



UNIVERSIDAD ANDINA DEL CUSCO

FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



TESIS:

LA RENTA DE VEHÍCULOS M1 COMO ALTERNATIVA PARA LA REACTIVACIÓN DEL
TURISMO EN ÉPOCAS DE COVID19 CUSCO-2020

Presentado por:

Bach. Leissi Samanta Huaypamayta Osorio

Para optar el título de:

Licenciado en Turismo

Asesor:

Mg. Raúl Uscachi Santos.

CUSCO – PERÚ

2020



Presentación

Señora Decana de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco Mg. Herminia Callo Sánchez.

Señores miembros del jurado.

En cumplimiento al reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias y Humanidades de la Universidad Andina del Cusco, pongo a vuestra disposición la presente tesis intitulada. “LA RENTA DE VEHÍCULOS M1 COMO ALTERNATIVA PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN ÉPOCAS DE COVID19 CUSCO-2020”, para optar al título profesional de Licenciado en Turismo

El presente trabajo se enfoca en la búsqueda de alternativas a la oferta turística en su modalidad de transporte ya que ésta ha sido fuertemente afectada debido a las restricciones sociales provocadas por el covid-19. El interés por realizar el presente trabajo de investigación se debió a la caída brusca de la economía local y por ende de la empresa familiar que se dedica netamente al transporte turístico, es el deseo contribuir a la reactivación del transporte turístico a través de la reinención y apertura a nuevas posibilidades de servicio que respondan a la grave crisis provocada por la pandemia y las restricciones sociales.

Bach. Leissi Samanta Huaypamayta Osorio



Agradecimientos.

A la Universidad Andina del Cusco, mi casa de estudios por permitirme formarme como profesional licenciado en turismo.

A los docentes universitarios de la facultad de Ciencias y Humanidades de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Andina del Cusco, por toda la enseñanza brindada durante el transcurso de mi carrera.

A mi asesor Mg. Raúl Uscachi Santos, gracias por compartir todo su conocimiento y su profesionalidad durante el desarrollo de esta tesis.

Bach. Leissi Samanta Huaypamayta Osorio



Dedicatoria.

A mi madre Candelaria Osorio el pilar
más importante en mi vida, por todo su amor,
trabajo y dedicación.

A mi padre Jorge Huaypamayta mi
gran maestro de vida, por compartir conmigo
su conocimiento, paciencia y amor.

A mi hermana Josefina Huaypamayta
mi compañera de vida, por su apoyo
incondicional.

A mi sobrino Luciano mi motivación,
por ser mi anhelo de salir adelante y progresar
para ser ejemplo de cada uno de sus pasos.

Bach. Leissi Samanta Huaypamayta
Osorio



Resumen

En la actualidad los intentos por reactivar el turismo con seguridad se han dado de manera aislada pero el que más parece haber tenido éxito en la renta de vehículos menores es el estado de Australia Occidental que unió las ciudades de Perth, Broome y otras al permitir el transporte de pequeños grupos de turistas a los parques nacionales, playas y otros atractivos, esto ha hecho que las empresas de transporte puedan sobrellevar los efectos de la pandemia. En la ciudad del Cusco – Perú la situación no ha sido la misma ya que la restricción de movilidad de cualquier tipo de vehículos ha estado limitada solo para emergencias hasta el 20 de setiembre del 2020 provocando el estancamiento de la economía.

El objetivo fue analizar la renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del turismo en épocas de COVID19 en la ciudad del Cusco. Con respecto a la metodología la presente investigación tiene un alcance descriptivo, un diseño no experimental y las encuestas se realizaron a turistas que utilizaron el servicio de renta de vehículos al menos una vez, así como a los representantes legales de empresas operadoras de turismo. El estudio concluye que la renta de vehículos M1 contribuiría positivamente a la reactivación del turismo en la ciudad del Cusco ya que el 36.3% de la población considera que estos vehículos contribuyen muy positivamente a la reactivación del turismo, el 57.5% considera que contribuye positivamente y solo un 6.3% de la población encuestada que contribuiría de manera regular a la reactivación del turismo. Entonces estos vehículos son una alternativa positiva ya que se puede seguir los lineamientos de distanciamiento social y evitar el esparcimiento del virus al momento de hacer turismo.

Palabras clave: Renta de vehículos, vehículos M1, distanciamiento social, reactivación del turismo.



Abstract

At present, attempts to reactivate tourism safely have occurred in an isolated manner, but the one that seems to have been most successful in the rental of smaller vehicles is the state of Western Australia that united the cities of Perth, Broome and others by allowing the transporting small groups of tourists to national parks, beaches and other attractions, this has made transport companies able to cope with the effects of the pandemic. In the city of Cusco - Peru the situation has not been the same since the restriction of mobility of any type of vehicles has been limited only for emergencies until September 20, 2020 causing the stagnation of the economy.

The objective was to analyse the rental of M1 vehicles as an alternative for the reactivation of tourism during the COVID19 in the city of Cusco. Regarding the methodology, this research has a descriptive range, a non-experimental design and the surveys were carried out with tourists who used the vehicle rental service at least once, as well as with the legal representatives of tourism operating companies. The study concludes that the rental of M1 vehicles would contribute positively to the reactivation of tourism in the city of Cusco since 36.3% of the population considers that these vehicles contribute very positively to the reactivation of tourism, 57.5% consider that it contributes positively and only 6.3% of the surveyed population that would contribute regularly to the reactivation of tourism. These vehicles are a positive alternative since it is possible to follow the guidelines of social distancing and avoid the spread of the virus while traveling with tourism purposes.

Keywords: Vehicle rental, M1 vehicles, social distancing, reactivation of tourism.



INDICE

PRESENTACIÓN.....	II
AGRADECIMIENTOS.....	III
DEDICATORIA.....	IV
RESUMEN.....	V
ABSTRACT.....	VI
INDICE.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XII
CAPITULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 FORMULACIÓN DE PROBLEMA.....	3
1.2.1 Problema General.....	3
1.2.2 Problemas Específicos.....	3
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	4
1.3.1 Conveniencia.....	4
1.3.2 Relevancia social.....	4
1.3.3 Implicancias prácticas.....	4
1.3.4 Valor teórico.....	5
1.3.5 Utilidad Metodológica.....	5
1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5



1.4.1	Objetivo General	5
1.4.2	Objetivos Específicos	5
1.5	DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO	6
1.5.1	Delimitación Espacial	6
1.5.2	Delimitación temporal.....	7
2	CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1	ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	7
2.1.1	Antecedentes Internacionales	7
2.1.2	Antecedentes Nacionales.....	12
2.2	BASES TEÓRICAS	16
2.2.1	Renta de Vehículos.....	16
2.2.2	Vehículos Categoría M1.....	16
2.2.3	Elección De Un Sistema De Transporte.....	17
2.2.4	Teoría Del Turismo:	18
2.2.5	Transporte Turístico Terrestre:.....	18
2.2.6	Principios De La Actividad Turística:	19
2.2.7	Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre	20
2.3	VARIABLE E INDICADORES	25
2.3.1	Identificación De Variable	25
2.3.2	Operacionalización De Las Variables	26
2.4	DEFINICIÓN DE TÉRMINOS BÁSICOS	30
3	CAPITULO III METODO DE INVESTIGACION.....	31
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.	31
3.2	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.	32



3.3	POBLACIÓN.....	32
3.4	MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	32
3.5	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	32
3.6	VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE INSTRUMENTOS.....	33
3.7	PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS.....	33
4	CAPÍTULO IV.....	34
	RESULTADOS DE LA INVESTIGACION.....	34
4.1.	PRESENTACIÓN Y FIABILIDAD DEL INSTRUMENTO APLICADO.....	34
4.1.1.	Presentación del instrumento.....	34
4.1.2.	Fiabilidad del instrumento aplicado.....	35
4.2.	RESULTADOS DE LAS DIMENSIONES DE RENTA DE VEHÍCULOS M1.....	36
4.2.1.	Tiempo Real de Viaje.....	36
4.2.2.	Precio.....	38
4.2.3.	Autonomía.....	40
4.2.4.	Confort.....	42
4.2.5.	Seguridad.....	43
4.2.6.	Limitación Geográfica.....	45
4.2.7.	Ambiental.....	47
4.3.	RESULTADO DE LA VARIABLE RENTA DE VEHÍCULOS M1.....	50
5	CAPÍTULO V.....	51
	DISCUSION.....	51
5.1	DISCUSIÓN.....	51
5.1.1	Descripción De Los Hallazgos Más Importantes.....	51
5.1.2	Limitaciones Del Estudio.....	52



5.1.3	Comparaciones Críticas Con La Literatura Existente	52
5.1.4	Implicancia De Estudio	53
5.2	PROPUESTA	54
5.2.1	Nombre de la Propuesta:	54
5.2.2	Descripción:	54
5.2.3	Justificación:.....	55
5.2.4	Público Objetivo:.....	55
5.2.5	Objetivos de la Propuesta:.....	55
5.2.6	Actividades inherentes al desarrollo de la propuesta:	56
	CONCLUSIONES	57
	RECOMENDACIONES	59
	BIBLIOGRAFÍA	61
	ANEXOS.....	63
	INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS	64



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución de los ítems del cuestionario	34
Tabla 2 Descripción de la Baremación y escala de interpretación	35
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad	35



ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Indicadores de la dimensión tiempo real de viaje	36
<i>Figura 2:</i> Tiempo real de viaje.....	37
<i>Figura 3:</i> Indicadores de la dimensión precio.....	38
<i>Figura 4:</i> Precio	39
<i>Figura 5:</i> Indicadores de la dimensión autonomía.....	40
<i>Figura 6:</i> Autonomía.....	41
<i>Figura 7:</i> Indicadores de la dimensión confort	42
<i>Figura 8:</i> Confort	43
<i>Figura 9:</i> Indicadores de la dimensión seguridad	44
<i>Figura 10:</i> Seguridad	45
<i>Figura 11:</i> Indicadores de la limitación geográfica	46
<i>Figura 12:</i> Limitación Geográfica	47
<i>Figura 13:</i> Indicadores de Ambiental	48
<i>Figura 14:</i> Ambiental.....	49
<i>Figura 15:</i> Renta de Vehículos M1	50



CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del Problema

La pandemia del coronavirus no solo ha causado un desastre humanitario, sino que también ha paralizado sectores clave como el turismo. Este sector fue uno de los primeros y más afectados de la economía. Según la Organización Mundial del Turismo, las llegadas de turistas internacionales pueden disminuir entre un 58% y un 78% en 2020. Este sector no solo es uno de los principales contribuyentes a las exportaciones, la economía y el empleo en el Caribe, sino también en muchas ciudades y comunidades locales de América Latina. (CEPAL, 2020, p. 1)

Aproximadamente siete de cada diez viajes en las ciudades de América Latina se realizan en transporte público o colectivo. En el contexto actual, el funcionamiento de subtes, buses y trenes, con su masividad y cercanía física entre pasajeros, está entre las principales fuentes de contagio y por tanto de preocupación para las estrategias epidemiológicas de los países. Además de este frente epidemiológico, las reducciones drásticas derivadas del distanciamiento social dejan al sector del transporte en números rojos, introduciendo un frente económico y financiero en la gestión de los sistemas de transporte. (Alves, 2020)

Las medidas de distanciamiento social para evitar el esparcimiento del virus Covid19 afecta directamente al transporte turístico masivo y genera el incremento de la demanda de la renta de vehículos M1, cada vez son más las personas que optan por rentar un vehículo de esta categoría para servicios de transportes turísticos, así evitar el turismo en masas para la contención de la pandemia. La renta de vehículos M1 ofrece la opción de prescindir de los servicios de un conductor para minimizar el riesgo de contagio además de ofrecer autonomía para controlar en su totalidad el itinerario de viaje, son vehículos espaciosos ofreciendo así



comodidad durante un viaje de turismo y al ser de tamaño medio permiten desplazarse con mayor rapidez en carreteras y caminos pedregosos.

Perú cuenta con muchas sedes de empresas internacionales así como empresas nacionales de renta de vehículos M1 con fines turísticos, es el caso de la empresa Hertz que es una empresa internacional con sede principal en Florida EE. UU y con más de 10 000 oficinas alrededor del mundo. En Cusco con más de 10 años en el mercado tenemos a la empresa nacional Candy Rent a Car que alquila diferentes vehículos con fines de ocio y negocio. Siendo este un problema actual despierta interés en mí poder estudiar el tema de la RENTA DE VEHÍCULOS M1 COMO ALTERNATIVA PARA LA REACTIVACIÓN DEL TURISMO EN ÉPOCAS DE COVID19 CUSCO-2020.

De mantenerse la situación actual de pandemia en la ciudad del Cusco, debido al distanciamiento social, esta seguirá afectando la afluencia turística masiva y de vehículos de gran capacidad que a su vez tendrá un impacto económico negativo en las empresas de transporte turístico. Teniendo en cuenta que la actividad turística es un pilar importante de la economía del Cusco siendo un gran porcentaje de la población cusqueña dependiente del sector turismo se configurará una situación de caída brusca de la economía local y nacional, llevando inclusive a la quiebra y cierre de empresas de transporte turístico masivo, que son elemento importante para la dinamización del turismo.

Con este trabajo propondremos a los empresarios del sector transporte turístico y la DIRCETUR la implementación de la renta de vehículos M1 para así poder ofrecer visitas seguras y accesibles a los diferentes atractivos turísticos de la ciudad, siendo estos vehículos una opción complementaria e imprescindible para minimizar el riesgo de contagio y reactivar el turismo en el Cusco. Debido al tamaño de estos vehículos y la privacidad se podrá evitar la



aglomeración de personas en los de transporte masivo y de esta manera reactivar el turismo en la ciudad del Cusco.

1.2 Formulación de Problema

1.2.1 Problema General

- ¿En qué medida la renta de vehículos M1 favorecería la reactivación de Turismo en épocas de Covid19 Cusco 2020?

1.2.2 Problemas Específicos

- ¿En qué medida el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida el precio favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida la autonomía favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida el confort favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida la seguridad favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida las limitaciones geográficas favorecerían la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?
- ¿En qué medida la dimensión ambiental favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?



1.3 Justificación de la investigación

1.3.1 Conveniencia

La necesidad de nuevas alternativas de transporte turístico más accesibles y seguras en tiempos de Covid19 para minimizar el riesgo de contagio en los turistas y reactivar el Turismo en la ciudad del cusco toma cada vez más relevancia debido a que la ciudad del Cusco es una ciudad netamente Turística y la economía de la población se ve afectada por la paralización de las actividades turísticas. La presente investigación plantearía una alternativa de solución para el uso de transporte en tiempos de pandemia y de esta manera contribuir de manera positiva en la reactivación el Turismo.

1.3.2 Relevancia social

El Desarrollo adecuado de la renta de vehículos M1 en la ciudad del Cusco contribuiría de manera positiva la reactivación del Turismo ya que ofrecería un transporte seguro en tiempos de covid19 y beneficiaría así a miles de empresas turísticas tanto como a pobladores de la ciudad que se ven beneficiados económicamente por la actividad turística.

