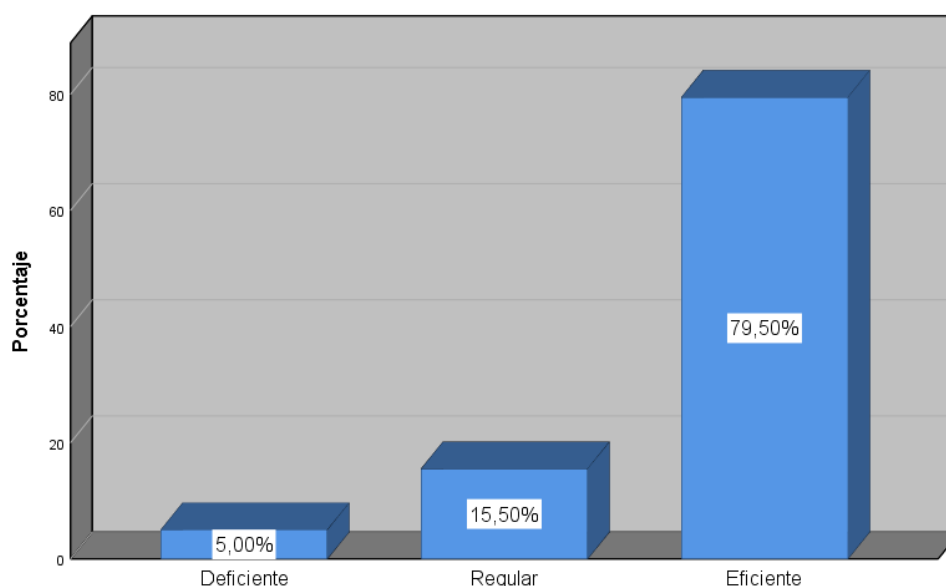
Interpretación

En la Tabla 24 y Figura 22 se presentan el nivel respecto al proceso de embarque que se percibe en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 82% considera que la empresa cuenta con un proceso de embarque eficiente, mientras que el 17.50% que es regular y solo el 0.50% que es deficiente. Por ello, es viable afirmar que la mayoría percibe un proceso de embarque eficiente.

Tabla 25
Nivel del proceso de desembarque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	10	5,0	5,0	5,0
	Regular	31	15,5	15,5	20,5
	Eficiente	159	79,5	79,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 23
Nivel del proceso de desembarque



Interpretación

En la Tabla 25 y Figura 23 se presentan los niveles, respecto al proceso de desembarque, que se percibe en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 79.5% considera que la empresa cuenta con un proceso de desembarque eficiente, mientras que el 15.50% que es regular y solo el 5.00% que es deficiente. Por ello, es viable afirmar que la mayoría percibe un proceso de desembarque eficiente.

4.1.2. Resultados de la variable satisfacción de los pasajeros

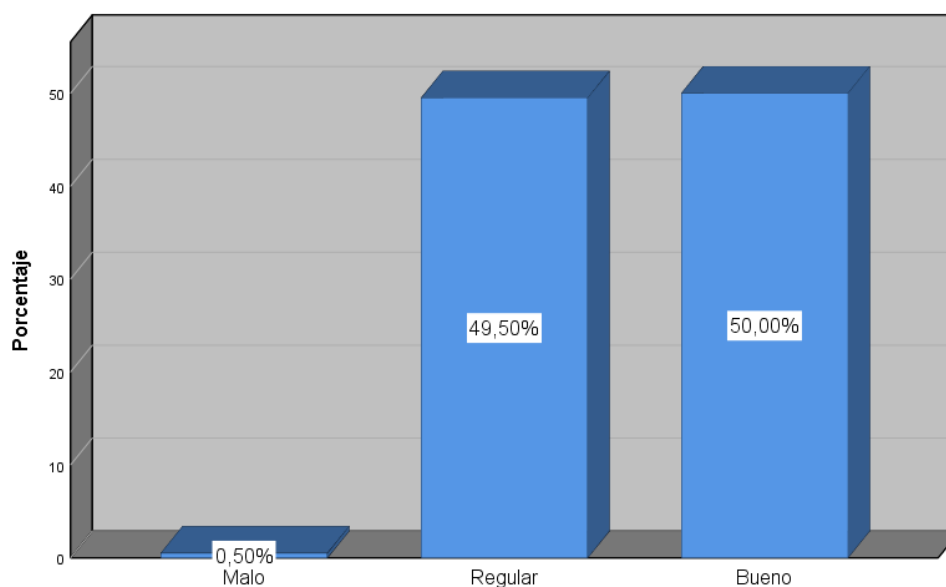
Tabla 26

Nivel de satisfacción de los pasajeros

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	1	,5	,5	,5
	Regular	99	49,5	49,5	50,0
	Bueno	100	50,0	50,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 24

