

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**TESIS**

**DESAFÍOS OPERATIVOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL  
PERSONAL EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL TREN TEMÁTICO DE  
PADDINGTON POR PERÚ RAIL, 2025**

**PRESENTADO POR:**

Br. JESSENIA WENDY PINEDA QUISPE

**PARA OPTAR AL TÍTULO  
PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
TURISMO**

**ASESOR:**

Dr. DANIEL HILARES LETONA

**Cusco - Perú**

**2026**



## Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco

### INFORME DE SIMILITUD

(Aprobado por Resolución Nro. CU-321-2025-UNSAAC)

El que suscribe, el Asesor Daniel Hilares Letona  
 ..... quien aplica el software de detección de similitud al  
 trabajo de investigación/tesis titulada: Desafíos Operativos desde la  
perspectiva del personal en la implementación del tren  
temático de Paddington por PerúRail, 2025

Presentado por: Jessenia Wendy Pineda Quispe DNI N° 70914593 ;  
 presentado por: ..... DNI N°: .....  
 Para optar el título Profesional/Grado Académico de Licenciada en turismo


Informo que el trabajo de investigación ha sido sometido a revisión por 2 veces, mediante el Software de Similitud, conforme al Art. 6° del **Reglamento para Uso del Sistema Detección de Similitud en la UNSAAC** y de la evaluación de originalidad se tiene un porcentaje de 6 %.

#### Evaluación y acciones del reporte de coincidencia para trabajos de investigación conducentes a grado académico o título profesional, tesis

Porcentaje	Evaluación y Acciones	Marque con una (X)
Del 1 al 10%	No sobrepasa el porcentaje aceptado de similitud.	<input checked="" type="checkbox"/>
Del 11 al 30 %	Devolver al usuario para las subsanaciones.	<input type="checkbox"/>
Mayor a 31%	El responsable de la revisión del documento emite un informe al inmediato jerárquico, conforme al reglamento, quien a su vez eleva el informe al Vicerrectorado de Investigación para que tome las acciones correspondientes; Sin perjuicio de las sanciones administrativas que correspondan de acuerdo a Ley.	<input type="checkbox"/>

Por tanto, en mi condición de Asesor, firmo el presente informe en señal de conformidad y adjunto las primeras páginas del reporte del Sistema de Detección de Similitud.

Cusco, 23 de abril ..... de 2026 .....

  
 .....  
 Firma

Post firma Daniel Hilares Letona .....

Nro. de DNI 24005088 .....


ORCID del Asesor 0000-0003-0500-709X .....

#### Se adjunta:

1. Reporte generado por el Sistema Antiplagio.
2. Enlace del Reporte Generado por el Sistema de Detección de Similitud: oid: 27259:581817701 .....

# Jessenia Wendy Pineda Quispe

## Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail...

 Universidad Nacional San Antonio Abad del Cusco

### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trn.oid::27259-581817701

Fecha de entrega  
22 abr 2026, 12:58 p.m. GMT-5

Fecha de descarga  
22 abr 2026, 1:03 p.m. GMT-5

Nombre del archivo  
TESIS WENDY PINEDA.pdf

Tamaño del archivo  
7.1 MB



Daniel Hildes Letona  
DNI: 24005088

204 páginas

44.032 palabras

229.756 caracteres

## 6% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca




### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 12 palabras)



Daniel Flores Letan  
DNI 24005088

### Fuentes principales

- 5%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

#### N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

## Índice general

Capítulo I .....	1
1. Formulación del problema .....	1
1.1 Situación problemática .....	1
1.2 Formulación del problema general .....	7
1.2.1 Formulación del problema específico.....	7
1.3 Objetivos de la investigación .....	7
1.3.1 Determinación del objetivo general.....	7
1.3.2 Objetivos específicos .....	7
1.4 Hipótesis.....	8
1.4.1 Hipótesis general .....	8
1.4.2 Hipótesis específicas.....	8
1.5 Justificación y limitaciones .....	9
1.5.1 Justificación de la investigación .....	9
1.5.2 Limitaciones de la investigación .....	10
1.6 Delimitación de la investigación .....	10
1.6.1 Delimitación conceptual .....	10
1.6.2 Delimitación espacial .....	11
1.6.3 Delimitación temporal .....	12
Capítulo II.....	13
2. Marco teórico conceptual.....	13
2.1 Antecedentes de estudio .....	13
2.1.1 A nivel internacional .....	13
2.1.2 A nivel nacional.....	18
2.1.3 A nivel local.....	18
2.2 Bases teóricas .....	19
2.2.1 Gestión de operaciones en servicios.....	19
2.2.2 Modelo de Cambio de Kurt Lewin “Descongelar, Cambiar y Recongelar” (1947)	20
2.2.3 Definición conceptual desafíos operativos .....	21
2.2.4 Dimensiones de los desafíos operativos .....	22
Capítulo III.....	30

3. Ámbito de estudio .....	30
3.1 Ferrocarril del sur oriente y sur del Perú.....	30
3.2 Reseña histórica de Perú Rail.....	31
3.3 Ferrocarril transandino S.A .....	32
3.4 Misión.....	33
3.5 Visión .....	33
3.6 Valores .....	33
3.7 Política de sistema integrado de gestión .....	34
3.8 Servicios turísticos .....	34
3.9 Servicio social .....	41
3.10 Servicios de carga.....	42
3.11 Organización empresarial.....	43
3.12 Origen y simbolismo del oso Paddington .....	43
3.12.1 El ukuku (oso de anteojos) en la tradición andina y su representación en la película Paddington.....	43
3.12.2 Origen del personaje Paddington .....	44
3.13 Película Paddington in Perú .....	45
3.14 Promperú.....	46
3.15 Film in Perú.....	47
3.16 Implementación del tren temático de Paddington en Perú Rail .....	47
3.16.1 Descripción del servicio temático de Paddington.....	48
3.16.2 Marketing publicitaria del tren temático de Paddington .....	53
3.17 Otras temáticas de Perú rail – “Perú Rail meets Pisco” .....	58
Capítulo IV.....	60
4. Metodología de la investigación .....	60
4.1 Enfoque de la investigación .....	60
4.2 Tipo de la investigación .....	60
4.3 Nivel de la investigación .....	61
4.4 Diseño de la investigación .....	61
4.5 Población de estudio.....	61
4.6 Tamaño de la muestra .....	62
4.7 Técnicas de selección de la muestra.....	65
a) Criterio de inclusión. ....	65
b) Criterios de exclusión.....	65