1.3.3 Implicancias prácticas

Este trabajo de investigación ayuda a resolver el problema actual del Transporte turístico y sus limitaciones debido al Covid19 y el distanciamiento social, conlleva también la intervención activa de las autoridades, empresas de turismo y población en general para poder elaborar planes estratégicos y el acondicionamiento de infraestructura para satisfacer así las nuevas necesidades de los turistas que renten vehículos M1.



1.3.4 Valor teórico

La presente tesis estudia la renta de vehículos M1 y sus dimensiones tales como Tiempo Real de Viaje, Precio, Autonomía, Confort, Seguridad, Limitaciones geográficas, Ambiental para cuyos resultados deseen conocer mejor la teoría relacionada a la variable de estudio.

1.3.5 Utilidad Metodológica

Los métodos, procedimientos, técnicas e instrumentos que se emplean en la presente tesis, podrán ser replicados en otras investigaciones relacionadas al problema objeto de la investigación.

1.4 Objetivos de la investigación

1.4.1 Objetivo General

Analizar en qué medida la renta de vehículos favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020

1.4.2 Objetivos Específicos

- Analizar en qué medida el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020
- Analizar en qué medida el precio favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020
- Analizar en qué medida la autonomía favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020

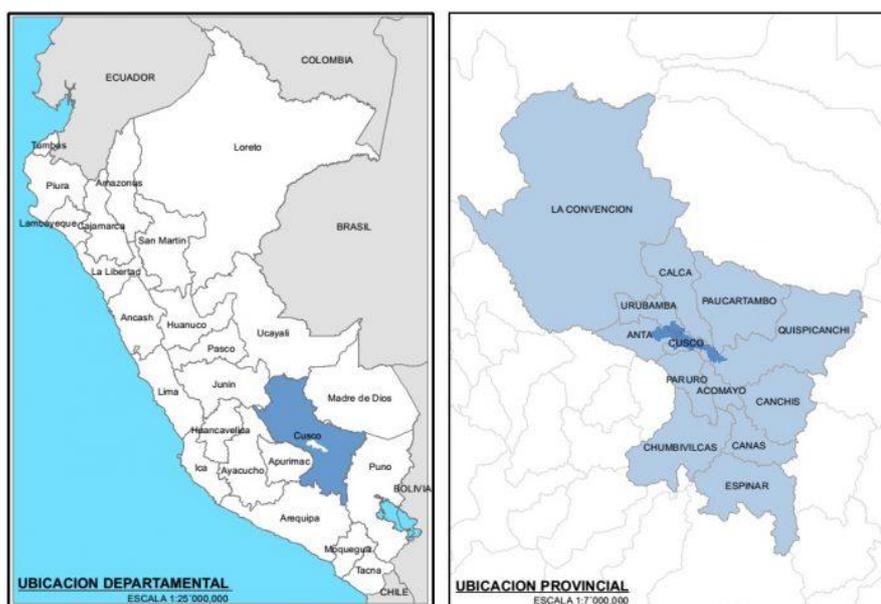


- Analizar en qué medida el confort favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020
- Analizar en qué medida la seguridad favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020
- Analizar en qué medida las limitaciones geográficas favorecerían la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020
- Analizar en qué medida la dimensión ambiental favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020

1.5 Delimitación del Estudio

1.5.1 Delimitación Espacial

El presente estudio se desarrollará en la ciudad del Cusco ubicada en la vertiente oriental de la cordillera de los Andes, en la cuenca del río Huatanay, afluente del Vilcanota. Capital del departamento del mismo nombre en Perú país ubicado en la parte occidental de América del Sur limita con Ecuador, Colombia, Brasil, Bolivia y Chile.





1.5.2 Delimitación temporal

El presente trabajo de investigación se realizará en los meses de septiembre, octubre, noviembre y diciembre del año 2020.

2 CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del Estudio

2.1.1 Antecedentes Internacionales

TESIS: Análisis Del Mercado Para Las Empresas De Alquiler De Vehículos En El Sector Individual Nacional De La Ciudad Capital De Guatemala

AUTOR: Ellia María Maldonado Reyes

UNIVERSIDAD: Universidad del Itsmo

AÑO Y LUGAR: Guatemala año 2011

Llegando a las siguientes conclusiones:

- a) La investigación analizó la importancia y evolución de las empresas de alquiler de vehículos en Guatemala, así mismo evaluó las problemáticas que éstas tienen, enfocándose en especial a la falta de atención y conocimiento del mercado individual nacional de la Ciudad Capital.
- b) Según las entrevistas y encuestas no es un mercado explotado y citando al Lic. Barrios, “puede ser una tendencia el hecho de que no se tenga la costumbre de alquilar un vehículo”. El segmento elegido había visualizado algún tipo de publicidad de parte de



las empresas, pero tiene una vaga imagen del nombre y cualidades de las empresas en general, mucho menos recordar un número telefónico.

- c) Como dice Dalia Nazareno, estudiante de la Universidad de Navarra (2003) “la información es la base de la creación” al tener los datos del sector de interés, se tuvo la base para generar la propuesta de la creación de una empresa orientada a la oferta, se analizaron los datos para lograr llegar al sector individual nacional de la mejor manera.
- d) El segmento elegido muestra dos características ante un alquiler, muchas veces los agentes de renta piensan que este servicio es caro para dicho mercado, pero los clientes que ya han adquirido este servicio lo catalogan como accesible y regular.
- e) Si se acopla de la mejor manera el plan de mercadeo propuesto se logrará quitar este insight que se tiene respecto a este servicio y muchos más clientes sabrán de la existencia de empresas de este tipo.
- f) Se encontró también que el cliente del sector individual nacional es una persona de género masculino (no una mayoría significativa), de 25-34 años de edad, que sí tiene conocimiento de que existen empresas de alquiler de vehículos y normalmente buscaría a este tipo de organizaciones en las Páginas Amarillas de Publicar. En la actualidad no ha visto publicidad alguna de las empresas de alquiler de vehículos, pero ha adquirido el servicio generalmente en una empresa nacional del exterior del Aeropuerto Internacional La Aurora. Considera que el servicio es regular y el precio es accesible (pero antes de adquirirlo pensaba que era más elevado). Normalmente alquila un sedán o furgoneta de 2 a 3 ocasiones por año, por motivo de viaje al interior del país o porque tiene algún inconveniente con el vehículo propio.
- g) Se evaluó desde las bases de una organización las características que deberían de tener las empresas de alquiler de vehículos para atender de la mejor manera a este sector. De esta forma se llegó a tener el plan de mercadeo descrito anteriormente, que según las



características de cada empresa favorecerá al segmento individual nacional a saber que existen empresas seguras, confiables y de buena calidad a las cuales pueden acudir al recorrer el país o al momento de necesitar un medio de movilización por alguna emergencia. Así mismo, dará beneficio a las empresas de alquiler de vehículos ya que obtendrán más clientes.

- h) A la larga esto beneficiará a las propias empresas, a sus clientes y a la sociedad guatemalteca en general por el hecho de generar, más ingresos, más utilidades y más trabajo.
- i) Con la implementación de las propuestas hechas en este trabajo, el mercado individual nacional puede llegar a ser una fuente de ingresos importante para las empresas de alquiler de vehículos. Se debe trabajar arduamente en la comunicación interna para que sea conocida por toda la estructura organizacional y se deben de enfocar, según lo descrito en esta investigación, todas las acciones necesarias hacia él, no dejando por un lado la atención hacia los otros segmentos atendidos y la permanente investigación.
(Maldonado Reyes, 2011)

Comentario: Este trabajo de investigación demuestra que la renta de vehículos es un segmento de mercado aun sin explotar que beneficiaría positivamente a Guatemala generando ingresos económicos y puestos de trabajo. Las empresas de renta de vehículos necesitarían crear un plan de marketing para así llegar a toda la población y tener más clientes.

TESIS: Plan De Publicidad Para Promover Empresas De Renta De Autos

AUTOR: Tatiana Elizabeth Fuentes Vaca



UNIVERSIDAD: Universidad Tecnológica Equinoccial

AÑO Y LUGAR: Ecuador año 2010

Llegando a las siguientes conclusiones:

- a) Las Pequeñas y Medianas Empresas nacionales de cualquier índole, incluyéndose en el mismo la actividad de renta de autos, tema del presente estudio, se encuentran frente a la decisión entre continuar con sus acciones como hasta ahora, o adoptar por parte de ellas lineamientos estratégicos que permitan su expansión y competición en nuevos mercados.
- b) El negocio de renta de autos en el mundo comienza de forma informal en el año de 1916, pero es en el año 1923 que John Hertz con una amplia visión compra un negocio de renta de autos y con el transcurso de los años lo llevó a ser lo que hasta hoy es la primera empresa de renta de autos a nivel mundial: Hertz Rent a Car. Como ésta muchísimas empresas se han formado y han establecido sus franquicias en diferentes países alrededor del mundo. En Ecuador, la pionera fue Budget Rent a Car, que incursiona en el país en 1979, tras ésta: Localiza, Avis y Hertz en el mismo orden.
- c) Entre las empresas ecuatorianas de renta de autos se pueden mencionar como las más importantes a Expo Rent a Car (la primera empresa nacional, establecida hace 21 años), Simon Car Rental y Carmax Rent a Car. Existen 44 empresas nacionales dedicadas a esta actividad registradas en la Superintendencia de Bancos y seguramente muchísimas más que no lo están, pero la gran mayoría de las mismas apenas han logrado alcanzar el título de pequeñas o medianas empresas; pues a pesar de ser un negocio muy rentable las empresas nacionales apenas han podido competir, pero no 94 han logrado estar al nivel de las extranjeras. No obstante, a esto, no deja de ser un mercado sólido y con un desarrollo atractivo en el país que se acerca a una tasa de crecimiento del 16% anual.



- d) Ribas Rent a Car es una pequeña empresa que con casi tres de creación ha logrado un crecimiento relativo en el mercado local, ubicado mayormente en el norte de la ciudad de Quito. Sus características principales han sido establecidas en base a los servicios que esta empresa ofrece a sus clientes. Dichos servicios son muy personalizados desde antes de efectuarse la renta de vehículos hasta después de su entrega, pues busca satisfacer completamente al cliente que la prefiere. Cuenta con una amplia gama de vehículos para cada necesidad y que se renueva constantemente, lo que garantiza al cliente el manejar autos nuevos y asegurados con prestigiosas compañías ecuatorianas.
- e) Después de realizada la respectiva investigación, se desprende que: el precio, la seguridad y la atención son las variables principales que busca el cliente al momento de rentar un vehículo y que las mismas las encuentra en Ribas Rent a Car, por lo que se siente satisfecho, sin embargo y a pesar de que la empresa ofrece entre sus servicios la entrega y recepción de vehículos a domicilio; la ubicación de su oficina en Pusuquí es la gran deficiencia que encuentra el cliente que vive o trabaja lejos del sector.
- f) Para identificar los atributos que diferencien a las empresas nacionales de renta de autos de sus pares extranjeras, es necesario estar conscientes que se intenta competir frente a “monstruos” dedicados a esta actividad y que pretenden monopolizar cada sector en donde radiquen sus servicios, además de que siempre estarán un paso adelante en cuanto a tecnologías. Dicho esto, se puede definir como uno de los pocos atributos: el conocimiento de NUESTRO propio mercado, su gente, su comportamiento, su cultura, sus hábitos y preferencias; este atributo bien estudiado y manejado puede llegar a convertirse en la gran oportunidad que las empresas nacionales de renta de autos puedan fortalecerse en el mercado local y trascender al mercado internacional. (Fuentes Vaca, 2010)



Comentario: Este trabajo de investigación demuestra que el manejo de la correcta publicidad podría definir el futuro de las empresas especialmente de las empresas Nacionales que tienen que competir con empresas Internacionales para obtener un espacio en el mercado. Se demuestra también que la renta de vehículos es un mercado emergente y por lo tanto una gran oportunidad para ser explotado especialmente en países Latinoamericanos.

2.1.2 Antecedentes Nacionales

TITULO: Elementos Que Conforman El Servicio De Transporte Terrestre Para El Desarrollo De La Competitividad Del Destino Turístico

AUTOR: Tsumico Noemi Hossana Nakayo Cabrera

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Trujillo

AÑO Y LUGAR: Trujillo 2014

Llegando a las siguientes conclusiones:

- a) De los 3 elementos que conforman el servicio de transporte turístico terrestre tenemos como primer elemento al *servicio de calidad*, la cual a su vez se subdivide en *la rapidez* que está representado por un 56% en el grado de percepción alta, *la calidad de la atención y servicio abordo* que está representado por un 54% en el grado de percepción alta y por último *la presentación* que está representado por un 73% en el grado de percepción alta, los cuales aportan a la competitividad del destino Trujillo; como segundo elemento tenemos a *la seguridad e infraestructura*, la cual a su vez se subdivide en *el clima de seguridad* que está representada por un 64% en el grado de percepción alta y *la comodidad abordo* que está representada por un 70% en el grado de percepción alta, los cuales aportan a la competitividad del destino Trujillo y como ultimo tenemos



a *la promoción turística* que está representado por un 87% en el grado de percepción baja, este último elemento no aporta a la competitividad del destino Trujillo, debido a que las empresas de transporte no tienen como prioridad en sus políticas la promoción del destino Trujillo, limitándose a ofrecer sus servicios, sin saber que son parte de un sistema holístico que les afecta directamente.

- b) En el indicador de recursos humanos tenemos que en lo que respecta a *la rapidez* está representada por un 56% en el grado de percepción alta, estos resultados muestran que la mayoría de turistas encuestados tienen una percepción alta ya que los procesos de atención al turista son simples y efectivos desde la compra de los boletos hasta la entrega de sus equipajes, esto aporta significativamente en la competitividad del destino Trujillo.
- c) En el indicador de recursos humanos en lo que respecta a *la calidad de la atención y servicio abordo*, está representado por un 54% con un grado de percepción alta, los turistas perciben la calidad de la atención y el servicio brindado como alto, es decir que la empresa de transporte presentan un personal capacitado capaz de brindar una atención personalizada durante viaje, así como brindar las comodidades necesarias para un mejor confort, lo cual aporta significativamente a la competitividad del destino Trujillo.
- d) En el indicador de recursos humanos en lo que respecta a *la presentación* está representada por un 73% en el grado de percepción alta, es decir que las empresas de transporte terrestre presentan estándares de limpieza y presentación tanto de su personal como de sus buses, los cuales aportan significativamente a la competitividad del destino Trujillo.
- e) En el indicador de seguridad en lo que respecta al *clima de seguridad*, que está representada por un 64% en el grado de percepción alta, es decir que las empresas de transporte terrestre proyectan seguridad antes y durante el viaje, cumpliendo



debidamente las normas de tránsito, los implementos de seguridad en los buses, así como en los terminales, y con el personal de seguridad debidamente capacitado, lo cual aporta significativamente a la competitividad del destino Trujillo.