Nivel de satisfacción de los pasajeros



Interpretación

En la Tabla 26 y Figura 24 se presentan los niveles de satisfacción de los pasajeros que se percibe en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 50% considera que la empresa cuenta con una buena satisfacción del pasajero, mientras que el 49.50% que es regular y solo el 0.50% que es deficiente. En tal sentido, se puede afirmar que existe un nivel bueno de satisfacción de los pasajeros.

4.1.2.1. Resultados por dimensiones

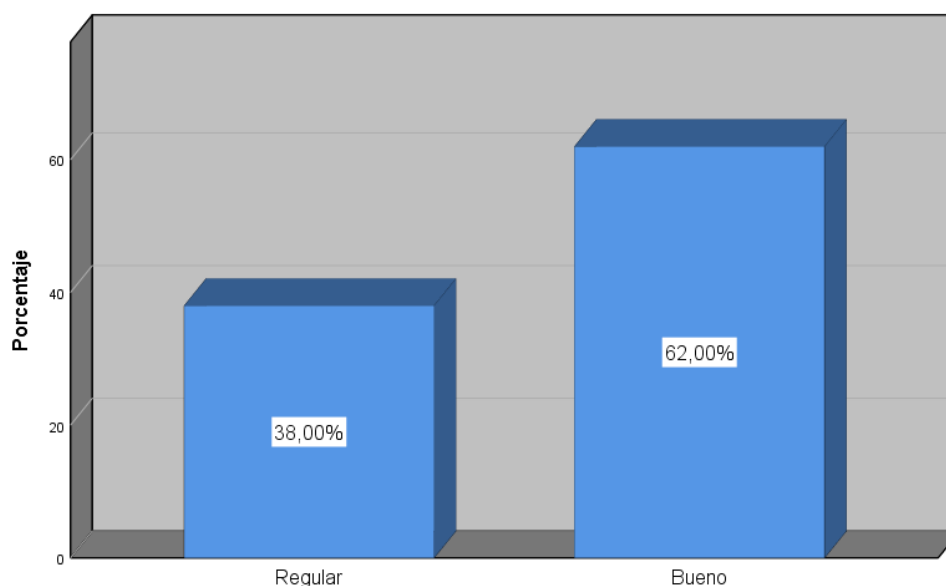
Tabla 27

Nivel en la dimensión servicio esperado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	76	38,0	38,0	38,0
	Bueno	124	62,0	62,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 25