4.8 Técnicas de recolección de la información .....	65
4.9 Instrumento de medición.....	66
4.10 Técnicas de análisis e interpretación de la información.....	66
4.10.1 Técnica de análisis.....	66
4.11 Interpretación de la información .....	67
4.12 Validación del instrumento de medición.....	67
4.12.1 Validación por contenido de la variable 1: Desafíos operativos .....	68
4.12.2 Validación interna del constructo “Desafíos operativos” mediante correlación de Pearson.....	69
4.12.3 Prueba de confiabilidad del instrumento – Alfa de Cronbach.....	71
Capítulo v.....	73
5. Resultados y discusión.....	73
5.1 Análisis descriptivo de los resultados .....	73
5.1.1. Presentación del instrumento.....	73
5.1.2 Análisis descriptivo de las características sociodemográficas .....	73
5.1.3 Análisis descriptivo de los resultados por ítems.....	86
5.2 Contrastación de hipótesis descriptiva .....	114
5.3 Discusión de resultados.....	129
6. Conclusiones.....	134
7. Recomendaciones .....	138
Referencias.....	141
Apéndice A - Certificados de validez del instrumento .....	149
Apéndice B - Certificados de validez del instrumento.....	150
Apéndice C - Solicitud a la empresa Perú Rail para la aplicación del instrumento.....	156
Apéndice D - Documento emitido del total de trabajadores en la implementación del tren temático de Paddington .....	157
Apéndice E - Cuestionario físico .....	158
Apéndice F - Cuestionario digital .....	160
Apéndice G - Tabulación de la variable - Desafíos operativos.....	162
Apéndice H - Libro de códigos de SPSS .....	165
Apéndice I – Evidencia del cuestionario físico aplicado a los encuestados.....	174
Apéndice J – Evidencia de la aplicación de datos en SPSS.....	176
Apéndice K - Validación por contenido de la variable desafíos operativos .....	178

Apéndice L – Resultados de la prueba de confiabilidad del instrumento Alfa de Cronbach .....	179
Apéndice M – Declaración jurada de la autenticidad de la tesis.....	182

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Operacionalización de las variables.....	29
<b>Tabla 2</b> Cuadro comparativo de las funciones del personal realizadas entre un servicio tradicional y el servicio temático de Paddington .....	50
<b>Tabla 3</b> Frecuencias y horarios de ida.....	52
<b>Tabla 4</b> Frecuencias y horarios de retorno .....	53
<b>Tabla 5</b> Otras temáticas de Perú Rail .....	59
<b>Tabla 6</b> Número de trabajadores – Población de estudio.....	62
<b>Tabla 7</b> Muestreo por estratos según su población .....	64
<b>Tabla 8</b> Cálculo de la muestra estratificada .....	64
<b>Tabla 9</b> Técnicas e instrumentos.....	66
<b>Tabla 10</b> Tabla de valores V de Aiken.....	68
<b>Tabla 11</b> Resultado de V de Aiken .....	68
<b>Tabla 12</b> Correlación de Pearson entre el constructo “Desafíos operativos” y sus dimensiones.....	70
<b>Tabla 13</b> Tabla de valores de Alfa de Cronbach.....	72
<b>Tabla 14</b> Resultado de Alfa de Cronbach .....	72
<b>Tabla 15</b> Distribución de frecuencias según el rango de edad de los encuestados .....	73
<b>Tabla 16</b> Frecuencias según la generación de los encuestados .....	75
<b>Tabla 17</b> Distribución de frecuencias según el sexo de los encuestados .....	76
<b>Tabla 18</b> Distribución de frecuencias según el tiempo que labora en la empresa Perú Rail ..	77
<b>Tabla 19</b> Frecuencia de respuestas sobre si los encuestados vieron la película Paddington en Perú.....	78
<b>Tabla 20</b> Nivel de instrucción alcanzado por los encuestados.....	79

<b>Tabla 21</b> Relación entre la formación académica de los encuestados y el área de turismo...81	81
<b>Tabla 22</b> Área o departamento de trabajo de los encuestados .....82	82
<b>Tabla 23</b> Nivel de cargo que desempeñan los encuestados en su centro de trabajo .....83	83
<b>Tabla 24</b> Idioma extranjero que dominan los encuestados .....85	85
<b>Tabla 25</b> Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas .....86	86
<b>Tabla 26</b> Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.....87	87
<b>Tabla 27</b> Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario .....88	88
<b>Tabla 28</b> Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna. ....90	90
<b>Tabla 29</b> El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades .....91	91
<b>Tabla 30</b> Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.....93	93
<b>Tabla 31</b> Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.....94	94
<b>Tabla 32</b> Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático .....95	95
<b>Tabla 33</b> Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno .....96	96
<b>Tabla 34</b> Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva .....97	97
<b>Tabla 35</b> Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.....98	98
<b>Tabla 36</b> La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.....99	99

<b>Tabla 37</b> Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático .....	100
<b>Tabla 38</b> Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos .....	101
<b>Tabla 39</b> Percibí un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático .....	102
<b>Tabla 40</b> El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios .....	103
<b>Tabla 41</b> Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior .....	104
<b>Tabla 42</b> Proporcioné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran .....	105
<b>Tabla 43</b> Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático .....	106
<b>Tabla 44</b> La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación .....	107
<b>Tabla 45</b> Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio .....	109
<b>Tabla 46</b> Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático .....	110
<b>Tabla 47</b> Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación .....	111
<b>Tabla 48</b> Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores .....	112
<b>Tabla 49</b> Desafíos operativos .....	114
<b>Tabla 50</b> Análisis de la variable desafíos operativos por sexo y generaciones .....	115
<b>Tabla 51</b> Desafíos en la implementación del cambio estratégico .....	117