- f) En el indicador de infraestructura en lo que respecta a la *comodidad abordo*, que está representado por un 70% en el grado de percepción alta, muestra que las empresas de transporte terrestre presentan una infraestructura adecuada tanto en los terminales como en los buses para garantizar el confort y la comodidad del turista durante su viaje, lo cual aporta significativamente a la competitividad del destino Trujillo.
 - g) En el indicador de Prioridad de la industria turística en lo que respecta a la *promoción turística*, que esta está representada por un 87% en el grado de percepción baja, debido a que las empresas de transportes terrestre no tiene como prioridad en sus políticas, la promoción del destino Trujillo, esto se ve expresado en la poca publicidad del destino, no proveyendo folletos o revistas durante el viaje, limitándose al transporte de sus pasajeros, lo cual no aporta significativamente a la competitividad del destino Trujillo.
- (Nakayo, 2014)

Comentario: El presente trabajo nos habla de los tres elementos básicos del Transporte. El *servicio de calidad, la seguridad e infraestructura y la promoción turística* son entonces elementos de suma importancia a considerar al momento de elegir un medio de transporte.

TITULO: Análisis De Enfoque En La Ampliación Del Sistema De Transporte Turístico Como Alternativa De Mejora De Accesibilidad Al Santuario De Machu Picchu Y Su Impacto En El Turismo Receptivo – Cusco 2018

AUTOR: Pinares Andagua, Ines Franchesca y Tintaya Huaraca, Mercedes Luz

UNIVERSIDAD: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

AÑO Y LUGAR: Lima 2019



Llegando a las siguientes conclusiones:

- a) La ampliación del sistema de transporte turístico como alternativa de mejora en el acceso al Santuario de Machu Picchu influiría significativamente en el turismo receptivo, dado que la demanda aumentaría progresivamente, al tener una opción más moderna, de mejor experiencia de viaje y a un costo más competitivo. Por lo tanto, la hipótesis se valida.
- b) Con relación al primer objetivo de determinar la influencia del turismo en la población cusqueña, se pudo afirmar que, tanto para el sector privado, Estado y pobladores locales, el turismo receptivo ha sido un eje de desarrollo que ha beneficiado en cadena a toda actividad relacionada con el mismo, mejorando la calidad de vida de muchos cusqueños, revalorando las costumbres y fomentando el cuidado por el patrimonio y el orgullo por el legado de nuestras raíces.
- c) Se determinó que la infraestructura de transporte favorece considerablemente en el viaje turístico al Santuario de Machu Picchu. Sin embargo, en la actualidad esta es deficiente ya que no ha sabido prever los cambios necesarios para avanzar al ritmo de la demanda. Como resultado se tienen los distintos y prolongados trayectos hasta el Santuario y las largas colas que se forman en la entrada, responsabilidad también de la administración del mismo Santuario.
- d) Así mismo, los medios de transporte favorecen sobre medida a los visitantes extranjeros al Santuario de Machu Picchu. Pero debido a un tema de concesiones y falta de fiscalización de las autoridades pertinentes, su rol principal como medios de traslados de pasajeros deja mucho que desear por los accidentes ocurridos en lo que va del año.
- e) Se pudo analizar de qué manera influyen la eficiencia, seguridad y calidad de servicio de transporte en la actividad turística. Los resultados muestran respuestas de alerta más



que nada en seguridad, tanto en la forma de conducir de los choferes de buses turísticos, como en el estado de conservación de las carreteras y poca señalización. Además de manifestar incomodidad por los asientos pequeños poco útiles para el perfil del turista receptivo y cierto grado de inconformidad en los precios en general. (Pinares Andagua & Tintaya Huaraca, 2018)

Comentario: Es importante considerar la infraestructura y los medios de transporte con respecto al Turismo ya que una deficiente infraestructura podría afectar considerablemente al número de Turistas que visitan a diario nuestros atractivos turísticos, es además muy importante y labor de todos mejorar la seguridad en cuanto medio de transporte ya que estadísticamente hablando los medios de transporte que operan de Cusco a Ollantaytambo tienen deficiencias en seguridad.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Renta de Vehículos

Se trata de una categoría de transporte destinada en exclusividad a las personas que están disfrutando de su tiempo de ocio. La renta de Vehículos es una alternativa de desplazamiento puntual por cortos o largos periodos de tiempo que ofrece vehículos privados dedicados tanto al ocio como al negocio. Por definición los servicios de renta de vehículos son catalogados como discrecionales, ya que no están sujetos ni a horarios, calendarios ni frecuencias programadas. (García Isa, 2013)

2.2.2 Vehículos Categoría M1

“Vehículos de 8 asientos o menos sin contar el asiento del conductor.” (Ministerio de Transporte y Comunicaciones, 2006)



2.2.3 Elección De Un Sistema De Transporte

- **Tiempo Real de Viaje:** El tiempo dedicado a viajar más el tiempo o los tiempos muertos conforman el tiempo real del viaje, por lo que aquel transporte que tenga menos tiempos muertos y una mayor velocidad será el que domine el mercado. (Blasco i Peris, 2015, p. 57)
- **Precio:** Es aquel que marca la compañía por el transporte del pasajero, su equipaje y servicios incluidos en el trayecto, el precio puede ser:
 - a. *Distributivo: El precio es dividido entre las personas que usan el medio de transporte.*
 - b. *Acumulativo: El precio es el resultado de todos los servicios brindados en el medio de transporte.* (Blasco i Peris, 2015, p. 59)
- **Autonomía:** La autonomía debemos de entenderla como la posibilidad de que el turista programe el viaje a su gusto, por lo tanto, hace referencia a la libertad de decisión. Las tendencias turísticas del siglo XXI vienen marcadas, según la OMT, por el deseo del turista de gozar de una mayor libertad a la hora de viajar. (Blasco i Peris, 2015, p. 60)
- **Confort:** Por una parte, se trata de la comodidad física, como el espacio disponible, la comodidad de los asientos, etc., por otra parte, alude a la comodidad psicológica, entendiendo como tal la calidad de servicios que nos ofrecen los distintos sistemas. (...) Es evidente que la comodidad, como factor de elección de un transporte, tendrá una mayor importancia cuanto mayor sea el tiempo dedicado al viaje. (Blasco i Peris, 2015, p. 61)
- **Seguridad:** La sensación de seguridad es absolutamente necesaria para que un sistema de transporte cuente con una cuota de mercado que le permita sobrevivir



en la dura competencia que mantienen todos ellos. Se trataría de la falta de peligro o riesgo en el medio de transporte. (Blasco i Peris, 2015, p. 62)

- **Limitaciones geográficas:** La limitación geográfica es un factor objetivo que condiciona nuestra capacidad de elección. Los obstáculos geográficos hacen que debamos elegir entre unos pocos sistemas o que no tengamos más remedio que viajar en uno de ellos. (Blasco i Peris, 2015, p. 69)
- **Ambiental:** La repercusión directa o indirecta del transporte en el medio ambiente es una preocupación creciente por parte de los viajeros, que se enmarca perfectamente en las últimas tendencias y previsiones de la OMT, la cual establece un importante crecimiento de motivaciones ecologistas por parte de los turistas. (Blasco i Peris, 2015, p. 69)

2.2.4 Teoría Del Turismo:

Según las (Naciones Unidas, 2010), el turismo se mueve como una necesidad de ocio haciendo que el turista salga de su entorno habitual a desarrollar actividades sociales, cultural y económicas dentro del entorno recreativo. Económicamente están dentro del ámbito del gasto por ocio, excluyendo actividades de ámbito lucrativo, realizando actividades distintas a sus actividades habituales.

2.2.5 Transporte Turístico Terrestre:

Consiste en brindar el servicio de traslado interno de turistas a los diferentes puntos o lugares turísticos dentro de un área geográfica determinada. Este servicio se brinda por medio de vehículos habilitados con las condiciones necesarias que garanticen la seguridad y la comodidad del pasajero o turista. (DIRCETUR, 2009, p. 19)



2.2.6 Principios De La Actividad Turística:

- **Desarrollo sostenible:** El desarrollo del turismo debe procurar la recuperación, conservación e integración del patrimonio cultural, natural y social; y el uso responsable de los recursos turísticos, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales y fortaleciendo su desarrollo social, cultural, ambiental y económico.
- **Inclusión:** El turismo promueve la incorporación económica, social, política y cultural de los grupos sociales excluidos y vulnerables, y de las personas con discapacidad de cualquier tipo que limite su desempeño y participación activa en la sociedad.
- **No discriminación:** La práctica del turismo debe constituir un medio de desarrollo individual y colectivo, respetando la igualdad de género, diversidad cultural y grupos vulnerables de la población.
- **Fomento de la inversión privada:** El estado fomenta y promueve la inversión privada en turismo que contribuya a la generación de empleo, mejora de la calidad de vida de la población anfitriona y transformación de recursos turísticos en productos turísticos sostenibles.
- **Descentralización:** El desarrollo del turismo es responsabilidad e involucra la participación e integración de los gobiernos regionales, municipalidades y poblaciones locales, para el beneficio directo de la población.
- **Calidad:** El estado, en coordinación con los distintos actores de la actividad turística, debe promover e incentivar la calidad de los destinos turísticos para la satisfacción de los turistas, así como acciones y mecanismos que permitan la protección de sus derechos.



- **Competitividad:** El desarrollo del turismo debe realizarse promoviendo condiciones favorables para la iniciativa privada, incluyendo la inversión nacional y extranjera, de manera que posibilite la existencia de una oferta turística competitiva.
- **Comercio justo en el turismo:** La actividad turística busca promover una distribución equitativa de los beneficios económicos obtenidos en favor de la población del destino turístico donde se generan.
- **Cultura turística:** El estado promueve la participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística en la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible.
- **Identidad:** El desarrollo del turismo contribuye a fortalecer el proceso de identidad e integración nacional, promoviendo en especial la identidad, rescate y promoción del patrimonio inmaterial con participación y beneficio de las poblaciones locales.
- **Conservación:** El desarrollo de la actividad turística no debe afectar ni destruir las culturas vivas ni los recursos naturales, debiendo promover la conservación de estos. La actividad turística está sustentada en el rescate y revaloración de la cultura ancestral. (MINCETUR, 2009)

2.2.7 Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre

TITULO 1: OBJETO, ALCANCE Y DEFINICIONES

Artículo 1.- Objeto.



El presente reglamento tiene como objeto regular el transporte turístico terrestre a fin de promover su desarrollo en el marco de la libre competencia, satisfacer las necesidades de viaje de los usuarios en condiciones de seguridad y calidad, así como proteger el ambiente y la salud de la comunidad en su conjunto.

Artículo 2.- Alcance.

El presente reglamento alcanza a las empresas prestadoras de servicios turísticos que desarrollen actividades de transporte turístico terrestre y a las agencias de viajes y turismo que transporten usuarios en vehículos de su propiedad, así como a las autoridades competentes, a los conductores de dichos servicios y a los turistas en su condición de usuarios, en sus diferentes ámbitos dentro del territorio peruano. No regula el transporte turístico por vía férrea.

La condición de empresas prestadoras de servicios turísticos se acreditará mediante el Certificado De Calificación De Prestador De Servicios Turísticos, que será otorgado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo y las Direcciones Regionales Sectoriales encargadas de Turismo, de acuerdo a los requisitos establecidos en la reglamentación sectorial pertinente(...)

Capítulo I: REQUISITOS DE IDONEIDAD

Artículo 18.- Características y requisitos técnicos de los vehículos para el transporte turístico terrestre.

Todo vehículo que se destine al servicio de transporte turístico terrestre deberá corresponder a la clasificación vehicular vigente y reunir los requisitos técnicos generales y requisitos técnicos adicionales por la categoría del vehículo, establecidos en el Reglamento Nacional de



Vehículos. Así mismo deberá reunir las características técnicas específicas del servicio y el equipamiento del vehículo que establece el presente reglamento.

Artículo 19.- Características específicas y equipamiento del vehículo.

- a) Los vehículos que se habiliten para el transporte turístico terrestre deberán reunir las características específicas siguientes:
1. Los vehículos de la categoría M2 deberán contar con un mínimo de tres (3) salidas de emergencia y los vehículos de categoría M3 deberán contar con un mínimo de cinco (5) salidas de emergencia, con las dimensiones reglamentarias correspondientes y con las instrucciones sobre la ubicación y uso.
 2. Cinturones de seguridad de tres (3) puntos en los asientos delanteros y dos (2) puntos en los asientos posteriores.
 3. Numero de asientos igual o menor al indicado por el fabricante del vehículo salvo que la modificación de este se encuentre inscrita en el Registro de Propiedad Vehicular de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos.
 4. Asientos rígidamente fijados a la estructura del vehículo con una distancia útil de setenta y cinco (75) centímetros entre asientos y con un ancho mínimo por pasajero de cincuenta (50) centímetros.

En los casos de los vehículos de categoría M1, los asientos delanteros deberán tener ángulo variable y contar con protector de cabeza y, en el caso de los vehículos M2 y M3, todos los asientos de los pasajeros deberán tener ángulo variable. Protector de cabeza y apoyo para brazos en los extremos



laterales del asiento. No es exigible el apoyo de brazos en caso de los asientos corridos.

5. Contar con iluminación para el salón, pasadizo y estribo del vehículo.
 6. Los vehículos de categoría M3 deberán contar con dispositivo registrador de velocidad.
 7. Los vehículos de la categoría M3 deberán contar con porta paquetes ubicados en la parte superior del salón de pasajeros, diseñado de manera tal que impida la expulsión de paquetes.
 8. Equipo de comunicación que permita su interconexión con las oficinas del transportista.
- b) Los vehículos que se habiliten para el transporte turístico terrestre deberán contar con el siguiente equipamiento:

CATEGORIA DEL VEHICULO	M1	M2	M3
1. Sistema de aire acondicionado y calefacción	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
2. Luces individuales de lectura	.-	Obligatorio	Obligatorio
3. Equipo de sonido para comunicación con los pasajeros	.-	Obligatorio	Obligatorio
4. Sistema de TV y juegos	.-	.-	Obligatorio
5. Sistema de recepción de radio AM/FM	Obligatorio	Obligatorio	Obligatorio
6. Cortinas Laterales	.-	Obligatorio	Obligatorio
7. Asiento de Guia	.-	Obligatorio	Obligatorio
8. Conservadora de alimentos	.-	.-	Obligatorio
9. Equipo para conservar agua caliente	.-	.-	Obligatorio
10. Porta revisteros individuales	.-	Obligatorio	Obligatorio

Artículo 21.- Antigüedad de los Vehículos



La antigüedad de los vehículos para el acceso al servicio de transporte turístico terrestre de ámbito regional y de ámbito provincial, será determinada por el gobierno regional y la municipalidad provincial competentes, respectivamente.

La antigüedad máxima de los vehículos para acceder al servicio de transporte turístico terrestre de ámbito nacional se indica en el siguiente cuadro:

CATEGORIA ACCESO

M1 (8 asientos o menos sin incluir el del conductor Y peso bruto vehicular igual o superior a 1,5 toneladas)	6 años
M2, clase III (más de 8 asientos sin incluir el del Conductor y peso bruto de hasta 5 toneladas)	10 años
M3 Clase III (más de 8 asientos sin incluir el del Conductor y peso bruto de hasta 5 toneladas)	10 años

El vehículo que se habilite para el transporte turístico terrestre podrá permanecer en el servicio, independientemente de su antigüedad, siempre que se encuentre en un buen estado de funcionamiento y reúna los requisitos técnicos señalados en el Reglamento Nacional de Vehículos, así como las características específicas y equipamiento que establece el presente reglamento y sus normas complementarias.