Nivel en la dimensión servicio esperado

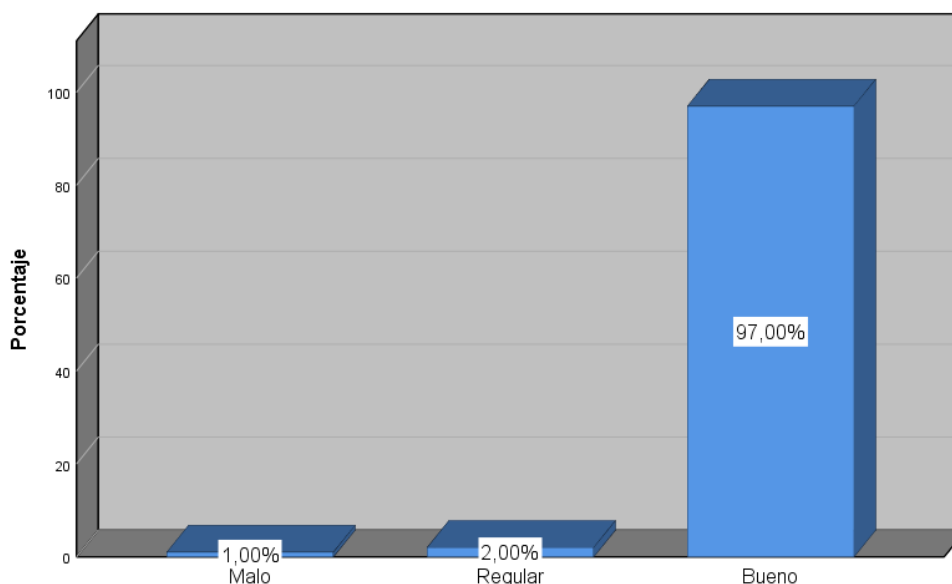


Interpretación

En la Tabla 27 y Figura 25 se presentan los niveles del servicio esperado por el pasajero que se perciben en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 62% considera que el nivel es bueno y el 38% que es regular. En tal sentido, se puede afirmar que existe un nivel bueno respecto al servicio esperado por el pasajero, esto en base a que no se reciben muchos reclamos, se siguen los protocolos y el espacio tangible de la empresa cuenta con el debido mantenimiento.

Tabla 28*Nivel en la dimensión precio*

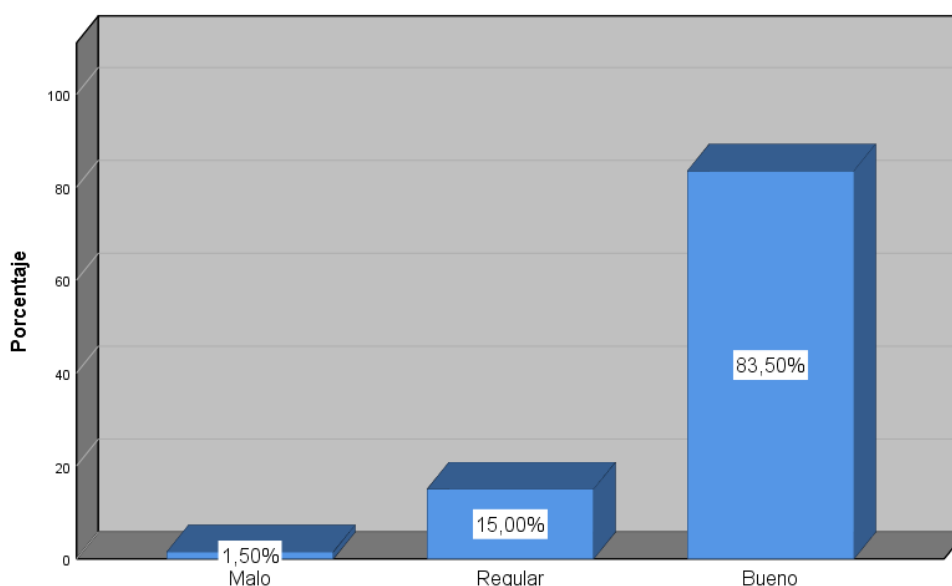
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	2	1,0	1,0	1,0
	Regular	4	2,0	2,0	3,0
	Bueno	194	97,0	97,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 26*Nivel en la dimensión precio***Interpretación**

En la Tabla 28 y Figura 26 se presentan los niveles de satisfacción del pasajero respecto al precio que ofrece la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 97% considera que la empresa cuenta con un nivel bueno, el 2% que el nivel es regular y el 1% que es malo. En tal sentido, se puede afirmar que existe un nivel bueno de satisfacción del pasajero respecto al precio, esto en base a que no se cobran montos adicionales durante la prestación de servicios.

Tabla 29*Nivel de seguridad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	1,5	1,5	1,5
	Regular	30	15,0	15,0	16,5
	Bueno	167	83,5	83,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Figura 27*Nivel de seguridad***Interpretación**

En la Tabla 29 y Figura 27 se presentan los niveles de seguridad que se percibe en la Empresa de Transportes Línea S.A. Se observa que el 83.50% considera que la empresa cuenta con un nivel bueno, el 15% que el nivel es regular y el 1.5% que es malo. En tal sentido, se puede afirmar que existe un nivel bueno de seguridad, esto dado que los trabajadores reciben capacitaciones constantes y se trata con amabilidad a los clientes.

4.3. Contrastación de hipótesis.

Pruebas de normalidad

A continuación, se muestran los resultados del cálculo de normalidad tanto de las variables como las dimensiones que intervienen en la contrastación de hipótesis. Para el presente caso se tomó en consideración solo los resultados que presenta la prueba de Kolmogorov Smirnov, ya que se recomienda el uso de dicha prueba cuando la cantidad de la muestra es mayor a 50. Para ello, se requiere contrastar las siguientes hipótesis:

H₀: Los datos se ajustan a una distribución normal.

H₁: Los datos no se ajustan a una distribución normal.