<b>Tabla 52</b> Análisis sobre los desafíos en la implementación del cambio estratégico por sexo y generaciones.....	118
<b>Tabla 53</b> Desafíos en la comunicación de la visión del cambio .....	120
<b>Tabla 54</b> Análisis sobre los desafíos en la comunicación de la visión del cambio según el sexo y generaciones .....	121
<b>Tabla 55</b> Análisis sobre los desafíos en la participación activa por sexo y generaciones ...	124
<b>Tabla 56</b> Desafíos en el apoyo y recursos.....	125
<b>Tabla 57</b> <i>Análisis de los desafíos en el apoyo y recursos por sexo y generaciones</i> .....	127
<b>Tabla 58</b> Matriz de consistencia.....	149
<b>Tabla 59</b> Tabla de V de Aiken - Validación de jueces.....	178
<b>Tabla 60</b> Alfa de Cronbach ítem por ítem.....	179

## Índice de figuras

<b>Figura 1</b>	Ruta del tren temático de Paddington.....	12
<b>Figura 2</b>	Mapa del ferrocarril del Sur y Sur - Oriente del Perú .....	30
<b>Figura 3</b>	Servicio Hiram Bingham.....	35
<b>Figura 4</b>	Servicio vistadome observatory .....	37
<b>Figura 5</b>	Servicio vistadome regular .....	38
<b>Figura 6</b>	Servicio expedition.....	39
<b>Figura 7</b>	Servicio andean explorer .....	40
<b>Figura 8</b>	Servicio Titicaca – coche observatorio .....	41
<b>Figura 9</b>	Servicio de tren local.....	42
<b>Figura 10</b>	Servicio temático de Paddington.....	49
<b>Figura 11</b>	Experiencia de los influencers dentro del servicio temático de Paddington .....	54
<b>Figura 12</b>	Accesorios de Paddington que se regaló a los usuarios que siguieron la cuenta de instagram de Perú Rail .....	55
<b>Figura 13</b>	Descuentos publicados en la página oficial de Perú Rail.....	56
<b>Figura 14</b>	Presentación del personal de counter en las oficinas físicas de Perú Rail .....	57
<b>Figura 15</b>	Paletas interpretativas para los turistas.....	57
<b>Figura 16</b>	Tren temático "Perú Rail meets Pisco" .....	58
<b>Figura 17</b>	Distribución de frecuencias según el rango de edad de los encuestados .....	74
<b>Figura 18</b>	Frecuencias según la generación de los encuestados .....	75
<b>Figura 19</b>	Distribución de frecuencias según el sexo de los encuestados.....	76
<b>Figura 20</b>	Distribución de frecuencias según el tiempo que labora en la empresa Perú Rail	77
<b>Figura 21</b>	Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos .....	150
<b>Figura 22</b>	Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos .....	151
<b>Figura 23</b>	Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos .....	152

<b>Figura 24</b> Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez .....	153
<b>Figura 25</b> Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez .....	154
<b>Figura 26</b> Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez .....	155
<b>Figura 27</b> <i>Solicitud a la empresa Perú Rail para la aplicación del instrumento</i> .....	156
<b>Figura 28</b> Constancia ratificada por el gerente de recursos humanos de la empresa tercerizada de Perú rail.....	157
<b>Figura 29</b> Cuestionario digital .....	160
<b>Figura 30</b> Cuestionario digital .....	161
<b>Figura 31</b> <i>Tabulación de la variable - Desafíos operativos</i> .....	162
<b>Figura 32</b> <i>Cuestionario físico sobre los desafíos operativos</i> .....	174
<b>Figura 33</b> Cuestionario físico sobre los desafíos operativos.....	175
<b>Figura 34</b> Aplicación del SPSS – Vista de variables .....	176
<b>Figura 35</b> Aplicación del SPSS – Vista de variables .....	177

## **Dedicatoria**

Quiero dedicar la tesis, primeramente, a Dios, y a las personas que me apoyaron y respaldaron durante mi proceso de aprendizaje con todo cariño y voluntad. Mi persona les dedica este trabajo, a mi familia, amigos, colegas y docentes.

**Jessenia Wendy**

## **Agradecimiento**

A mi familia por su apoyo incondicional que ha hecho posible desarrollar la presente investigación, por motivarme a cumplir mis objetivos y a ayudarme a vencer mis miedos.

A mi profesor Daniel Hilaes Letona por compartir todos sus conocimientos con todos sus alumnos (as) el cual me sirvió como base para mi trabajo de investigación, así como también su disciplina e invaluable guía durante el proceso de investigación. Su gran vocación como docente de turismo, corrección y palabra de aliento fueron piezas clave para dar vida a este trabajo.

**La autora**

## Presentación

Estimado Decano de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco.

Apreciados miembros del jurado, tal como está establecido en las disposiciones del reglamento de grados y títulos vigentes en la Escuela Profesional de Turismo, ponemos a vuestra disposición la investigación titulada.

“Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail, 2025”

La presente investigación ha sido desarrollada siguiendo los lineamientos académicos y metodológicos propuestos por nuestra casa de estudios, con el propósito de aportar un análisis riguroso sobre un fenómeno innovador en el ámbito del turismo temático y, en particular, en la modalidad conocida como turismo inducido por el cine. Este estudio se centra en identificar, describir y analizar los desafíos operativos que enfrentó el personal durante la implementación del tren temático de Paddington, un proyecto que fusiona la experiencia ferroviaria con una propuesta cultural y lúdica inspirada en un personaje cinematográfico reconocido internacionalmente.

Con este trabajo, se busca aportar conocimiento relevante tanto para el ámbito académico como para el empresarial, siendo un punto de partida para investigaciones posteriores relacionadas con el turismo temático y el turismo inducido por el cine en el contexto nacional e internacional.

Por ello, pongo a vuestra disposición este estudio con la convicción de que sus resultados y conclusiones serán de utilidad para el desarrollo del sector turístico y para la formación de profesionales comprometidos con la mejora continua y la innovación en los servicios turísticos.

## Resumen

El estudio titulado: “Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail, 2025” tuvo como objetivo general evaluar los desafíos operativos percibidos por el personal durante la implementación del servicio. La metodología fue de enfoque cuantitativo, tipo básico, nivel descriptivo y diseño no experimental transversal; la población fue de 154 trabajadores (144 tripulantes y 10 supervisores) y se encuestó a una muestra de 111 personas mediante un muestreo probabilístico estratificado. La unidad de observación estuvo compuesta por el personal de Perú Rail involucrado directamente en la operación del tren temático. Los resultados muestran que solo el 13.5 % del personal percibe un nivel muy alto de desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington; sin embargo, una mayoría significativa se concentra en los niveles medio (39.6 %) y alto (33.3 %). Solo un 12.6 % considera que los desafíos son bajos y apenas un 0.9 % los percibe como muy bajos. Se concluye que los principales desafíos operativos percibidos por el personal durante la implementación del tren temático de Paddington estuvieron relacionados con la falta de claridad en los protocolos del servicio, capacitación insuficiente, deficiencias en la comunicación interna, débil participación activa y carencias en recursos y apoyo por parte de los supervisores. Estas dificultades afectaron la eficiencia del servicio y la satisfacción de los turistas, comprometiendo la percepción de calidad y la imagen de la empresa.