La antigüedad del vehículo se cuenta a partir del primero de enero del año siguiente al de su fabricación (...)

CAPITULO II: CONDICIONES DE SEGURIDAD Y CALIDAD

Artículo 28.- Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito.



El transportista deberá acreditar que el vehículo que oferta para prestar el servicio de transporte turístico terrestre cuenta con el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito contratado conforme a lo establecido en el Reglamento Nacional de Responsabilidad Civil y Seguros Obligatorio por Accidentes de Tránsito.

Artículo 29.- Acreditación del buen estado del Vehículo Ofertado.

El buen estado de funcionamiento del vehículo será acreditado por el transportista con el Certificado de Revisión Técnica Ordinaria, mientras que las características específicas señaladas en el presente reglamento serán acreditadas por el transportista con el Certificado de Revisión Técnica Complementaria. Por su parte, el equipamiento del vehículo se acreditará con el acta de inspección que realice la autoridad competente del sector turismo. (Ministerio de Transportes y Comunicaciones, 2005)

2.3 Variable E Indicadores

2.3.1 Identificación De Variable

- **Renta de vehículos.** - Se trata de una categoría de transporte destinada en exclusividad a las personas que están disfrutando de su tiempo de ocio. La renta de Vehículos es una alternativa de desplazamiento puntual por cortos o largos periodos de tiempo que ofrece vehículos privados dedicados tanto al ocio como al negocio. Por definición los servicios de renta de vehículos son catalogados como discrecionales, ya que no están sujetos ni a horarios, calendarios ni frecuencias programadas. (Garcia Isa, 2013)
- **Vehículos M1.**- Son los vehículos de 8 asientos o menos sin contar el asiento del conductor. (Ministerio de Transporte y Comunicaciones, 2006)



2.3.2 Operacionalización De Las Variables

Se consideró la variable Renta de Vehículos M1 y sus dimensiones tiempo real de viaje, precio, autonomía, confort, seguridad, limitaciones geográficas, e ambiental.



DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>RENTA DE VEHICULOS</p> <p>Se trata de una categoría de transporte destinada en exclusividad a las personas que están disfrutando de su tiempo de ocio.</p> <p>La renta de Vehículos es una alternativa de desplazamiento puntual por cortos o largos periodos de tiempo que ofrece vehículos privados dedicados tanto al ocio como al negocio.</p> <p>Por definición los servicios de renta de vehículos son catalogados como discrecionales, ya que no están sujetos ni a horarios, calendarios ni frecuencias programadas. (Garcia Isa, 2013)</p> <p>Vehículos M1</p> <p>Son los vehículos de 8 asientos o menos sin contar el asiento del conductor. (Ministerio de Transporte y Comunicaciones, 2006)</p>	<p>Según (Blasco i Peris, 2015), los factores de elección de un medio de transporte son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo Real de Viaje • Precio • Autonomía • Confort • Seguridad • Limitaciones geográficas • Ambiental 	<p>Tiempo real de viaje: Según se entiende por el tiempo que se contabiliza desde el momento de la salida del domicilio del viajero hasta la llegada al destino concreto. Entonces se entiende por el tiempo efectivo más el tiempo muerto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo Efectivo • Tiempo Muerto
		<p>Precio: Es aquel que marca la compañía por el transporte del pasajero, su equipaje y servicios incluidos en el trayecto, puede ser distributivo y acumulativo (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Distributivo • Precio Acumulativo
		<p>Autonomía: La autonomía debemos de entenderla como la posibilidad de que el turista programe el viaje a su gusto, por lo tanto, hace referencia a la libertad de decisión. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control de ruta • Control de tiempo
		<p>Confort: Por una parte, se trata de comodidad física y por otra parte a la comodidad psicológica. (Garcia Isa, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad
		<p>Seguridad: Se trataría de la falta de peligro o riesgo en el medio de transporte. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad Objetiva • Seguridad Subjetiva
		<p>Limitaciones Geográficas: : La limitación geográfica es un factor objetivo que condiciona nuestra capacidad de elección. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso • Distancia



		<p>Ambiental: La repercusión directa o indirecta del transporte en el medio ambiente es una preocupación creciente por parte de los viajeros, que se enmarca perfectamente en las ultimas tendencias y previsiones de la OMT. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none">• Contaminación Atmosférica• Contaminación Visual• Contaminación sonora
--	--	---	---



Dimensiones:

Tiempo real de viaje: Según se entiende por el tiempo que se contabiliza desde el momento de la salida del domicilio del viajero hasta la llegada al destino concreto. Entonces se entiende por el tiempo efectivo más el tiempo muerto.

Precio: Es aquel que marca la compañía por el transporte del pasajero, su equipaje y servicios incluidos en el trayecto, puede ser distributivo y acumulativo (Blasco i Peris, 2015)

Autonomía: La autonomía debemos de entenderla como la posibilidad de que el turista programe el viaje a su gusto, por lo tanto, hace referencia a la libertad de decisión. (Blasco i Peris, 2015)

Confort: Por una parte, se trata de comodidad física y por otra parte a la comodidad psicológica. (Garcia Isa, 2013)

Seguridad: Se trataría de la falta de peligro o riesgo en el medio de transporte. (Blasco i Peris, 2015)

Limitaciones Geográficas: La limitación geográfica es un factor objetivo que condiciona nuestra capacidad de elección. (Blasco i Peris, 2015)

Ambiental: La repercusión directa o indirecta del transporte en el medio ambiente es una preocupación creciente por parte de los viajeros, que se enmarca perfectamente en las últimas tendencias y previsiones de la OMT. (Blasco i Peris, 2015)



2.4 Definición de términos básicos

- **Distanciamiento social.** - Según (Australian Government Department of Health, 2020) “El distanciamiento social incluye formas de detener o retardar la propagación de enfermedades infecciosas. Significa menos contacto entre usted y otras personas”
- **Pandemia.** – Según (Real Academia de la lengua Española, 2019) Enfermedad epidémica que se extiende a muchos países o que ataca a casi todos los individuos de una localidad o región.
- **Renta.** – Según la (Real Academia de la lengua Española, 2019) es aquello que paga en dinero o en frutos un arrendatario.
- **Transporte.** – Según la (Real Academia de la lengua Española, 2019) es un sistema de medios para conducir personas y cosas de un lugar a otro.
- **Objetivo.** – Según la (Real Academia de la lengua Española, 2019) sería perteneciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.
- **Subjetivo.** – Según la (Real Academia de la lengua Española, 2019) sería perteneciente o relativo al modo de pensar o de sentir del sujeto, y no al objeto en sí mismo.
- **Tiempo Efectivo.** - Tiempo dedicado al viaje propiamente dicho. (Blasco i Peris, 2015, p. 57)
- **Tiempo Muerto.** - Es todo el tiempo no empleado al viaje propiamente dicho. (Blasco i Peris, 2015, p. 57)
- **Precio Distributivo.** - Es el precio total dividido entre los pasajeros, por lo que a más pasajeros el precio por persona es menor. (Blasco i Peris, 2015)



- **Precio Acumulativo.** - Es el precio total de todos los servicios.
- **Control De Ruta.** - Control de destinos a visitar y paradas a realizar.
- **Control De Tiempo.** - Control de tiempo empleado en cada viaje,
- **Comodidad.** - elementos del servicio introducidos con el propósito de hacer que los viajes en transporte público sean relajantes y placenteros. (Luis, 2013)
- **Seguridad Objetiva.** - Seguridad real, representada por estadísticas.
- **Seguridad Subjetiva.** - Percepción de seguridad que tiene cada viajero.
- **Contaminación Atmosférica.** - Presencia en la atmosfera de materias, sustancias o formas de energía que impliquen molestia grave, riesgo o daño para la seguridad o la salud de las personas, el medio ambiente y demás bienes de cualquier naturaleza. (Real Academia de la lengua Española, 2019)
- **Contaminación Visual.** - Interferencia que impide o distorsiona la contemplación de un bien inmueble integrante del patrimonio histórico o de su entorno de protección. (Real Academia de la lengua Española, 2019)
- **Contaminación Sonora.** - Presencia en el ambiente de ruidos o vibraciones, cualquiera que sea el emisor acústico que los origine, que implican molestia, riesgo o daño para las personas, para el desarrollo de sus actividades o para los bienes de cualquier naturaleza, o que causan efectos significativos sobre el medio ambiente. (Real Academia de la lengua Española, 2019)

3 CAPITULO III METODO DE INVESTIGACION

3.1 Tipo De Investigación.

La presente investigación es de nivel Descriptivo, ya que solo pretende describe y/o recoger información sobre la renta de vehículos como alternativa para la reactivación del turismo en tiempos de Covid19.



3.2 Diseño De Investigación.

El diseño de la presente investigación es, no experimental ya que solo pretende analizar la variable en su contexto natural y no manipular la variable.

3.3 Población.

La población está compuesta por representantes legales de las agencias operadoras de turismo en el departamento del Cusco Provincia del Cusco Distrito del Cusco que según (MINCETUR, 2010) serian un total de 856 operadores turísticos. Y los turistas que usaron el servicio y/o estén interesados en usar servicio.

3.4 Muestra De La Investigación

Se utilizará el muestreo no probabilístico por conveniencia que tendrá un aproximado de 80 personas.

3.5 Técnicas De Recolección de Datos.

Tabla 1 Recolección de datos

TECNICA	DESCRIPCION	INSTRUMENTO
Encuesta	Se proporcionará al encuestado un cuestionario online para ser llenado personalmente.	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia



3.6 Validez Y Confiabilidad De Instrumentos

3.7 Plan De Análisis De Datos

Después aplicar todos los procesos estadísticos a las técnicas usadas en el instrumento, los resultados serán seleccionados en grupos y se procederá a realizar un análisis e interpretar toda la información adquirida. A continuación, se elaborará las conclusiones.



4 CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INVESTIGACION

4.1. Presentación y fiabilidad del instrumento aplicado

4.1.1. Presentación del instrumento

Para analizar en qué medida la renta de vehículos M1 favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020, se encuestó a 80 turistas que utilizaron alguna vez el servicio y a representantes legales de las empresas operadoras turísticas, en el que se considera 26 ítems distribuidos de la siguiente manera:

Tabla 1

Distribución de los ítems del cuestionario

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
Renta de vehículos M1	Tiempo Real de Viaje	Tiempo Efectivo	1,2	
		Tiempo Muerto	3,4	
	Precio	Precio Distributivo	5,6	
		Precio Acumulativo	7,8	
	Autonomía	Control de Ruta	9,10	
		Control de Tiempo	11,12	
	Confort	Comodidad	13,14	
		Seguridad	Seguridad Objetiva	15,16
			Seguridad Subjetiva	17
	Limitaciones Geográficas	Acceso	18	
		Distancia	19,20	
	Ambiental		Contaminación Atmosférica	21,22
			Contaminación Visual	23, 24
			Contaminación Sonora	25,26

Fuente: Elaboración propia



Para las interpretaciones de las tablas y figuras estadísticas se utilizó la siguiente escala de baremación e interpretación.

Tabla 2

Descripción de la Baremación y escala de interpretación

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy negativa
1,81 – 2,60	Negativa
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Positiva
4,21 – 5,00	Muy positiva

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Fiabilidad del instrumento aplicado

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en el análisis de la renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del turismo en épocas de covid19 Cusco 2020. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0.8. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.
- Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0.8. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.

Para obtener el coeficiente de Alfa de Cronbach, se utilizó el software SPSS, cuyo resultado fue el siguiente:

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,802	26



Como se observa, el Alfa de Cronbach tiene un valor de 0,802 por lo que se establece que el instrumento es fiable para el procesamiento de datos.

4.2. Resultados de las dimensiones de renta de vehículos M1

Para analizar en qué medida la renta de vehículos M1 favorecería la reactivación del turismo en épocas del covid19 cusco 2020, se describe las dimensiones: tiempo real de viaje, precio, autonomía, confort, seguridad, limitaciones geográficas y ambiental. Los resultados se presentan a continuación:

4.2.1. Tiempo Real de Viaje

El objetivo es analizar en qué medida el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020

A) Resultados de los indicadores de la dimensión tiempo real de viaje

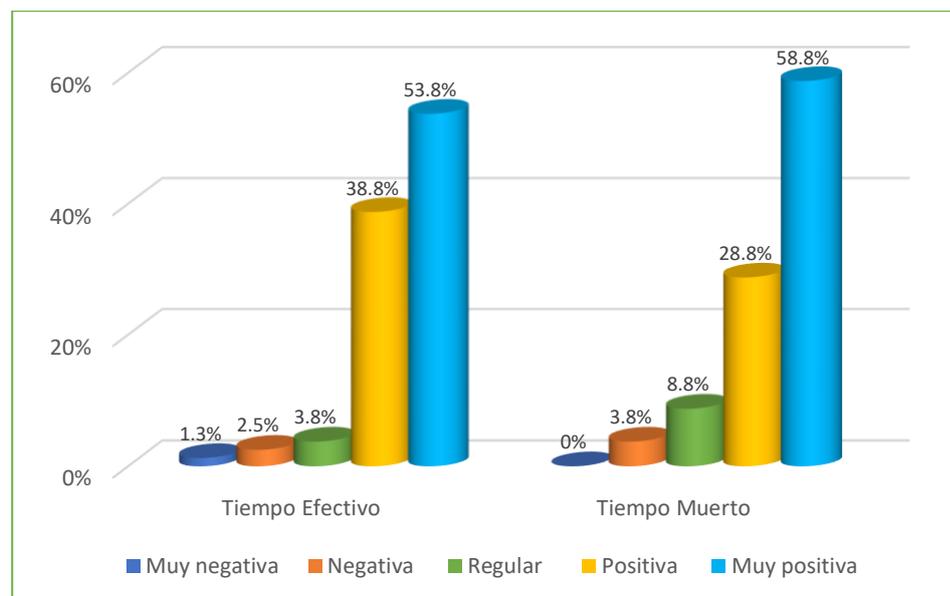


Figura 1: Indicadores de la dimensión tiempo real de viaje

Interpretación y análisis:



- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 1, el indicador Tiempo Efectivo: El 53.8% de la población encuestada indica que el tiempo efectivo es muy importante para la elección de un medio de transporte y que el tiempo efectivo disminuye utilizando vehículos M1 y el 1.3% de la población encuestada indica que el tiempo efectivo no es importante para la elección de un medio de transporte y que el tiempo efectivo utilizando vehículos M1 no disminuye.
- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 1, el indicador Tiempo Muerto: El 58.8% de la población encuestada indica que el tiempo de espera en un recorrido influye en la elección de un medio de transporte y que el tiempo de espera disminuye utilizando un vehículo privado y el 3.8% de la población encuestada indica que el tiempo de espera en un recorrido no influye en la elección de un medio de transporte y que el tiempo de espera no disminuye utilizando un vehículo privado.