Además, se utilizó la siguiente regla de decisión:

- Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis nula (H_0)
- Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la H_1

Tabla 30

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de operaciones	,206	200	,000	,796	200	,000
Embarque	,219	200	,000	,823	200	,000
Desembarque	,280	200	,000	,734	200	,000
Satisfacción	,193	200	,000	,895	200	,000

Interpretación

En la Tabla 30 se observa que en todos los casos el valor de significancia es menor a 0.05, por tal motivo se rechaza la hipótesis nula y acepta la alterna, en otras palabras, tanto los datos de las variables como las dimensiones no siguen una distribución normal. De esta manera se decide utilizar estadísticos no paramétricos en posteriores pruebas.

Contrastación de la hipótesis general

Para lograr el objetivo general y contrastar la hipótesis general se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman. Es así como se plantea las siguientes hipótesis:

H₀: La gestión de operaciones no tiene una relación positiva y significativa con la Satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua - 2021.

H₁: La gestión de operaciones tiene una relación positiva y significativa con la Satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua - 2021.

De igual manera, se utilizó la siguiente regla de decisión:

- Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis nula (H_0)
- Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la H_1

Tabla 31

Relación de la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros

		Gestión de operaciones	Satisfacción
Rho de Spearman	Gestión de operaciones	1,000	,590**
	Coeficiente de correlación		
		Sig. (bilateral)	,000
		N	200
	Satisfacción	,590**	1,000
		Coeficiente de correlación	
		Sig. (bilateral)	,000
		N	200

En la Tabla 31 se presenta un valor de significancia (p) igual a 0.000, que según la regla de decisión y al ser menor que 0.05, sugiere que se acepte la hipótesis alterna, rechazando de esta manera la hipótesis nula. Además, se observa un coeficiente de correlación de 0.590, lo cual sugiere un grado de relación moderado y positivo. Por ello, se puede afirmar que mientras mejor sea la gestión de operaciones, la satisfacción de los pasajeros se incrementará también.

Contrastación de la hipótesis específica 1

Para lograr el primer objetivo específico y contrastar la hipótesis específica 1 se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman. Es así que se plantean las siguientes hipótesis:

H₀: El proceso de embarque no tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

H₁: El proceso de embarque tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

De igual manera, se utilizó la siguiente regla de decisión:

- Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis nula (H_0)
- Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la H_1

Tabla 32

Relación del embarque y la satisfacción de los pasajeros

			Embarque	Satisfacción
Rho de Spearman	Embarque	Coefficiente de correlación	1,000	,586**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,586**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

En la Tabla 32 se presenta un valor de significancia (p) igual a 0.000, que según la regla de decisión y al ser menor que 0.05, sugiere que se acepte la hipótesis alterna, rechazando de esta manera la hipótesis nula. Además, se observa un coeficiente de correlación de 0.586, lo cual sugiere un grado de relación moderado y positivo. Por ello, se puede afirmar que mientras mejor sea el proceso de embarque, la satisfacción de los pasajeros se incrementará.

Contrastación de la hipótesis específica 2

Para lograr el segundo objetivo específico y contrastar la hipótesis específica 2 se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman. Es así que se plantea las siguientes hipótesis:

H₀: El proceso de desembarque no tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

H₁: El proceso de desembarque tiene relación positiva y significativa con la satisfacción de los pasajeros en la empresa transportes Línea S.A., Moquegua.

De igual manera, se utilizó la siguiente regla de decisión:

- Si el valor de $p > 0.05$, se acepta la Hipótesis nula (H_0)
- Si el valor de $p < 0.05$, se rechaza la Hipótesis nula (H_0) y se acepta la H_1

Tabla 33

Relación del desembarque y la satisfacción de los pasajeros

			Desembarque	Satisfacción
Rho de Spearman	Desembarque	Coefficiente de correlación	1,000	,582**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	200	200
Satisfacción	Satisfacción	Coefficiente de correlación	,582**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	200	200

En la Tabla 33 se presenta un valor de significancia (p) igual a 0.000, que según la regla de decisión y al ser menor que 0.05, sugiere que se acepte la hipótesis alterna, rechazando de esta manera la hipótesis nula. Además, la Tabla presenta un coeficiente de correlación de 0.582, lo cual sugiere un grado de relación moderado y positivo. Por ello, se puede afirmar que mientras mejor sea el proceso de desembarque, la satisfacción de los pasajeros se incrementará también.