*Palabra Clave:* Desafíos operativos, Turismo inducido por el cine, Tren temático, Transporte ferroviario.

### **Abstract**

The study, titled "Operational Challenges from the Staff Perspective in the Implementation of the Paddington Themed Train by Perú Rail, 2025," had the general objective of evaluating the operational challenges perceived by staff during the service's implementation. The methodology used was quantitative, basic, descriptive, and cross-sectional, non-experimental design. The population was 154 workers (144 crew members and 10 supervisors), and a sample of 111 people was surveyed using stratified probability sampling. The observation unit consisted of Perú Rail staff directly involved in the operation of the theme train. The results show that only 13.5% of staff perceive a very high level of operational challenges in the implementation of the Paddington Themed Train; however, a significant majority are concentrated at the medium (39.6%) and high (33.3%) levels. Only 12.6% consider the challenges to be low, and only 0.9% perceive them as very low. It is concluded that the main operational challenges perceived by staff during the implementation of the Paddington theme train were related to a lack of clarity in service protocols, insufficient training, deficiencies in internal communication, weak active participation, and a lack of resources and support from supervisors. These difficulties affected service efficiency and tourist satisfaction, compromising the perception of quality and the company's image.

*Keyword:* Operational challenges, Film induced tourism, Thematic train, Rail transport.

## Introducción

Hoy en día, el sector turístico ha comenzado a explorar nuevas formas de ofrecer experiencias diferenciadas que satisfagan las expectativas cada vez más exigentes de los viajeros. Un enfoque innovador es el desarrollo de servicios temáticos, que combinan transporte, actividades culturales y entretenimiento para crear una experiencia memorable. En este contexto, Perú Rail implementó el tren temático Paddington, una propuesta que fusiona la ruta tradicional con elementos lúdicos y narrativos inspirados en el famoso personaje infantil británico Paddington.

Sin embargo, la implementación de este nuevo servicio no es sencilla. El proceso de adaptación al modelo temático implicó una serie de cambios estratégicos en las operaciones diarias, la comunicación organizacional, las actividades del personal y la asignación de los recursos necesarios para brindar una experiencia acorde con la nueva imagen del tren.

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo evaluar los desafíos operativos desde la perspectiva del personal durante la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail 2025. Lo que se pretende estudiar es cuales fueron los retos o dificultades del personal que limitaron a dar un servicio de calidad y eficiencia dentro del nuevo protocolo.

El trabajo de investigación está dividido en 5 capítulos. En el primer capítulo realizamos el planteamiento del problema, un diagnóstico que nos hará reflexionar las principales causas y efectos de los desafíos operativos desde la perspectiva del personal durante la implementación del tren temático de Paddington. Así también los objetivos, la justificación, limitaciones y delimitaciones.

En el segundo capítulo se ha trabajado el concepto de la variable de la investigación que es los desafíos operativos, sus dimensiones y antecedentes de investigación desde el nivel internacional, nacional y local.

En el tercer capítulo se describe el ámbito situacional de la investigación el cual se realizó una descripción del servicio temático de la empresa Perú rail e interpretación sobre la relación que existe entre la película Paddington, así también el significado para la población cusqueña.

En el cuarto capítulo se encuentra la metodología de la investigación identificando una muestra de un total de 111 trabajadores que participaron en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail el cual se aplicó una encuesta con la escala de Likert para medir sus respuestas.

En el quinto capítulo presenta los resultados y discusión obtenidos a partir del análisis descriptivo de los datos recopilados, la interpretación de los hallazgos, el contraste con los antecedentes revisados y finalmente las conclusiones y sugerencias para futuras investigaciones.

## Capítulo I

### 1. Formulación del problema

#### *1.1 Situación problemática*

La implementación del tren temático de Paddington por parte de Perú Rail marca un hito importante en la oferta turística del Perú y una buena iniciativa para promover el turismo cinematográfico, una de las principales motivaciones del turismo cinematográfico es que los turistas puedan experimentar y conectar con los paisajes, culturas que fueron vistas en sus películas favoritas. “Se estima que esta modalidad moviliza a más 80 millones de turistas anualmente a nivel global, los cuales eligen sus destinos de viaje en función a producciones audiovisuales”. (Velasco et al. , 2021, p.1) Este fenómeno ha llevado diversos países a desarrollar estrategias para capitalizar el gran interés causado por la industria del cine y la televisión.

Por otra parte, se estima que “el mercado mundial del turismo inducido por cine alcanza un valor de 68 100 millones de dolares en el año 2022 y se pretende alcanzar a los 110 790 millones al año 2028” (Kishan et al. , 2024, p. 10).

De esta manera, en el escenario internacional, la industria del turismo ha evolucionado y enfrenta desafíos nuevos debido a las necesidades y expectativas del turista moderno. Es por esta razón que el turismo cinematográfico también impulsa la creación de innovadores productos turísticos, tales como visitas guiadas a escenarios de filmación, servicios temáticos y festivales de cine, lo cual enriquece la experiencia del visitante. Además, esta actividad puede contribuir a mitigar la estacionalidad, ya que atrae a turistas durante todo el año, especialmente si el destino se relaciona con una película o serie que trasciende en el tiempo (Kishan et al. , 2024).

Esto quiere decir que el turismo inducido por el cine se cataloga como el fenómeno capaz de potenciar el atractivo donde se ubique dejando atrás el turismo tradicional de sol y playa permitiendo así la entrada de nuevas ofertas turísticas como es el caso de la película de Harry Potter que fue rodada en Reino Unido, Escocia, Gales y en los estudios de Warner Bros y que a raíz de eso se crearon agencias con tours temáticos, hoteles temáticos como “The georgian house” en Londres y “una casa llena de magia” en España, museos como el de Warner Bros “The making of Harry Potter” también es importante mencionar el tren temático “Hogwarts express” ahora conocido como el tren a vapor Jacobite, el cual recorre los paisajes de Escocia cruzando por el espectacular viaducto de Glenfinnan, donde se aprovecha la venta de amenities y comidas como los tradicionales caramelos que compraba el actor principal Harry Potter. Esta nueva oferta ha generado inmensurablemente el incremento de visitantes cinefilos a estos lugares siendo un complemento crucial para el turismo cinematográfico (Jiménez, 2021).