B) Resultados de la dimensión tiempo real de viaje

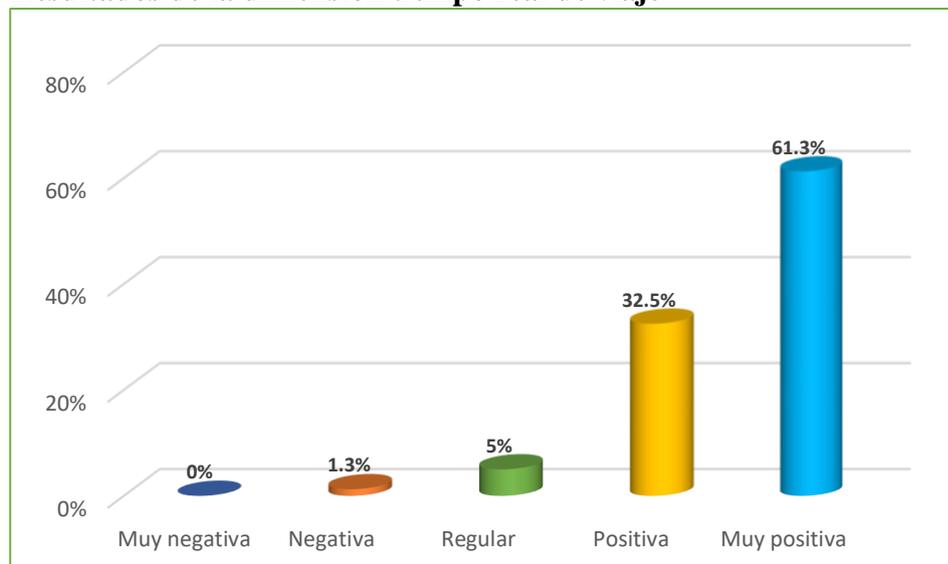


Figura 2: Tiempo real de viaje

Interpretación y análisis:



De acuerdo a lo observado en la Figura 2, la dimensión Tiempo Real de Viaje: Según 61.3% de la población encuestada el tiempo real de viaje favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 1.3% de la población encuestada el tiempo real de viaje favorecería de manera negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.2.2. Precio

El objetivo es analizar en qué medida el precio favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión precio

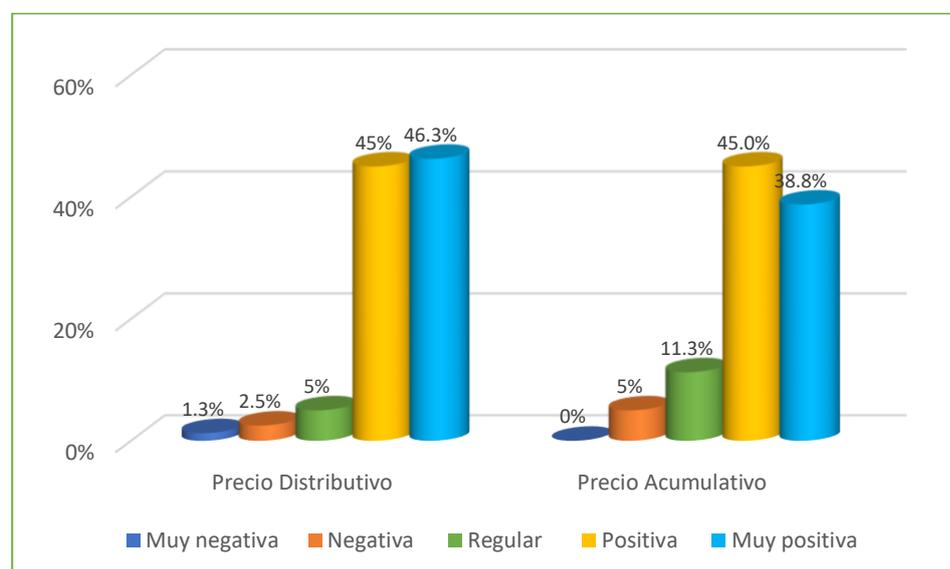


Figura 3: Indicadores de la dimensión precio

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 3, el indicador Precio Distributivo: El 46.3% de la población encuestada indica que el precio distributivo por



persona influye en la elección de un medio de transporte y considera accesible el precio por persona al rentar un vehículo M1 y el 1.3% de la población encuestada indica que el precio distributivo no influye en la elección e un medio de transporte y considera poco accesible el precio por persona al rentar un vehículo M1.

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 3, el indicador Precio Acumulativo: El 45% de la población encuestada indica que el final influye en la elección de un medio de transporte y que el precio de la renta de un vehículo M1 es accesible y el 5% de la población encuestada indica que el precio final no influye en la elección de un medio de transporte y que el precio de la renta de un vehículo M1 es poco accesible.

B) Resultados de la dimensión precio

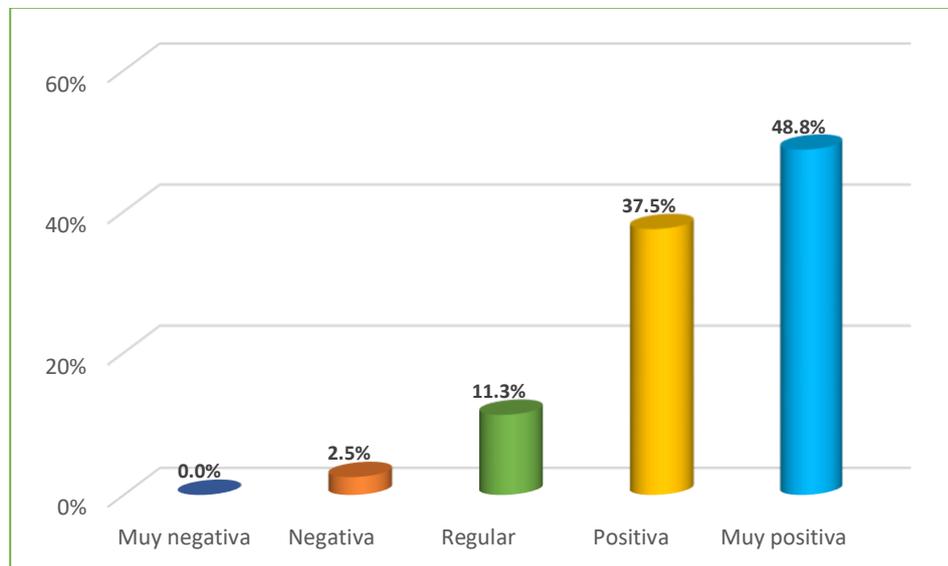


Figura 4: Precio

Interpretación y análisis:



De acuerdo a lo observado en la Figura 4, la dimensión Precio: Según 48.8% de la población encuestada el precio favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 2.5% de la población encuestada el tiempo real de viaje favorecería de manera negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.2.3. Autonomía

El objetivo es analizar en qué medida la autonomía favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión autonomía

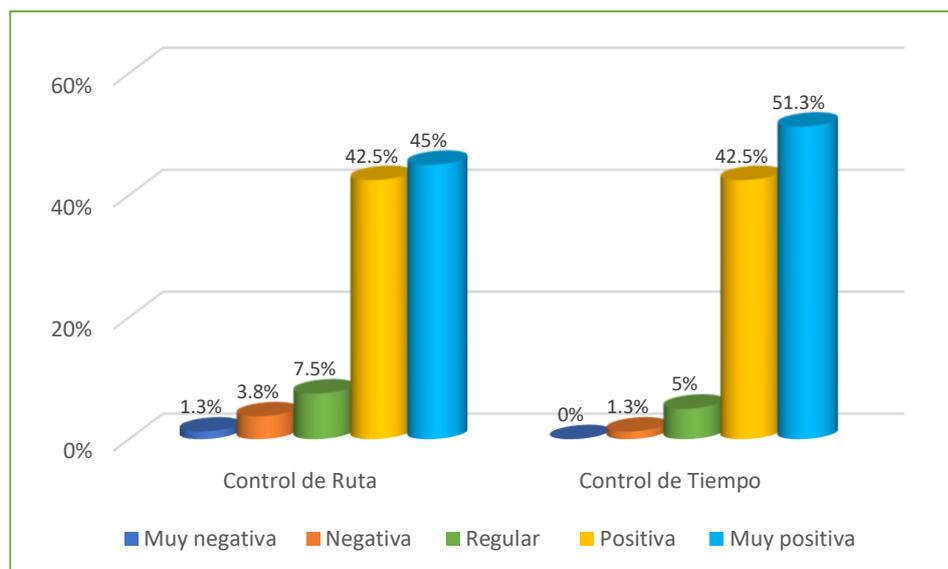


Figura 5: Indicadores de la dimensión autonomía

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 5, el indicador Control de Ruta: El 45% de la población encuestada indica que el control de la ruta es determinante en la elección de un medio de transporte e indica adecuado el control de la ruta utilizando un vehículo privado y el 5% de la población encuestada indica que el control de la ruta



no es determinante en la elección de un medio de transporte e indica poco adecuado el control de la ruta utilizando un vehículo privado.

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 5, el indicador Control de Tiempo: El 51.3% de la población encuestada indica que el control de tiempo es determinante en la elección de un medio de transporte e indica adecuado el control de tiempo utilizando un vehículo privado y el 1.3% de la población encuestada indica que el control de la ruta no es determinante en la elección de un medio de transporte e indica poco adecuado el control de tiempo utilizando un vehículo privado.

B) Resultados de la dimensión autonomía

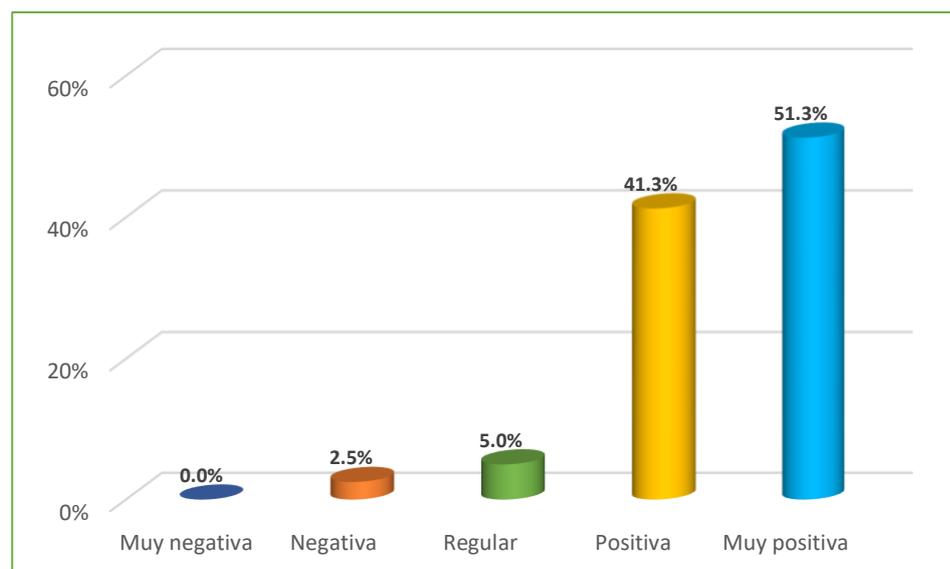


Figura 6: Autonomía

Interpretación y análisis:

De acuerdo a lo observado en la Figura 6, la dimensión Autonomía: Según 51.3% de la población encuestada la Autonomía favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 2.5% de la población encuestada la autonomía favorecería de manera negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.



4.2.4. Confort

El objetivo es analizar en qué medida el confort favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.

A) Resultados de los indicadores de la dimensión confort

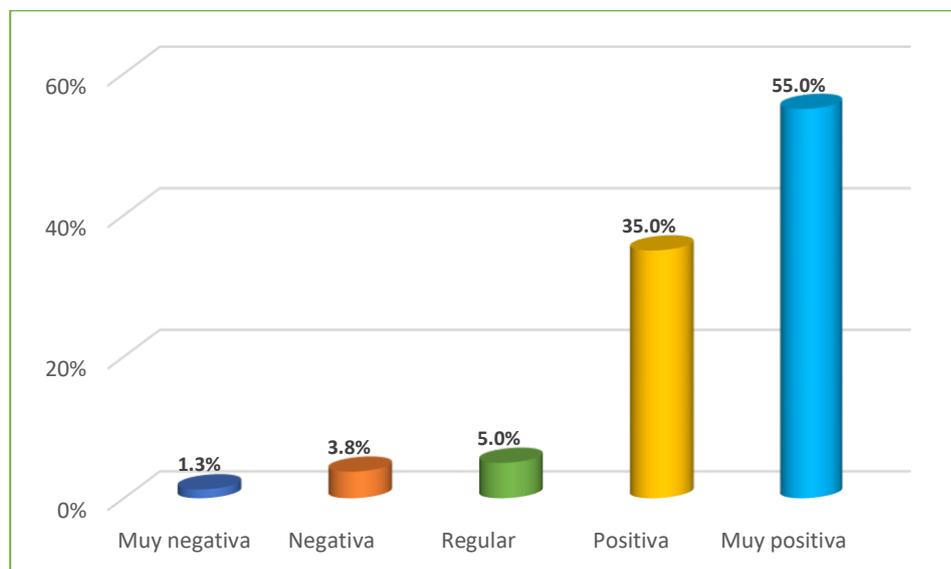


Figura 7: Indicadores de la dimensión confort

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 7, el indicador Comodidad: El 55% de la población encuestada indica que la comodidad es un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que los vehículos M1 son cómodos para realizar actividades turísticas y el 1.3% de la población encuestada indica que la comodidad no es un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que los vehículos M1 no son cómodos para realizar actividades turísticas.



B) Resultados de la dimensión confort

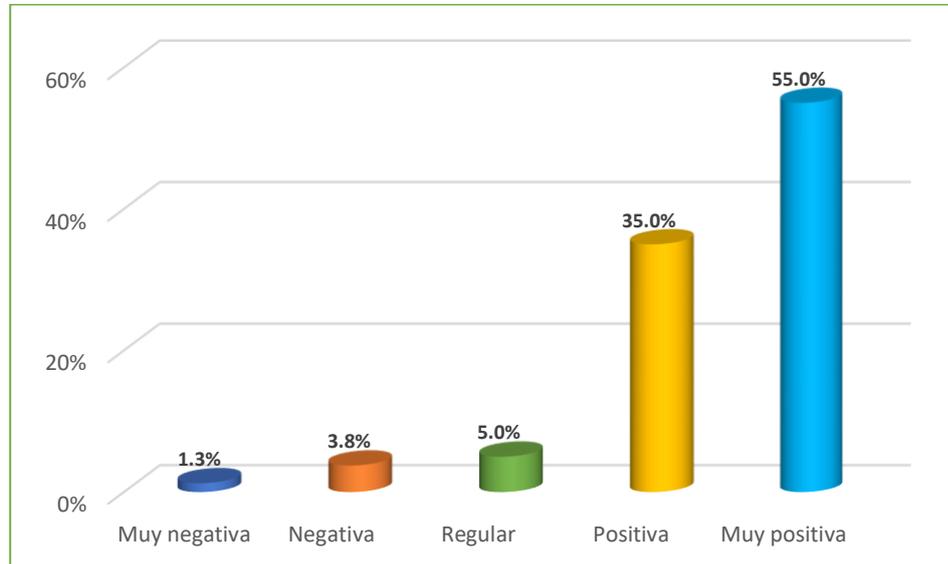


Figura 8: Confort

Interpretación y análisis:

De acuerdo a lo observado en la Figura 8, la dimensión Confort: Según 55% de la población encuestada el confort favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 1.3% de la población encuestada la autonomía favorecería de manera muy negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.2.5. Seguridad

El objetivo es analizar en qué medida la seguridad favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.