4.4. Discusión de resultados.

Luego de la aplicación de los instrumentos y el posterior análisis mediante tablas y gráficos, la investigación llegó a demostrar lo siguiente:

Con respecto al objetivo general se llegó a demostrar la existencia de una relación positiva y significativa entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros de la empresa de transportes Línea S.A., Moquegua – 2021, ello como lo sugiere la prueba de correlación Rho de Spearman igual a 0.590 y un p valor de 0.000. En tal sentido, se obtuvo un resultado similar en la investigación presentada por Montero y Solano (2020), dado que determinó una relación positiva y muy fuerte entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los usuarios de la empresa, ello en base a la determinación del coeficiente de correlación Pearson de un valor igual a 0.913, el resultado fue calculado en base a las respuestas que se dieron en los cuestionarios aplicados a los usuarios de la empresa de transporte.

Del mismo modo en la investigación de Galicia y Rodríguez (2018), quien investigó la empresa de transportes Turismo Briceño S.A.C. que desempeña sus actividades en la ciudad de Trujillo. En dicho contexto, mediante la aplicación del coeficiente de correlación Rho de Spearman se logró calcular un coeficiente de 0.655, lo que sugiere que la relación es de sentido positivo y de grado moderado. En cuanto a la gestión de sus procesos los colaboradores reconocieron tener un alto grado de conocimiento respecto a sus funciones operativas. No obstante, el personal que percibía que las capacitaciones que la empresa brinda no son constantes, es alto, llegando a ser el 52%. Respecto a la satisfacción del cliente, tanto el tiempo de llegada a su destino como el estado de las unidades de transporte se encontraron bien valorados, no obstante, la comodidad y el buen trato del personal fueron los menos valorados.

Siguiendo la misma línea, en la investigación que desarrolló Gonzales y Pallarco (2020), estudio enfocado en una empresa de transportes, lograron demostrar su principal hipótesis mediante la aplicación del coeficiente Rho de Spearman, con el cual se obtuvo un valor de correlación de 0.777, ello permite confirmar la existencia de una correlación positiva y fuerte entre las variables de investigación.

Con respecto al primer objetivo específico se probó que el embarque y la satisfacción de los pasajeros de la empresa en estudio, tienen una relación significativa que además se considera positiva y moderada, ello en base al coeficiente de correlación Rho de Spearman igual a 0.586, del mismo modo, el nivel de la significancia bilateral obtuvo un valor de 0.000, es decir, el resultado tiene un alto grado de significancia. El resultado es parecido al obtenido por Ángeles y Chaname (2019), quien tomó como unidad de estudio al sector de transporte aéreo de Lima, el estadístico usado fue Rho de Spearman, de esta manera concluyó que existe una relación fuerte y positiva entre las dimensiones de la variable gestión operativa y la satisfacción de los usuarios. Del mismo modo, en la investigación presentada por Galicia y Rodríguez (2018) quien en su investigación estudió la situación de la empresa de transportes Briceño S.A.C., el estudio logró comprobar que durante el 2017 la cantidad de servicios que la empresa brindó sufrieron un declive, esto producto de no realizar un adecuado seguimiento de los clientes luego de brindado el servicio. Además, se evidenció serias deficiencias en cuanto a su gestión de procesos. La investigación se desarrolló mediante la aplicación de cuestionarios como instrumentos y mediante procesos estadísticos. Se pudo concluir que mientras mejor sea la gestión de sus operaciones mejores serán los niveles de satisfacción del cliente, en tal sentido, ello sugiere la existencia de una relación positiva o también denominada directa.

Siguiendo la misma idea, para Valdez (2017) una buena calidad de servicio en la empresa es de gran importancia, dado que son los clientes quienes exigen y esperan una mejor atención. En la actualidad son muchas las empresas que enfocan sus esfuerzos en generar una mayor calidad de servicio, ya sea mejorando sus procesos durante la prestación de servicios o en la calidad del servicio que se ofrece.

Del mismo modo en el estudio realizado por Castillo y Yovera (2019) se precisó aplicar un sistema para mejorar el proceso de embarque de los pasajeros, es por ello que luego de aplicar el sistema, el proceso de embarque mejoró en gran medida, mejorando los tiempos de embarque, redujo los costos de embarque, y se optimizó la gestión de información de los vuelos. Lo anterior permitió que los clientes quedaran más satisfechos en cuanto a los servicios que la empresa brindaba.