Algo similar sucedió con Nueva Zelanda, debido a la película “El Señor de los Anillos” en 2003 y “El hobbit” en 2014. Desde el anuncio del primer rodaje en 2001, hasta el final de ese año, el flujo de turistas se había incrementado hasta en un 40% y el recorrido turístico basado en la película fue vendido en doble cantidad. A partir de esto, en 2010 Nueva Zelanda firmó una alianza estratégica con la productora *Warner Bros* para que futuras producciones se grabaran en ese país. Se dedicaron dos aviones decorados con los protagonistas e incluso el gobierno desplazó ingenieros y al ejército para la construcción de carreteras que puedan facilitar el acceso al rodaje (Bauzá & Vicens, 2020).

Por otro lado, en el Perú, el interés por el turismo cinematográfico tomó mayor relevancia en el año 2021 cuando la ciudad del Cusco fue elegida para ser escenario de dos grandes producciones como Paramount Pictures, eOne y Hasbro de la película

“Transformers: El despertar de las bestias” y la producción de Netflix con la serie La Reina del Sur. Según informes de la municipalidad provincial del Cusco estas filmaciones genero un incremento económico de 12 millones de soles impulsándose también puestos de trabajo para el poblador local y beneficiando a sectores como, la gastronomía, hotelería y los servicios de guías e historiadores. Sin embargo, en ese momento la ciudad del Cusco no contaba con un marco regulatorio, ni los mecanismos necesarios para manejar eficientemente los permisos de filmación.

Frente a esta situación, el Estado Peruano inició un proceso de formalización del sector aprobando la Ley N° 32309 el 24 de abril de 2024. Dicha ley establece un régimen de incentivos económicos y fiscales diseñado para impulsar las actividades cinematográficas y audiovisuales de forma descentralizada en todo el territorio nacional (Ley que crea incentivos económicos y fiscales para el fomento de las actividades cinematográficas y audiovisuales del Perú [LEY N° 32309], 2025).

El propósito de esta ley es claro: impulsar la filmación de películas y series en el Perú, no solo para fortalecer la industria local, sino también para promover el desarrollo sostenible y dar a conocer la diversidad cultural del país. De esta manera, se busca aprovechar el alcance del cine para beneficiar al turismo y a las comunidades.

Es por eso que el Poder Ejecutivo articuló esfuerzos con el Ministerio de Cultura para promover la producción cinematográfica y audiovisual peruana a nivel internacional con su participación en eventos internacionales. Así también, PROMPERÚ actúa como la Comisión Cinematográfica del Perú, incentivando el uso de locaciones nacionales y facilitando permisos mediante la articulación entre entidades públicas y privadas, con el objetivo de posicionar al país como un destino atractivo para producciones audiovisuales (Ley que crea incentivos económicos y fiscales para el fomento de las actividades cinematográficas y audiovisuales del Perú [LEY N° 32309], 2025).

Un ejemplo concreto de este esfuerzo es la filmación de “Paddington en Perú”, que mostró escenarios emblemáticos como Cusco, Lima y la Amazonía. Según la ministra del Mincetur, informó que de cada 10 personas que ven una película que presenta escenarios y destinos, una decide visitar ese lugar, se estima que esta película alcanzó 27 millones de espectadores, por lo que sugirió que el país debía prepararse para acoger con los brazos abiertos a turistas inspirados por el cine (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2025).

A pesar de ello, esta nueva tendencia de turismo en la ciudad del Cusco fue muy poco aprovechada por el gobierno y empresas de turismo debido a la débil promoción de destinos como lugares de rodaje y la poca creación de tours temáticos. Sin embargo, la empresa ferroviaria Perú rail a ofrecido una propuesta innovadora aprovechando la popularidad y éxito de la película de “Paddington en Perú” como objetivo para generar Brand awareness posicionando la marca como líder en la oferta de viajes hacia Machu Picchu.

El servicio temático de Perú Rail se implementó en el mes de enero y febrero del año 2025, consiste en una experiencia única inspirada en la película “Paddington en Perú” y la interacción de un entorno temático, donde los pasajeros pueden disfrutar de decoraciones en puntos estratégicos con imágenes y frases alusivas a la película, fomentando una sensación de aventura y exploración similar a la que experimentó el oso Paddington en su viaje a Machu Picchu. El servicio se implementó en el tren Vistadome Observatory, uno de los servicios turísticos de Perú Rail, en cuatro frecuencias específicas: VIO 83, VIO 303 de ida y VIO 504, VIO 302 de retorno. Estos trenes contaban con dos vagones completamente decorados, tanto por dentro como por fuera, con motivos relacionados con la película, creando un ambiente inmersivo para los pasajeros. El viaje comenzó en Urubamba, específicamente en el Hotel Tambo del Inca, el lugar designado para la recepción de pasajeros. La ruta incluye el tramo de Urubamba a Ollantaytambo y de ahí hasta Machu Picchu, con viajes de ida y de vuelta. Para complementar la experiencia temática, el personal a bordo vistió un uniforme inspirado en el

icónico atuendo del oso Paddington, que incluía un delantal y una gorra roja. Además, los pasajeros recibieron un té especial, acompañado de un paquete de seis tostadas, dos paquetes de mermelada de naranja, un cuchillo y servilletas, una merienda tradicional de la misma película. Este servicio se consideró un valor agregado y complemento del servicio tradicional donde hasta hoy se ofrece el show de danzas típicas, la música en vivo y el desfile de prendas de baby alpaca.

El servicio temático de Perú Rail combina la atracción de un personaje de renombre internacional con la singular experiencia de recorrer los impresionantes paisajes andinos hacia Machu Picchu. Sin embargo, esta iniciativa también presenta una serie de desafíos operativos complejos que impactan directamente en el equipo responsable de su implementación.