A) Resultados de los indicadores de la dimensión seguridad

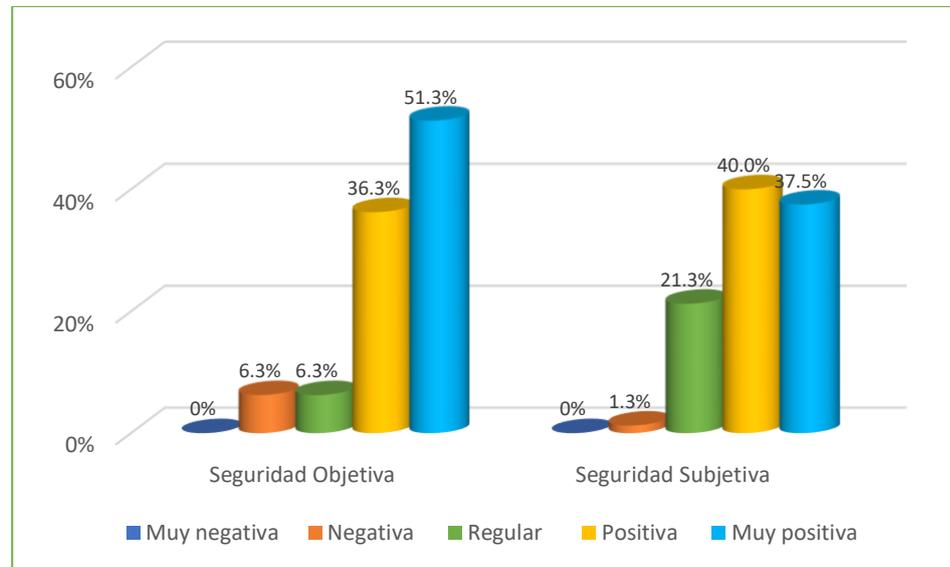


Figura 9: Indicadores de la dimensión seguridad

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 9, el indicador Seguridad Objetiva: El 51.3% de la población encuestada indica que las estadísticas de seguridad son importantes en la elección de un medio de transporte e indica adecuada la seguridad de los vehículos M1 para la actividad turística y el 6.3% de la población encuestada indica las estadísticas de seguridad no son importantes en la elección de un medio de transporte e indica inadecuada la seguridad de los vehículos M1 para la actividad turística.
- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 9, el indicador Seguridad Subjetiva: El 40% de la población encuestada indica que genera más seguridad tener el control de un vehículo privado y el 1.3% de la población encuestada indica que no genera las seguridad tener el control de un vehículo privado.



B) Resultados de la dimensión seguridad

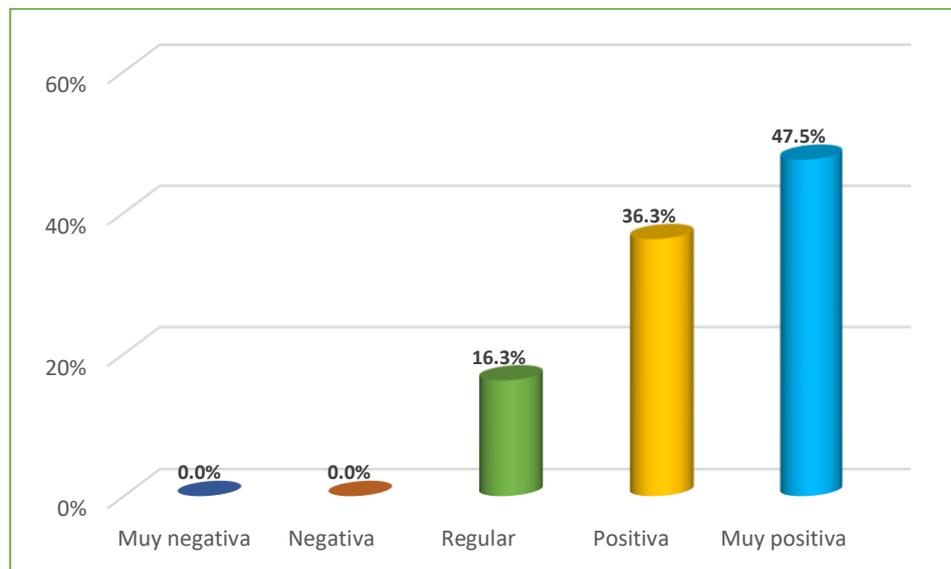


Figura 10: Seguridad

Interpretación y análisis:

De acuerdo a lo observado en la Figura 10, la dimensión Seguridad: Según 47.5% de la población encuestada la Seguridad favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 16.3% de la población encuestada la seguridad favorecería de manera regular a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.2.6. Limitación Geográfica

El objetivo es analizar en qué medida las limitaciones geográficas favorecerían la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.

A) Resultados de los indicadores de la limitación geográfica

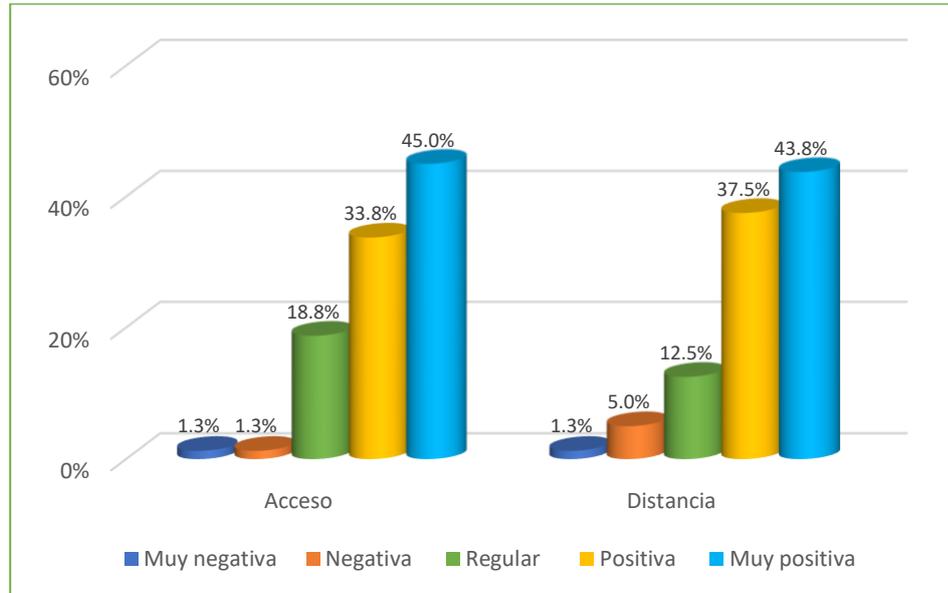


Figura 11: Indicadores de la limitación geográfica

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 11, el indicador Acceso: El 45% de la población encuestada indica que considera la accesibilidad del lugar un factor determinante en la elección del medio de transporte y el 1.3% de la población encuestada que no considera la accesibilidad del lugar un factor determinante en la elección de un medio de transporte.
- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 11, el indicador Acceso: El 43.8% de la población encuestada indica que la distancia es un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que la distancia es un factor determinante antes de realizar un viaje de turismo y el 1.3% de la población encuestada que la distancia no es un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que la distancia no es un factor determinante antes de realizar un viaje.



B) Resultados de la limitación geográfica

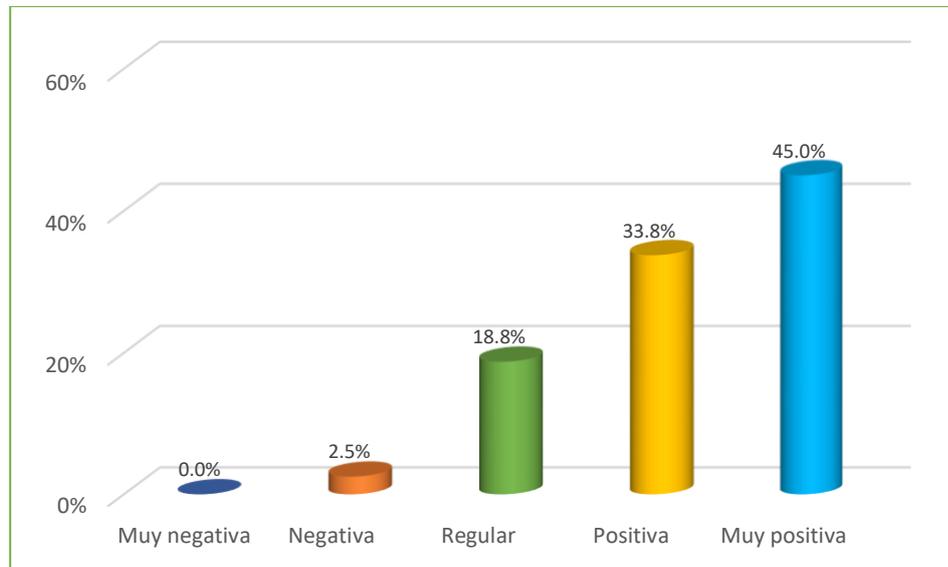


Figura 12: Limitación Geográfica

Interpretación y análisis:

De acuerdo a lo observado en la Figura 12, la dimensión Limitaciones Geográficas: Según 45% de la población encuestada Limitaciones Geográficas favorecería de manera muy positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 2.5% de la población encuestada las limitaciones geográficas favorecerían de manera negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.2.7. Ambiental

El objetivo es analizar en qué medida la dimension ambiental favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020.



A) Resultados de los indicadores de Ambiental

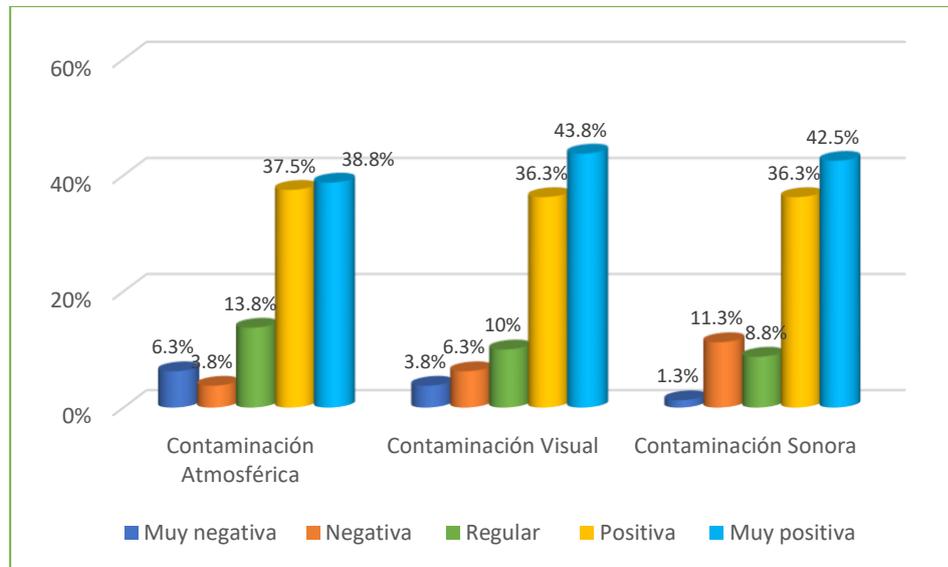


Figura 13: Indicadores de Ambiental

Interpretación y análisis:

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 13, el indicador Contaminación Atmosférica: El 38.8% de la población encuestada indica que considera la contaminación atmosférica un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1 contaminan menos la atmosfera y el 1.3% de la población encuestada que no considera la contaminación atmosférica un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1 no contaminan menos la atmosfera.
- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 13, el indicador Contaminación Visual: El 43.8% de la población encuestada indica que considera la contaminación visual un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1



contaminan menos visualmente y el 3.8% de la población encuestada no considera la contaminación visual un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1 no contaminan menos visualmente.

- De acuerdo a los resultados observados en la Figura 13, el indicador Contaminación Sonora: El 42.5% de la población encuestada indica que considera la contaminación sonora un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1 son menos sonoro-contaminantes y el 1.3% de la población encuestada no considera la contaminación sonora un factor determinante en la elección de un medio de transporte e indica que cree que los vehículos M1 no son menos sonoro-contaminantes.

B) Resultados de Ambiental

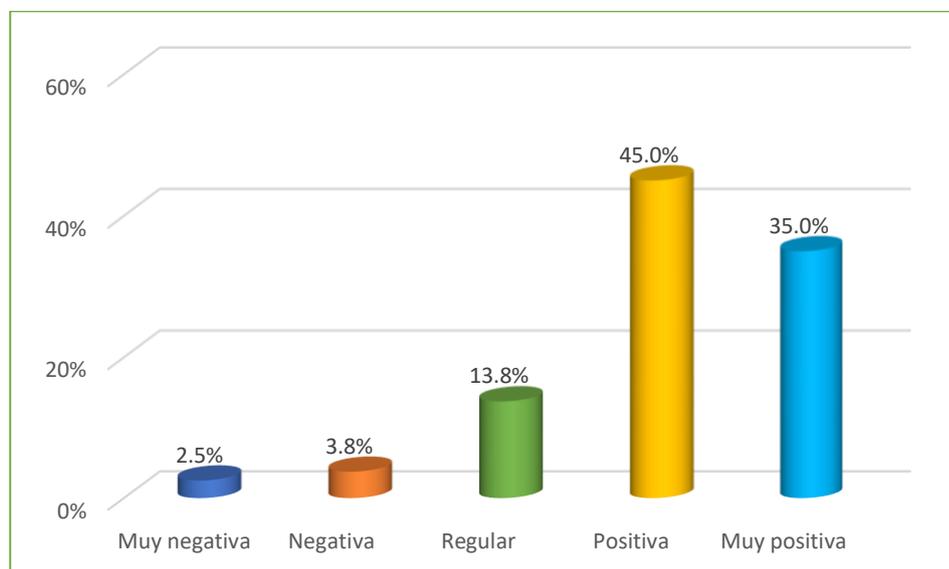


Figura 14: Ambiental

Interpretación y análisis:



De acuerdo a lo observado en la Figura 14, la dimensión Ambiental : Según 45% de la población encuestada el Impacto Ambiental utilizando vehículos M1 favorecería de manera positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 2.5% de la población encuestada el impacto ambiental utilizando vehículos M1 favorecerían de manera negativa a la reactivación del turismo en épocas de covid19.