Con respecto al segundo objetivo específico 2, el cual buscaba determinar la relación entre el proceso de desembarque y la satisfacción de los pasajeros. La investigación demostró la existencia de una relación directa y significativa, ello en base al resultado de aplicar el coeficiente de correlación Rho de Spearman, el valor del estadístico fue de 0.582 y una significancia de 0.000, en tal sentido, en la investigación de Villegas y Gonzales (2018), quien propuso el mejoramiento de la gestión de operaciones de la empresa Balpisa Ecuador, logró concluir que, la aplicación de la propuesta facilitará el logro de los objetivos empresariales, pues sus trabajadores estarán mejor capacitados, lo que permitirá una mejor atención lo que a su vez generará una mayor satisfacción del cliente. De igual manera, en la investigación desarrollada por Falconi y Soncco (2019) se logró concluir que mientras mejor sea la calidad del servicio brindado, la satisfacción de los clientes también mejorará, en tal sentido, mientras mejor capacitado se encuentre el personal respecto a la gestión operativa de la empresa, la satisfacción de los clientes mejorará de manera proporcional.

En la investigación de Vidal (2020) quien estudió las condiciones de las áreas de embarque y desembarque en una empresa de transportes y la manera en que afecta la satisfacción del cliente. Los resultados del estudio demuestran la existencia de un alto nivel de desorden en la empresa, en especial en las áreas de embarque y desembarque, lo que genera el descontento de los clientes.

De igual manera en la investigación de Montiel (2017) se resalta la gran importancia de tener áreas para el embarque y desembarque que cumplan con todas las normativas relacionadas, ello para generar un mayor orden y en consecuencia un cliente más satisfecho. La mejora de las áreas de embarque y desembarque también permitirá la reducción de los tiempos, ya que al tener áreas debidamente acondicionadas y señalizadas los clientes sabrán donde ubicarse para el embarque y que no perjudiquen el proceso de desembarque.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Primera:

Existe una relación positiva y de grado moderado entre la gestión de operaciones y la satisfacción de los pasajeros, por lo que, si la gestión de operaciones de la empresa mejora, la satisfacción de los clientes también mejorará en un grado moderado.

Segunda:

Existe una relación positiva y de grado moderado entre el embarque y la satisfacción de los pasajeros, por lo que, si el proceso de embarque de la empresa mejora, la satisfacción de los clientes también mejorará en un grado moderado.

Tercera:

Existe una relación positiva y de grado moderado entre el desembarque y la satisfacción de los pasajeros, por lo que, si el proceso de desembarque de la empresa mejora, la satisfacción de los clientes también mejorará en un grado moderado.

5.2. Recomendaciones

Primera:

Se recomienda realizar constantes seguimientos a las operaciones que realiza la empresa, de esta manera se logrará reducir los tiempos y demostrar mayor eficiencia al momento de brindar el servicio, a su vez, esto permitirá mejorar la satisfacción del cliente.

Segunda:

Se sugiere a la alta gerencia, organizar capacitaciones y reuniones de manera frecuente, con el fin de exponer de manera clara y detallada los procedimientos que se deben seguir al momento del embarque, de esta manera, dicha operación se realizará con mayor orden, seguridad y eficiencia, lo que generará una mayor satisfacción de los usuarios.

Tercera:

Se recomienda prestar mayor atención al personal encargado de la gestión de operaciones de la empresa, es decir, a los encargados del embarque y desembarque, puesto que dicho personal es el encargado de garantizar la seguridad y la capacitación para evitar la desorientación del usuario. De esta manera, el cliente quedará más satisfecho con los servicios de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- Angeles, C., & Chaname, C. (2019). La gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector del transporte aéreo en Lima - Perú 2018. Universidad privada del norte. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/21132/Angeles%20Rivas%2c%20Carmen%20-%20Chanam%2c%20Claudia.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Arrestegui, J. (2020). Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una empresa de transporte terrestre interprovincial de pasajeros del distrito de La Victoria, 2020. Tesis de pregrado Universidad de San Martín de Porres. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7493/arrestegui_gjv.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Atucha, A. J., & Gualdoni, P. (2018). El funcionamiento de los mercados. Universidad Nacional de Mar del Plata. <http://nulan.mdp.edu.ar/2879/1/atucha-et-al-2018.pdf>
- Bruni, P. (2017). La satisfacción del cliente. Director QA/RA. <https://www.themamed.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Caba, N., Chamorro, O., & Fontalvo, T. (2019). Gestión de la Producción y Operaciones. Utec. https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf
- Caba, N., Chamorro, O., & Fontalvo, T. (2020). Gestión de la producción y operaciones. Utec. https://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/elibros_internet/55847.pdf
- Castel, G. (2020). La satisfacción laboral y sus determinantes en las cooperativas. Researchgate, 563-575.
- Castillo, R., & Yovera, J. (2019). Automatización del proceso de embarque de pasajeros para vuelos privados mediante el sistema Appcharter. [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. https://repositorio.urp.edu.pe/bitstream/handle/URP/2620/INF_CASTILLO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Chase, R., Jacobs, R., & Aquilano, N. (2016). Administración de operaciones de producción y cadena de sumistros. Mc GrawHill. https://www.u-cursos.cl/usuario/b8c892c6139f1d5b9af125a5c6dff4a6/mi_blog/r/Administracion_de_Operaciones_-_Completo.pdf
- Cosio, R., & Taipe, F. (2017). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las empresa de transporte de pasajero interprovincial de la Ciudad de Abancay, 2014. Tesis de grado de la universidad Nacional Micaela Bastidas de Apurímac. <http://repositorio.unamba.edu.pe/handle/UNAMBA/569>
- Cruz, I. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente. El buzón de Pacioli. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>
- Esan Business. (20 de octubre de 2020). La importancia de la gestión de operaciones en una organización. <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/la-importancia-de-la-gestion-de-operaciones-en-una-organizacion>
- Falconi, W., & Soncco, B. (2019). La calidad de servicio en las operaciones activas y su relación con la satisfacción del cliente de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Bitcoin Perú Ltda. en Huancané, Puno 2018. Universidad Tecnológica del Perú. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2306/Walter%20Falconi_Bianey%20Soncco_Tesis_Titulo%20Profesional_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Febres, R., & Mercado, M. (2020). Satisfacción del usuario y calidad de atención del servicio de medicina interna del Hospital Daniel Alcides Carrión. Huancayo - Perú. Revista de la Facultad de Medicina Humana, 20(3), 397- 403. doi:<http://dx.doi.org/10.25176/rfmh.v20i3.3123>
- Fernández, M. (2012). Temas dirección de Marketing. España: Universidad de Cádiz.<https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/14887/libro%20dir%20mk%20en%20espa%C3%B1ol.pdf>
- Galicia, E., & Rodriguez, L. E. (2018). Gestion de procesos operativos y su relacion en la satisfaccion del cliente de una empresa de transportes 2018. Universidad privada del Norte. Universidad Privada del Norte. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13757/Galicia%20Nazarario%20Edgar%20Eduardo%20->

%20Rodr%c3%adguez%20Bustamante%2c%20Luis%20Eduardo.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Gonzales, L. M., & Pallarco, R. N. (2020). Gestión de operaciones para la mejora de servicios al clientes en la empresa de transporte terrestre de Pasajeros Expreso Internacional Palomino SAC 2020. Escuela de ciencias empresariales. Universidad peruana de las americas. <http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/1204/GONZALES%20-%20PALLARCO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Heizer, J., & Render, B. (2009). Administración de operaciones. Pearson Educación. <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/47cb70cab6ec78aa65b34e6c70ce8822.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Mc Graw Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera, J. (2015). Gerencia del servicio: La clave para ganar todos. Ecoe Ediciones. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37606722/CULTURA_DE_SERVICIO_AL_CLIENTE-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633115690&Signature=apMvsRUTX4WDqj01wvaBNijpi2QIXU~OcMmdxFeo6l8WO8-3AobFt8E1UEqleQwKiIXjy0227nhRByfWArvZ9~XeyysugjLWpv-FWtmg7HhFKB786vwPE7dpBmxzb

Krajewski, L., Ritzman, L., & Malhotra, M. (2008). Administración de operaciones. Pearson Educación .

Luthans, F. (2008). Comportamiento Organizacional. Editorial McGraw-Hill 0.