El problema general de este trabajo de investigación son los desafíos operativos percibidos por el personal durante la implementación del tren temático de la película “Paddington in Perú” este principal problema ha generado una improvisación e incapacidad del personal sobre sus nuevas funciones.

Una de las causas que le anteceden a este problema general es la débil adaptabilidad del cambio estratégico por parte de los trabajadores el cual ha generado desorganización en la ejecución de tareas como también el aumento de estrés laboral debido a que el personal quienes ejecutan el servicio en el tren ha tenido un aumento de tareas y funciones de lo que normalmente hacían además de ello no contaron con un personal de apoyo. El servicio temático fue considerado como un valor agregado o complemento del servicio tradicional al que se le incluye el show de danzas, la música en vivo y el desfile de prendas de baby alpaca adicional a ello los trabajadores tuvieron que brindar el servicio temático de Paddington poniendo audios interpretativos, ponerse los atuendos de Paddington respectivos, entregar la merienda. Asimismo, se enfrentaron a cambios en el equipamiento, como el uso de vajillas de

porcelana y mantelería fina, elementos más complejos de manipular que los materiales habituales, lo que incrementó la exigencia operativa y evidenció limitaciones en su adaptación al nuevo modelo de servicio.

La segunda causa es la deficiente comunicación de la visión del cambio el cual genera un desconocimiento del personal sobre los objetivos y alcances del concepto temático debido que ellos no tuvieron conocimiento previo de este proyecto y la información llegó días antes sin dar posibilidad de prepararse.

Así mismo, otra de las causas identificadas fue la débil participación activa, puesto que el nivel de involucramiento del personal en el proyecto no fue uniforme en todos los trabajadores. Esta situación evidencia una falta de motivación y compromiso en la ejecución del tren temático de Paddington, lo que limitó la contribución de ideas, la iniciativa en las tareas asignadas y el sentido de pertenencia hacia la nueva propuesta temática.

La cuarta causa que le antecede al problema general es la falta de capacitación especializada de los trabajadores para la nueva demanda del turismo cinematográfico y que además coadyuvado a que el área de servicio al pasajero desconozca como brindar y ofrecer un servicio temático que vaya de la mano del servicio excepcional de lujo. Así también es importante que el trabajador pueda involucrarse con la película de “Paddington en Perú” para ofrecer un servicio más interpretativo a los turistas.

Pese a los problemas identificados fue un desafío para el personal el afrontar cambios en su trabajo habitual. Sin embargo, tuvieron una experiencia única al presenciar que los turistas se fueron realmente satisfechos del servicio llenándose de emoción y expectativas altas de la empresa de Perú Rail.

Estos desafíos incluyen la adaptación en el cambio estratégico, la capacitación del personal para garantizar una experiencia temática consistente, la comunicación y liderazgo

entre equipos, disponibilidad de recursos, el manejo de las expectativas de los turistas y el seguimiento de la calidad del servicio en un ambiente de operación exigente.

## ***1.2 Formulación del problema general***

¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta el personal de Perú Rail durante la implementación del tren temático de Paddington?

### ***1.2.1 Formulación del problema específico***

¿Cuáles son los desafíos de la implementación del cambio estratégico desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?

¿Cuáles son los desafíos de la comunicación de la visión del cambio desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?

¿Cuáles son los desafíos de la participación activa desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?

¿Cuáles son los desafíos en el apoyo y los recursos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### ***1.3.1 Determinación del objetivo general***

Evaluar los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025.

### ***1.3.2 Objetivos específicos***

Analizar los desafíos de la implementación del cambio estratégico desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025.

Analizar los desafíos de la comunicación de la visión del cambio desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025.

Analizar los desafíos de la participación activa desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025.

Analizar los desafíos del apoyo y los recursos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025.

## **1.4 Hipótesis**

### ***1.4.1 Hipótesis general***

El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

### ***1.4.2 Hipótesis específicas***

El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos relacionados con la implementación del cambio estratégico en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en la comunicación de la visión del cambio en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos respecto a la participación activa en el proceso de implementación del tren temático de Paddington, 2025.

El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en cuanto al acceso al apoyo y los recursos durante la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

## **1.5 Justificación y limitaciones**

### ***1.5.1 Justificación de la investigación***

El presente trabajo de investigación se desarrolla porque durante la implementación del tren temático de Paddington por parte de Perú Rail se identificaron diversos desafíos operativos en el personal generando improvisación e incapacidad en el cumplimiento de nuevas funciones. El análisis de este problema permite comprender los retos y lecciones aprendidas de la empresa Perú Rail al incorporar elementos cinematográficos en su oferta, contribuyendo con conocimiento vigente y aplicable para iniciativas futuras similares. Así también porque la implementación del tren temático de Paddington es una gran iniciativa para el sector turístico y esencial para que otras empresas en turismo y empresas ferroviarias estén motivadas a diversificar sus servicios turísticos aprovechando del turismo cinematográfico, con la creación de tours temáticos, guías de viaje sobre películas, servicios temáticos, la creación de mapas para identificar lugares de rodaje, entre otros.

El trabajo de investigación se estudia para identificar y analizar los desafíos operativos que surgieron durante la implementación del tren temático, con el fin de proponer estrategias que mejoren la gestión de productos turísticos temáticos influidos por el cine. Además, para aportar conocimiento académico y empresarial que sirva como modelo de referencia para el diseño y ejecución de futuros proyectos vinculados al turismo cinematográfico. Esta investigación también fortalece la comprensión sobre aspectos como la adaptación a nuevos protocolos de servicio, la comunicación efectiva entre trabajadores y la participación activa del personal en la innovación turística, contribuyendo así al desarrollo competitivo del sector.

Los principales beneficiarios son la empresa Perú Rail y su personal, ya que contarán con información valiosa para mejorar sus procesos operativos y optimizar la implementación de futuros servicios temático, como ocurre actualmente con la nueva iniciativa de Perú Rail

llamada “Perurail meets Pisco” un servicio sensorial. Asimismo, otras empresas del sector turístico y ferroviario podrán aprovechar los resultados para diversificar sus servicios e incorporar productos inspirados en el cine. Finalmente, se beneficiará el sector turístico peruano en general, al contar con herramientas que impulsen la innovación, mejoren la calidad del servicio y enriquezcan la experiencia del turista nacional e internacional, fortaleciendo la imagen del Perú como un destino creativo y competitivo en el ámbito del turismo cinematográfico.