4.3. Resultado de la variable Renta de Vehículos M1

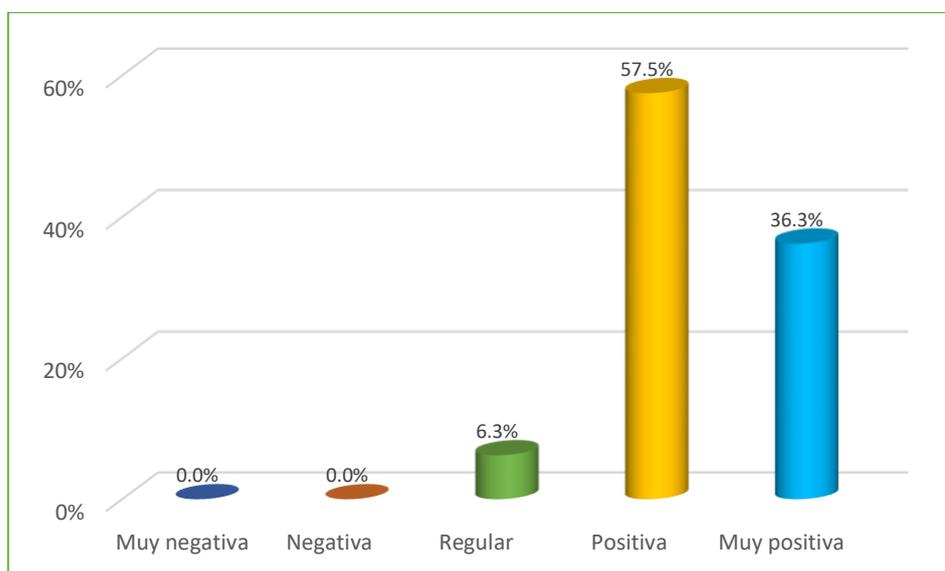


Figura 15: Renta de Vehículos M1

Interpretación y análisis:

De acuerdo a lo observado en la Figura 15, la variable Renta de vehículos M1 : Según 57.5% de la población encuestada La renta de vehículos M1 favorecería de manera positiva a la reactivación del turismo en tiempos del covid19 y según 6.3% de la población encuestada la renta de vehículos M1 favorecerían de manera regular a la reactivación del turismo en épocas de covid19.



5 CAPÍTULO V

DISCUSION

5.1 DISCUSIÓN

5.1.1 Descripción De Los Hallazgos Más Importantes

- Como primer hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Tiempo Real 78.8% del total de la población encuestada indica que utilizando los vehículos M1 disminuye el tiempo total de viaje.
- Como segundo hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Precio 65% personas de la población total encuestada considera que el precio de la renta de vehículos es accesible.
- Como tercer hallazgo impórtate podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Autonomía 83.8% del total de la población encuestada indica que tener control del tiempo es un factor muy importante en la elección de un medio de transporte, analizando todos los medios de transporte el vehículo privado es el único que brinda control total del tiempo al turista para poder tener un ritmo propio adecuado a sus intereses.
- Como cuarto hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Confort 80.3% del total de la población encuestada considera que los vehículos M1 con cómodos para realizar actividad turística.



- Como quinto hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Seguridad se puede observar que 77.5% de la población encuestada siente más seguridad teniendo el control total del transporte que utilizara para hacer turismo y el vehículo privado es el único transporte que permite al turista tener el control total del transporte.
- Como sexto hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Limitaciones Geográficas 75% de la población encuestada indica que las distancias son un factor determinante para elegir un medio de transporte.
- Como séptimo hallazgo importante podemos mencionar que en cuanto a la dimensión Ambiental 76.3% de la población considera los vehículos M1 contaminan menos visualmente.

5.1.2 Limitaciones Del Estudio

- Como primera limitación tenemos a la pandemia del COVID19 ya que no se pudo entrevistar personalmente a la población.
- Como segunda limitación se pudo observar la escasez de información acerca del servicio de renta de vehículos.

5.1.3 Comparaciones Críticas Con La Literatura Existente

Se observa que en la literatura existente en Guatemala y Ecuador citados en la presente investigación el segmento de mercado de renta de vehículos es importante para el turismo pero no es explotado de manera que tenga mucha oferta y demanda. Es el caso de este segmento de mercado en nuestro país que lamentablemente la población no tiene conocimiento de estos servicios y por eso no se explota de manera provechosa para el turismo.



En referencia a la autora (Nakayo, 2014) en la tesis ELEMENTOS QUE CONFORMAN EL SERVICIO DE TRANSPORTE TERRESTRE PARA EL DESARROLLO DE LA COMPETITIVIDAD DEL DESTINO TURÍSTICO, menciona que el servicio de calidad, la seguridad e infraestructura y la promoción turística son aspectos importante a considerar al momento de elegir un medio de transporte siendo este también el caso de la presente investigación que toma como pilar importante la dimensión seguridad y sus indicadores seguridad objetiva y subjetiva al momento de elegir un medio de transporte en este caso rentar un vehículo M1 con fines turísticos.

En referencia a los autores (Pinares Andagua & Tintaya Huaraca, 2018) en la tesis ANÁLISIS DE ENFOQUE EN LA AMPLIACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE TURÍSTICO COMO ALTERNATIVA DE MEJORA DE ACCESIBILIDAD AL SANTUARIO DE MACHU PICCHU Y SU IMPACTO EN EL TURISMO RECEPTIVO – CUSCO 2018 se expone que el sistema de transporte turístico como alternativa de mejora en el acceso al Santuario de Machu Picchu influiría significativamente en el turismo receptivo se encuentra similitud con lo expuesto en la presente investigación debido a que la renta de vehículos M1 son una nueva alternativa de transporte turístico seguro debido a que sigue los lineamientos de distanciamiento social esto influiría positivamente en la reactivación del turismo en épocas de Covid19.

5.1.4 Implicancia De Estudio

La presenta investigación informa, esclarece y visibiliza el servicio de renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del turismo para todos aquellos turistas que deseen visitar la ciudad del Cusco en tiempos de Covid19 ya que estos vehículos al ser privador y seguir lineamientos de distanciamiento social serian la opción mas segura de hacer turismo. También informa y presenta como alternativa a los operadores de turismo en la



ciudad del Cusco para así poder reactivar alquilar o subalquilar estos vehículos para brindar sus servicios.

5.2 PROPUESTA

De acuerdo a la investigación y a los resultados de las encuestas realizadas la propuesta es implementar la renta de vehículos M1 para la reactivación del turismo en épocas de covid19.

5.2.1 Nombre de la Propuesta:

Plan de implementación de renta de vehículos M1 para la reactivación del Turismo en épocas de Covid19,

5.2.2 Descripción:

Los problemas observados en la reactivación del turismo en épocas de covid19 son:

- Los lineamientos del distanciamiento social no permiten la aglomeración de personas en un mismo lugar y por ende el uso de vehículos masivos en full capacidad para hacer turismo en la ciudad del Cusco.
- Siendo la pandemia del covid19 un reto sin precedentes la ciudad del Cusco no cuenta con muchas empresas de alquiler de vehículos M1 también conocidos como vehículos de menor capacidad.
- El sentimiento de inseguridad de los turistas al realizar nuevamente turismo debido al riesgo de contagio.
- Inseguridad en los medios de transporte terrestre ya que mucho de ellos no cuenta con los elementos necesarios para ofrecer un servicio seguro sin riesgo de contagio.



- No todas las empresas de transporte turístico cuentan con un PLAN PARA LA VIGILANCIA, PREVENCIÓN Y CONTROL DE COVID19 EN EL TRABAJO.

Todo esto genera que la reactivación del turismo en la ciudad del Cusco se vea afectada y claramente se siga viendo la falta de trabajo que el turismo genera en la población cusqueña. Se requiere un plan de implementación de renta de vehículos M1 para la reactivación del Turismo en épocas de covid19.

5.2.3 Justificación:

La relevancia del plan de implementación de la renta de vehículos M1 para la reactivación del turismo en la ciudad del Cusco en tiempos de covid19 permitirá:

- Restablecer la confianza de los turistas ofreciendo turismo, nuevas experiencias y seguridad a la vez.
- Restablecer paulatinamente la economía de la población cusqueña favorecida por la actividad turística.
- Crear puestos de trabajo basados en la actividad turística.

5.2.4 Público Objetivo:

- Turistas
- Empresas de transporte turístico

5.2.5 Objetivos de la Propuesta:

Objetivo General:



- Implementar la renta de vehículos M1 para la reactivación del turismo en la ciudad del Cusco

Objetivos Específicos:

- Ofrecer visitas seguras y accesibles a los diferentes atractivos turísticos de la ciudad del Cusco.
- Evitar la aglomeración de turistas en los atractivos turísticos de la ciudad del Cusco para disminuir el riesgo de contagio.

5.2.6 Actividades inherentes al desarrollo de la propuesta:

- i. Capacitar a las empresas de transporte turístico para la creación de, PLAN PARA LA VIGILANCIA, PREVENCIÓN Y CONTROL DE COVID19 EN EL TRABAJO, adecuadas a la realidad de cada empresa mediante talleres dirigidos por la DIRCETUR, la DRTC y el MINSA.
- ii. Capacitar a las empresas de RENT A CAR ya existentes, que ofrecen vehículos M1 para realizar planes de marketing de esta manera cumplir con sus objetivos de ventas y crear un flujo constante de turistas utilizando estos servicios.
- iii. Solicitar al gobierno regional la implementación de más espacios de estacionamiento alrededor de los atractivos turísticos con más afluencia en la ciudad del Cusco.
- iv. Establecer conexiones con determinadas entidades bancarias que puedan ofrecer préstamos con bajo interés a aquellos empresarios que deseen invertir en vehículos M1 para la actividad turística.
- v. Implementación de Equipos de Protección Personal, Alcohol en Gel y Termómetros en los vehículos que prestaran servicios turísticos.



Conclusiones

- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 57.5% considera que la renta de vehículos M1 favorecería positivamente la reactivación del turismo en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que estos vehículos tienen límite de 8 asientos esto contribuiría a seguir los lineamientos de distanciamiento social y seguridad para evitar el esparcimiento del virus.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 61.3% considera que el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que estos vehículos proporcionarían un servicio privado y no tendrían mucho tiempo de espera lo cual facilita a las turistas mantener distanciamiento social.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 48.8% considera que el precio de la renta de vehículos favorecería positivamente la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que el precio es accesible y se puede dividir entre los ocupantes del vehículo.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 51.3% considera que la autonomía favorecería positivamente la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que el turista puede tener control total del vehículo y así tener un plan de viaje de acuerdo a sus prioridades y de la misma manera realizar turismo siguiendo los lineamientos de distanciamiento social.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 55% considera que el confort en los vehículos M1 favorecería positivamente a la reactivación del Turismo



en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que consideran cómodos estos vehículos para realizar turismo.

- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 47.5% considera que la seguridad utilizando vehículos M1 favorecería positivamente a la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 en la ciudad del Cusco debido a que la mayoría de Turistas sienten más seguridad teniendo el control total del medio de transporte que utilizaran para realizar turismo.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 45% considera que las limitaciones geográficas al momento de rentar vehículos M1 favorecería positivamente la reactivación del Turismo en la ciudad del Cusco debido al acceso y distancias.
- Se analizó a la población encuestada y el resultado concluye que el 45% considera que el impacto ambiental utilizando vehículo M1 rentados favorecería positivamente la reactivación del Turismo en la ciudad de Cusco.



Recomendaciones

- Se recomienda a la Universidad Andina del Cusco incluir en el syllabus del curso Transporte Turístico el estudio detallado del Reglamento de Transporte Turístico Terrestre. Se sugiere a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo prestar interés a los diferentes tipos de transportes turísticos ya que el transporte está íntimamente ligado con el Turismo.
- Se recomienda a la Policía de Turismo brindar información a los turistas de los lugares de parqueo y tiempo permitido en cada uno de los atractivos. Se sugiere a los estudiantes Guías de Turismo ser responsables y cumplir el tiempo permitido en cada uno de los atractivos turísticos.
- Se recomienda a la Municipalidad del Cusco la implementación de parqueo económico para turistas que rentaron vehículos M1 y visiten atractivos turísticos de la ciudad. Se sugiere a las agencias de turismo no alzar los precios de la renta de vehículos M1 debido a la posible demanda.
- Se recomienda a la Escuela Profesional de Turismo realizar talleres para dar a conocer de las nuevas alternativas de Turismo en cada una de sus modalidades para así diversificar la oferta turística. Se recomienda a los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo estar a la vanguardia de la oferta turística y conocer las diferentes opciones de turismo en la Ciudad del Cusco.
- Se recomienda a la DIRCETUR concientizar a las agencias que brindan servicios de renta de vehículos para brindar un servicio de calidad para brindar comodidad al turista al momento de hacer turismo. Se sugiere a las agencias de turismo que ofrezcan vehículos cómodos para realizar la actividad turística.



- Se recomienda a las agencias de turismo realizar servicios técnicos constantes a las unidades que rentaran para la actividad turística y crear un PLAN PARA LA VIGILANCIA, PREVENCIÓN Y CONTROL DE COVID19 EN EL TRABAJO y así reducir los riesgos de contagio. Se sugiere a las turistas manejar de manera responsable y segura.
- Se recomienda a la Municipalidad del Cusco mejorar el acceso a los atractivos turísticos. Se sugiere a las agencias de turismo brindar a los turistas mapas e informar con claridad acerca del acceso y las distancias exactas de los atractivos turísticos.
- Se recomienda a las agencias de turismo obtener vehículos menos contaminantes y con menos de 10 años de uso. Se sugiere a los turistas que renten vehículos usar estos de manera responsable sin contaminar el ambiente tanto sonora como visualmente.



Bibliografía

- Alves, G. (27 de Abril de 2020). *Banco de desarrollo de America Lantina*. Obtenido de Desafíos del transporte público en tiempos de coronavirus: <https://www.caf.com>
- Australian Government Department of Health. (2020). *Covid 19*. Australian Government, Camberra.
- Blasco i Peris, A. (2015). *Transporte turistico Gestion, Infraestructuras e innovaciones*. Madrid, España: Editorial Sintesis.
- Caribe, C. E. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. Naciones Unidas CEPAL.
- CEPAL. (2020). *Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia*. Naciones Unidas CEPAL.
- DIRCETUR. (2009). *Manual de Calidad para transporte Turistico*. Cusco: UNIGRAF CUSCO.
- Fuentes Vaca, T. E. (2010). *Plan de publicidad para promover empresas de renta de autos*. Universidad Tecnologica Equinoccial, Ecuador.
- Garcia Isa, I. (2013). *Gestion de empresas de transporte turistico*. Madrid: Editorial Sintesis.
- Luis, G. (2013). *Transporte Público De Calidad Y La Movilidad Urbana*.



Maldonado Reyes, E. M. (2011). *Análisis del mercado para las empresas de alquiler de vehículos en el sector individual nacional de la ciudad capital de Guatemala.*

Universidad del Istmo, Guatemala.

MINCETUR. (2009). *Ley General del Turismo.* Lima.

MINCETUR. (21 de Octubre de 2010). *Directoría Nacional de Prestadores de Servicios Turísticos Calificados.* Obtenido de <https://www.gob.pe/mincetur>

Ministerio de Transporte y Comunicaciones. (2006). *Clasificación Vehicular y Estandarización de Características Registrables Vehiculares.* (pág. 4). Lima: El Peruano.

Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2005). *Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre.* Lima: Diario Oficial el Peruano.

Naciones Unidas. (2010). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo.* Madrid/Nueva York: OMT.

Nakayo, T. N. (2014). *Elementos que conforman El Servicio de Transporte Terrestre para el Desarrollo de la competitividad del destino Turístico Trujillo. Tesis para optar el título de Licenciada en Turismo.* Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo.