Maldonado, J. (2015). Cultura de servicio al cliente. Gestopolis. com. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/37606722/CULTURA_DE_SERVICIO_AL_CLIENTE-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1633115690&Signature=apMvsRUTX4WDqj01wvaBNijpi2QIXU~OcMmdxFeo6l8WO8-3AobFt8E1UEqleQwKiIXjy0227nhRByfWArvZ9~XeyysugjLWpv-FWtmg7HhFKB786vwPE7dpBmxzb

- Manrique, S. (2021). Impacto del síndrome de Burnout sobre la satisfacción laboral de los colaboradores de una empresa productora y envasadora de gases de la ciudad de Arequipa-2020. Universidad Católica de San Pablo. https://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/20.500.12590/16515/1/MANRIQUE_GALDOS_SER_BUR.pdf
- Montejano, S., López, C., & Pérez, M. d. (2021). Administración de operaciones y su impacto en el desempeño de las empresas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 315-518. doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28065533010>
- Montero, C., & Solano, S. (2020). Gestión de operaciones y la satisfacción en los usuarios en una empresa de transportes de Lima Norte en el 2020. Universidad tecnológica del Perú. Universidad Tecnológica del Perú. https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/4170/Cesar%20Montero_Somer%20Solano_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montiel, I. (2017). Análisis de centros de embarque y desembarque de pasajeros provinciales y cantonales en la provincia de los ríos para diseñar una terminal de transporte terrestre municipal aplicando normas de diseño Bioclimáticos en el Cantón Montalvo. [Tesis de pregrado, Universidad Laica Vicente de Rocafuerte de Guayaquil]. <http://200.24.193.135/bitstream/44000/2030/1/T-ULVR-1831.pdf>
- Oblitas, A. (2019). Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre. *Revista Investigación y Negocios*, 12(20), 149-171. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2521-27372019000200012
- Paride, B. (2017). La satisfacción del cliente. *Thema*. <https://www.thema-med.com/wp-content/uploads/2017/10/LA-SATISFACCI%C3%93N-DEL-CLIENTE.pdf>
- Perez, J. C. (2016). Operaciones y gestión de empresas turísticas: teoría y práctica. Universidad de Almería.

- Sanchez, J. (2 de setiembre de 2019). Economipedia. Recuperado el 02 de octubre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Sanchez, J. M. (2015). Implantación de sistemas de gestión de la seguridad vial. Fundacion Confemetal. https://books.google.com.pe/books?id=pwoCrgEACAAJ&dq=iso+39001&hl=es&sa=X&redir_esc=y
- Schroeder, R., Goldstein, S., & Rungtusanatham, J. (2011). Administración de operaciones (Quinta edición ed.). Mc Graw Hill. https://intercovamex.com/wp-content/uploads/2019/06/Administracion_de_operaciones-1.pdf
- Soriano, J. (2017). Analisis de expectativa de calidad y su relación con la satisfacción del servicio de transporte comercial mixto pasajeros de Puerto Ayora. Universidad central del Ecuador. <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/11354/1/T-UCE-0018-CA006.pdf>
- Suárez, L., Lázara, S., & Martínez, J. (2018). Satisfacción de los usuarios con la atención en los consultorios médicos, Colón 2015-2016. Revista Médica Electrónica, 40(4), 1002 - 1010. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242018000400008
- Ucha, F. (octubre de 2008). Definición ABC. Recuperado el octubre de 2020, de <https://www.definicionabc.com/economia/servicio.php>
- Valdez, D. (2017). Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en las empresas de transporte de pasajeros: Una revisión de la literatura científica en los últimos 10 años. [Universidad Privada del Norte]. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15182/Valdez%20Quipuscoa%20Deysi%20Johana%20-%20parcial.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Vallejos, O. (2010). Satisfacción laboral. Editorial Universitaria de la costa. <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/1081/Satisfaccion%20Laboral.pdf?sequence=1&isAllowed>

- Vidal, B. (2020). Condiciones arquitectónicas funcionales para el servicio de embarque y desembarque de empresas de transporte hacia el ande liberteño, Trujillo 2020. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65182/Vidal_QBC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Villegas, K., & Gonzales, D. (2018). Propuesta de mejoramiento para la gestión de operaciones y logística en la empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil. Universidad de Guayaquil, Guayaquil. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28297/1/Propuesta%20Villegas%20%26%20Gonzalez%201.pdf>
- Zultner, Z. (2018). Evaluación de la percepción del desempeño y la satisfacción de los usuarios de servicios Municipales en la Ciudad de Arequipa. Caso: Municipalidad Distrital de José Luis Bustamante y Rivero. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa. <http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/6835/IIMqumozzj.pdf?sequence=1&isAllowed=y>