### ***1.5.2 Limitaciones de la investigación***

Una limitación es el tiempo debido que mi persona labora 8 horas diarias por tal motivo dispongo de un tiempo limitado para realizar el trabajo de investigación.

En lo económico porque para realizar las encuestas del trabajo de investigación y recopilación de datos fue muy importante realizar un estudio en tiempo real donde el personal de Perú Rail ejecuta sus operaciones en este caso Ollantaytambo y Machupichu para ello se genera gastos extras en la movilidad y el hospedaje.

En los antecedentes de estudio debido que hay pocas investigaciones previas sobre trenes temáticos y las empresas de turismo quienes brindan un servicio temático no brindan información acerca de sus procesos operativos debido a sus políticas de confidencialidad, lo que se tuvo que hacer una investigación más rigurosa.

## **1.6 Delimitación de la investigación**

### ***1.6.1 Delimitación conceptual***

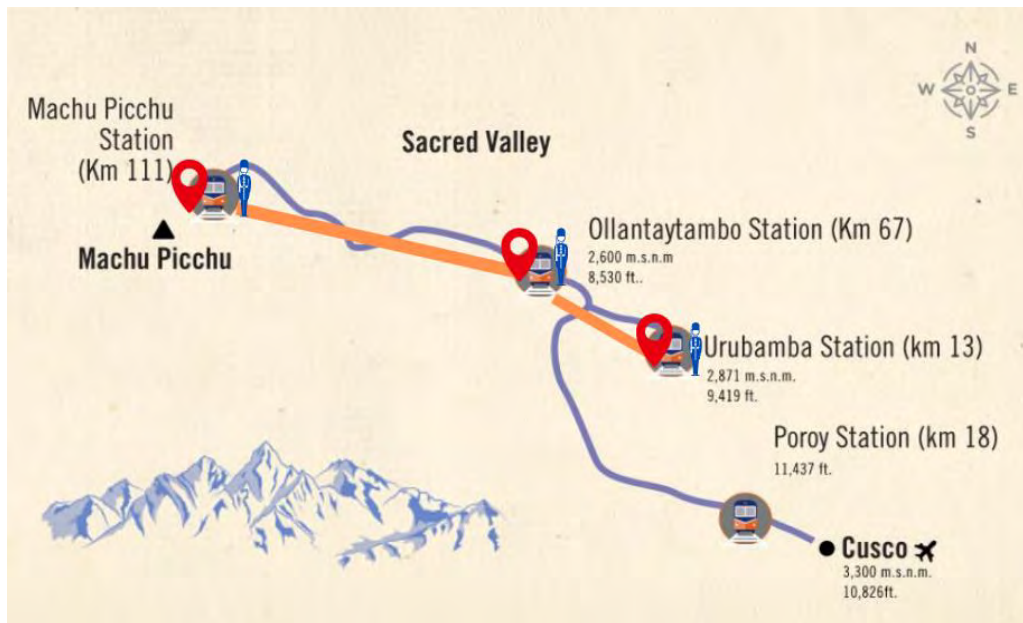
El trabajo de investigación se centrará únicamente en la perspectiva del personal sobre los desafíos operativos entendido como aquellos obstáculos que enfrentan las organizaciones para adaptarse y mantenerse competitivos en entornos cambiantes, los cuales exigen mejoras constantes en el desempeño, recursos, procesos y participación del personal para lograr una implementación efectiva de sus estrategias (Maalim et al., 2017). Teniendo como única

variable de estudio los desafíos operativos el cual abarcara un marco teórico y resultados estadísticos referido a esta variable. Así también será medido mediante un cuestionario con indicadores que serán aplicados al personal del área del servicio de atención al pasajero y supervisores que participaron en el tren temático de Paddington por la empresa Perú rail.

### ***1.6.2 Delimitación espacial***

El tren temático de Paddington se implementó en la ruta Urubamba con dirección a Ollantaytambo y de ahí al pueblo de Machupicchu de ida y vuelta. Así también hubo una ruta corta que es desde Ollantaytambo a Machupicchu de ida y de Machupicchu a Ollantaytambo de vuelta. Entonces se tuvo dos inicios de viaje uno es en Urubamba en el hotel tambo del Inca y otro es en la estación de Ollantaytambo, según la preferencia del turista podía optar por una de las dos y continuar el trayecto hacia la estación de Machupichu.

Es importante aclarar que en temporada de lluvias entre los meses de enero, febrero y marzo no operan desde la estación de San Pedro en Cusco y la estación de Poroy como medida preventiva para garantizar la seguridad de los pasajeros frente a derrumbes y daños de la vía férrea. Por esa razón el tren temático de Paddington ejecuto sus operaciones desde la estación de Urubamba y no desde Cusco. Así también este servicio de Paddington dio la opción de agregar un servicio bimodal que consiste en recoger a los pasajeros en bus desde la estación de Wánchaq hasta la estación de Urubamba para su abordaje en el tren.

**Figura****1***Ruta del tren temático de Paddington*

*Nota.* El grafico representa la ruta que tuvo el tren temático de Paddington adaptado del informe de Perú rail (p.24), por Valdez, 2019.

**1.6.3 Delimitación temporal**

La implementación del tren temático de Paddington de la empresa Perú rail inicio el 6 de enero del 2025 una vez que la película “Paddington in Perú” sea estrenada en los cines de Cusco, Lima y a nivel nacional; el cual finalizó el 28 de febrero del 2025. Entonces una vez finalizado la implementación del tren temático de Paddington, el presente trabajo de investigación aplicó las encuestas entre el mes de mayo a junio del 2025 al personal que participo en el tren temático de Paddington, teniendo respuestas más concretas y críticas sobre los desafíos que han podido afrontar durante este proyecto identificando también aquellas lecciones aprendidas.

## Capítulo II

### 2. Marco teórico conceptual

#### 2.1 Antecedentes de estudio

##### 2.1.1 A nivel internacional

Ratthanan et al. (2019) en el artículo científico “Operational Challenges of the Bangkok Airport Rail Link” en la universidad de Mahidol. El trabajo de investigación tiene como objetivo analizar los desafíos operativos del servicio mixto con trenes regulares y express operando en un mismo tramo de línea urbana.