Pinares Andagua, I., & Tintaya Huaraca, M. (2018). *Análisis de enfoque en la ampliación del sistema de transporte turístico como alternativa de mejora de accesibilidad al santuario de Machu Picchu y su impacto en el turismo receptivo – Cusco 2018. Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo.* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima.



Real Academia de la lengua Española. (20 de Octubre de 2019). *Real Academia de la lengua Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/>

ANEXOS



INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS

Encuesta de la Renta de vehículos M1 para la reactivación del Turismo en épocas de covid19 Cusco 2020

La presente encuesta tiene como objetivo recopilar datos para el desarrollo del trabajo de investigación “La renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 Cusco 2020”.

Se solicita completar esta encuesta con la valoración que considere más apropiada a la realidad.

Agradezco anticipadamente su participación.

		Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
P1	¿Influye el tiempo de viaje en la selección de un medio de transporte?					
P2	¿Disminuye el tiempo de viaje utilizando vehículos M1?					
P3	¿El tiempo de espera en un recorrido, influye en la elección de un transporte privado?					
P4	¿Disminuye el tiempo de espera utilizando un vehículo privado?					
P5	¿Influye el precio distribuido por persona en la selección de un medio de transporte?					
P6	¿Considera accesible el precio por persona al rentar un vehículo M1?					
P7	¿Es el precio final determinante en la selección de un medio de transporte?					
P8	¿Es accesible el precio de la renta de un vehículo M1?					
P9	¿Considera el control de la ruta determinante a la hora de elegir un medio de transporte?					
P10	¿Considera adecuado el control de la ruta utilizando un vehículo privado?					
P11	¿Considera el control de tiempo un factor determinante en la elección de un medio de transporte?					
P12	¿Es adecuado el control del tiempo utilizando un vehículo privado?					
P13	¿Considera la comodidad como un factor determinante en la elección de un medio de transporte?					
P14	¿Considera cómodo los vehículos M1 para para la actividad turística?					
P15	¿Son las estadísticas de seguridad fundamentales en la selección de un medio de transporte?					
P16	¿Considera adecuada la seguridad de los vehículos M1 para la actividad turística?					
P17	¿Genera más seguridad tener el control de un vehículo privado para la actividad turística?					
P18	¿Considera la accesibilidad del lugar un factor determinante en la elección de un medio de transporte?					
P19	¿Considera las distancias un factor determinante en la elección de un medio de transporte?					
P20	¿Es la distancia un factor determinante antes de realizar un viaje de turismo?					
P21	¿Considera la contaminación atmosférica un factor determinante al elegir un medio de transporte?					



P22	¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos la atmosfera?					
P23	¿Considera la contaminación visual es un factor determinante al elegir un medio de transporte?					
P24	¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos visualmente?					
P25	¿Considera la contaminación sonora un factor determinante al elegir un medio de transporte?					
P26	¿Considera los vehículos M1 menos sonoro-contaminantes?					

Procedimiento de la Baremación

La presente investigación utilizo la escala de medida para medir cada uno de los ítems:

Escala de medida	Valor
Nunca	1
Casi nunca	2
A veces	3
Casi siempre	4
Siempre	5

Promedio máximo de los ítems del instrumento: $\bar{X}_{max} = 5$

Promedio mínimo de los ítems instrumento: $\bar{X}_{min} = 1$

Rango: $R = \bar{X}_{max} - \bar{X}_{min} = 4$

Amplitud: $A = \frac{Rango}{Numero\ de\ escalas\ de\ interpretación} = \frac{4}{5} = 0.80$

Construcción de la Baremación:

Promedio	Escala de Interpretación
1,00 – 1,80	Muy negativa
1,81 – 2,60	Negativa
2,61 – 3,40	Regular
3,41 – 4,20	Positiva
4,21 – 5,00	Muy positiva





Resultados de los ítems del cuestionario

		Nunca		Casi nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
P1	¿Influye el tiempo de viaje en la selección de un medio de transporte?	0	0,0%	1	1,3%	5	6,3%	29	36,3%	45	56,3%
P2	¿Disminuye el tiempo de viaje utilizando vehículos M1?	4	5,0%	1	1,3%	12	15,0%	43	53,8%	20	25,0%
P3	¿El tiempo de espera en un recorrido, influye en la elección de un transporte privado?	2	2,5%	2	2,5%	11	13,8%	31	38,8%	34	42,5%
P4	¿Disminuye el tiempo de espera utilizando un vehículo privado?	1	1,3%	3	3,8%	14	17,5%	19	23,8%	43	53,8%
P5	¿Influye el precio distribuido por persona en la selección de un medio de transporte?	2	2,5%	2	2,5%	13	16,3%	30	37,5%	33	41,3%
P6	¿Considera accesible el precio por persona al rentar un vehículo M1?	0	0,0%	3	3,8%	19	23,8%	27	33,8%	31	38,8%
P7	¿Es el precio final determinante en la selección de un medio de transporte?	1	1,3%	1	1,3%	15	18,8%	34	42,5%	29	36,3%
P8	¿Es accesible el precio de la renta de un vehículo M1?	2	2,5%	1	1,3%	25	31,3%	32	40,0%	20	25,0%
P9	¿Considera el control de la ruta determinante a la hora de elegir un medio de transporte?	1	1,3%	5	6,3%	16	20,0%	26	32,5%	32	40,0%
P10	¿Considera adecuado el control de la ruta utilizando un vehículo privado?	1	1,3%	3	3,8%	13	16,3%	35	43,8%	28	35,0%
P11	¿Considera el control de tiempo un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	0	0,0%	2	2,5%	11	13,8%	27	33,8%	40	50,0%
P12	¿Es adecuado el control del tiempo utilizando un vehículo privado?	1	1,3%	3	3,8%	11	13,8%	32	40,0%	33	41,3%
P13	¿Considera la comodidad como un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	0	0,0%	1	1,3%	13	16,3%	28	35,0%	38	47,5%
P14	¿Considera cómodo los vehículos M1 para para la actividad turística?	2	2,5%	5	6,3%	8	10,0%	30	37,5%	35	43,8%
P15	¿Son las estadísticas de seguridad fundamentales en la selección de un medio de transporte?	3	3,8%	4	5,0%	7	8,8%	34	42,5%	32	40,0%
P16	¿Considera adecuada la seguridad de los vehículos M1 para la actividad turística?	0	0,0%	1	1,3%	14	17,5%	35	43,8%	30	37,5%
P17	¿Genera más seguridad tener el control de un vehículo privado para la actividad turística?	0	0,0%	1	1,3%	17	21,3%	32	40,0%	30	37,5%
P18	¿Considera la accesibilidad del lugar un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	1	1,3%	1	1,3%	15	18,8%	27	33,8%	36	45,0%
P19	¿Considera las distancias un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	2	2,5%	5	6,3%	13	16,3%	30	37,5%	30	37,5%
P20	¿Es la distancia un factor determinante antes de realizar un viaje de turismo?	2	2,5%	5	6,3%	16	20,0%	27	33,8%	30	37,5%
P21	¿Considera la contaminación atmosférica un factor determinante al elegir un medio de transporte?	4	5,0%	3	3,8%	12	15,0%	32	40,0%	29	36,3%
P22	¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos la atmosfera?	3	3,8%	8	10,0%	20	25,0%	26	32,5%	23	28,8%
P23	¿Considera la contaminación visual es un factor determinante al elegir un medio de transporte?	5	6,3%	5	6,3%	10	12,5%	30	37,5%	30	37,5%
P24	¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos visualmente?	5	6,3%	3	3,8%	11	13,8%	34	42,5%	27	33,8%
P25	¿Considera la contaminación sonora un factor determinante al elegir un medio de transporte?	3	3,8%	7	8,8%	11	13,8%	26	32,5%	33	41,3%
P26	¿Considera los vehículos M1 menos sonoro-contaminantes?	2	2,5%	7	8,8%	17	21,3%	31	38,8%	23	28,8%





ANEXOS

A. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: Renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 Cusco-2020

PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLE / DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p>PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿En qué medida la renta de vehículos M1 favorecería la reactivación de Turismo en épocas de Covid19 Cusco 2020?</p> <p>PROBLEMAS ESPECIFICOS</p> <p>¿En qué medida el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p> <p>¿En qué medida el precio favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p> <p>¿En qué medida la autonomía favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p> <p>¿En qué medida el confort favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Analizar en qué medida la renta de vehículos M1 favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <p>Analizar en qué medida el tiempo real de viaje favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>Analizar en qué medida el precio favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>Analizar en qué medida la autonomía favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p>	<p>VARIABLE DE ESTUDIO</p> <p>Renta de Vehículos M1</p> <p>DIMENSIONES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo Real de Viaje • Precio • Autonomía • Confort • Seguridad • Limitaciones geográficas • Ambiental 	<p>ENFOQUE DE LA INVESTIGACION</p> <p>Enfoque Cuantitativo</p> <p>DISEÑO DE LA INVESTIGACION</p> <p>No experimental</p> <p>ALCANCE DE LA INVESTIGACION</p> <p>Descriptivo</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA</p> <p>Operadores de Turismo</p> <p>No probabilística</p>



<p>¿En qué medida la seguridad favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p> <p>¿En qué medida la limitación geográfica favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p> <p>¿En qué medida la dimension ambiental favorecería la reactivación del turismo en épocas de Covid19 cusco 2020?</p>	<p>Analizar en qué medida el confort favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>Analizar en qué medida la seguridad favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>Analizar en qué medida limitación geográfica favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p> <p>Analizar en qué medida la dimension ambiental favorecería la reactivación del Turismo en épocas del Covid19 Cusco 2020</p>		
---	--	--	--

Fuente elaboración propia



B. MATRIZ DE OPERACIONALIZACION

Título: Renta de vehículos M1 como alternativa para la reactivación del Turismo en épocas de Covid19 Cusco-2020

DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>RENTA DE VEHICULOS</p> <p>Se trata de una categoría de transporte destinada en exclusividad a las personas que están disfrutando de su tiempo de ocio.</p> <p>La renta de Vehículos es una alternativa de desplazamiento puntual por cortos o largos periodos de tiempo que ofrece vehículos privados dedicados tanto al ocio como al negocio.</p> <p>Por definición los servicios de renta de vehículos son catalogados como discrecionales, ya que no están sujetos ni a horarios, calendarios ni frecuencias programadas. (García Isa, 2013)</p> <p>Vehículos M1</p> <p>Son los vehículos de 8 asientos o menos sin contar el asiento del conductor. (Ministerio de</p>	<p>Según (Blasco i Peris, 2015), los factores de elección de un medio de transporte son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiempo Real de Viaje • Precio • Autonomía • Confort • Seguridad • Limitaciones geográficas • Ambiental 	<p>Tiempo real de viaje: Según se entiende por el tiempo que se contabiliza desde el momento de la salida del domicilio del viajero hasta la llegada al destino concreto. Entonces se entiende por el tiempo efectivo más el tiempo muerto.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempo Efectivo • Tiempo Muerto
		<p>Precio: Es aquel que marca la compañía por el transporte del pasajero, su equipaje y servicios incluidos en el trayecto, puede ser distributivo y acumulativo (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Precio Distributivo • Precio Acumulativo
		<p>Autonomía: La autonomía debemos de entenderla como la posibilidad de que el turista programe el viaje a su gusto, por lo tanto, hace referencia a la libertad de decisión. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Control de ruta • Control de tiempo
		<p>Confort: Por una parte, se trata de comodidad física y por otra parte a la comodidad psicológica. (García Isa, 2013)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comodidad
		<p>Seguridad: Se trataría de la falta de peligro o riesgo en el medio de transporte. (Blasco i Peris, 2015)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad Objetiva



Transporte y Comunicaciones, 2006)			<ul style="list-style-type: none">• Seguridad Subjetiva
		Limitaciones Geográficas: : La limitación geográfica es un factor objetivo que condiciona nuestra capacidad de elección. (Blasco i Peris, 2015)	<ul style="list-style-type: none">• Acceso• Distancia
		Ambiental: La repercusión directa o indirecta del transporte en el medio ambiente es una preocupación creciente por parte de los viajeros, que se enmarca perfectamente en las ultimas tendencias y previsiones de la OMT. (Blasco i Peris, 2015)	<ul style="list-style-type: none">• Contaminación Atmosférica• Contaminación Visual• Contaminación sonora

Fuente elaboración propia



C. MATRIZ DEL INSTRUMENTO

Variable	Dimensiones	Indicadores	Peso	N.º ítems	Ítems	Criterio de Evaluación
Renta de vehículos M1	Tiempo Real de Viaje	Tiempo Efectivo	15%	4	1. ¿Influye el tiempo de viaje en la selección de un medio de transporte?	Siempre Casi siempre A veces Casi nunca Nunca
		Tiempo Muerto			2. ¿Disminuye el tiempo de viaje utilizando vehículos M1?	
	Precio	Precio Distributivo	15%	4	3. ¿El tiempo de espera en un recorrido, influye en la elección de un transporte privado?	
		Precio Acumulativo			4. ¿Disminuye el tiempo de espera utilizando un vehículo privado?	
	Autonomía	Control de Ruta	15%	4	5. ¿Influye el precio distribuido por persona en la selección de un medio de transporte?	
		Control de Tiempo			6. ¿Considera accesible el precio por persona al rentar un vehículo M1?	
Confort	Comodidad	8%	2	7. ¿Es el precio final determinante en la selección de un medio de transporte?		
				8. ¿Es accesible el precio de la renta de un vehículo M1?		
				9. ¿Considera el control de la ruta determinante a la hora de elegir un medio de transporte?		
				10. ¿Considera adecuado el control de la ruta utilizando un vehículo privado?		
				11. ¿Considera el control de tiempo un factor determinante en la elección de un medio de transporte?		
				12. ¿Es adecuado el control del tiempo utilizando un vehículo privado?		
				13. ¿Considera la comodidad como un factor determinante en la elección de un medio de transporte?		
				14. ¿Considera cómodo los vehículos M1 para para la actividad turística?		



	Seguridad	Seguridad Objetiva	12%	3	15. ¿Son las estadísticas de seguridad fundamentales en la selección de un medio de transporte?	
		Seguridad Subjetiva			16. ¿Considera adecuada la seguridad de los vehículos M1 para la actividad turística?	
	Limitaciones Geográficas	Acceso	12%	3	17. ¿Genera más seguridad tener el control de un vehículo privado para la actividad turística?	
		Distancia			18. ¿Considera la accesibilidad del lugar un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	
	Ambiental	Contaminación Atmosférica	23%	6	19. ¿Considera las distancias un factor determinante en la elección de un medio de transporte?	
		Contaminación Visual			20. ¿Es la distancia un factor determinante antes de realizar un viaje de turismo?	
Contaminación Sonora		21. ¿Considera la contaminación atmosférica un factor determinante al elegir un medio de transporte?				
				22. ¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos la atmosfera?		
				23. ¿Considera la contaminación visual es un factor determinante al elegir un medio de transporte?		
				24. ¿Cree que los vehículos M1 contaminan menos visualmente?		
				25. ¿Considera la contaminación sonora un factor determinante al elegir un medio de transporte?		
				26. ¿Considera los vehículos M1 menos sonoro-contaminantes?		

Fuente elaboración propia