La investigación empleó un enfoque cuantitativo con un diseño no experimental y transversal el cual se aplicó el modelado de simulación de eventos discretos (DES) para resolver problemas complejos de horarios ferroviarios y velocidad a partir de la infraestructura.

En conclusión, el estudio demuestra que en servicios ferroviarios mixtos el equilibrio entre eficiencia operativa y uso de recursos es clave, y sugiere que mejoras en planificación de horarios, infraestructura y distribución de trenes pueden optimizar el rendimiento del sistema.

Ostwald et al. (2024) en el informe técnico “Happy Passengers Travel More: How to Measure and Improve Customer Experience by Rail” de la Unión Internacional de Ferrocarriles en Suiza. Tiene como objetivo principal ofrecer un marco global para medir y mejorar la experiencia del pasajero en el servicio ferroviario, destacando métricas clave, estándares y prácticas recomendadas. La metodología del informe incluye encuestas, análisis de datos operativos de distintas redes ferroviarias y benchmarking entre operadores para evaluar satisfacción, tiempos de viaje, calidad del servicio, infraestructura y capacidad de respuesta ante fallos operativos.

Se concluye que las empresas ferroviarias que invierten en estrategias centradas en el pasajero como mejorar la información al usuario, aplicar tecnologías que faciliten la interacción, asegurar accesibilidad, y mantener canales de retroalimentación logran no solo mayor satisfacción, sino también fidelización, mayor uso del servicio y beneficios operativos. El informe destaca que la experiencia del pasajero ya no es solo un valor agregado, sino un componente estratégico esencial para la competitividad del servicio ferroviario.

Araújo et al. (2020) en el artículo científico “Turismo cinematográfico en España: Conocimiento del destino y motivación de la visita como determinantes para visitar lugares vistos en series de televisión” en la Universidad de Vigo de España. Tiene como objetivo identificar los factores que determinan la decisión de los espectadores de visitar un destino que han visto en una serie de televisión. La metodología empleada fue de tipo cuantitativa donde se aplicaron encuestas con la escala de likert a 484 turistas nacionales durante sus visitas a destinos representados en series de televisión de España. El estudio concluye que cuando un turista tiene el conocimiento del destino mostrado en series influye más en la decisión de visitar ese lugar a comparación de solo tener la motivación de querer visitarlo.

González (2017) en la tesis “Turismo inducido por el cine. Aplicación al caso de la ciudad de Zaragoza” en la universidad de Zaragoza. El trabajo de investigación mencionada tiene como objetivo obtener un concepto claro sobre el turismo cinematográfico sus características principales y evolución. Así también conocer el impacto que tuvo la película “Nuestros amantes” en las diferentes zonas de rodaje de la ciudad de Zaragoza.

La metodología de esta investigación fue cuantitativa porque se realizó un cuestionario virtual a turistas de España, América y Europa. Es cualitativa por que se preparó una entrevista realizada los dueños de establecimientos y restaurantes que se vieron en la película. En la investigación también se realizó una revisión bibliográfica a través de fuentes

de información secundaria como documentos, artículos, libros, películas de las cuales se estableció la base teórica.

La conclusión a la que se llegó fue que a los turistas muestran mayor preferencia en aquellos destinos de las películas más famosas, sobresalen los destinos como Nueva Zelanda, Australia, New York. En cambio, destinos como Zaragoza carecen del atractivo cinematográfico suficiente para captar este tipo de turismo, dado el bajo impacto de las películas rodadas en la ciudad.

Smith (2014) en la tesis “Los impactos del turismo motivados por el cine en las experiencias brindadas por guías del patrimonio: El caso de Burghley house, Inglaterra” en la Universidad Estatal de Michigan. El objetivo del trabajo mencionado es identificar la percepción y experiencias de los guías y administradores del museo Burghley House sobre el turismo cinematográfico y el impacto que tuvo tras el rodaje de las películas “Orgullo y prejuicio”, “El código da Vinci”, “Elizabeth: la edad de Oro”, Housefull 2: Doce del Patíbulo que aprovecharon de sus estrenos para poder ofrecer un nuevo servicio más innovador e interactivo.

El método utilizado fue cualitativo, utilizaron los métodos mixtos el cual realizaron entrevistas semiestructuradas con los gerentes para entender el impacto del turismo inducido por el cine en el museo, así como los programas interpretativos y el contenido de las capacitaciones para los trabajadores. Así también realizaron observaciones sobre cómo fue la interacción de los guías con los turistas y finalmente fueron entrevistados.

El trabajo concluye que el aumento de visitantes es uno de los impactos más relevantes del turismo inducido por el cine, identificando que las visitas aumentaban una vez que las películas se estrenaban. Sin embargo, no todas las películas lograban un impacto relevante, ya que dependen de su popularidad. Además, se identificó que el entusiasmo de los turistas tendía a disminuir con el tiempo y concluyen que el turismo cinematográfico debe

adaptarse a las nuevas tendencias de manera dinámica. Así también contribuye al buen desempeño laboral debido que la relación con el turista fue buena e interactiva debido que utilizaron técnicas interpretativas, elementos interactivos y ayudas visuales fortaleciendo su pasión por lo recorridos y valor por su trabajo.

Lázaro, (2022) en el artículo científico “Film-induced tourism – the impact the of animation, cartoon, superhero and fantasy movies” en la Universidad de Malaga. El objetivo principal de este trabajo de investigación es analizar la interrelación entre el turismo inducido por el cine y las visitas a parques temáticos por parte de los turistas y examinar las películas más vistas en todo el mundo desde el año 2010 al 2022 que están relacionadas con los parques temáticos y sus atracciones.

El método utilizado es cualitativo por que se analizaron las 20 películas más taquilleras entre el año 2010 y 2022 que fueron recopiladas por datos cinematográficos de The Numbers Nash Information Services LLC y se identificó que películas están relacionadas con parques temáticos también se recopiló datos de TEA AECOM para seleccionar cuales fueron los parques temáticos más visitados según la cantidad de visitantes. El trabajo de investigación concluye que el turismo inducido por el cine es la herramienta de marketing perfecta para atraer más visitantes a los parques temáticos mediante las películas y sus personajes, ya sean reales o ficticios. El análisis estadístico revela un crecimiento de visitantes entre el año 2010 al 2019. En el año 2019, 215 millones de personas visitaron los 20 parques temáticos analizados en este estudio que benefició al sector turismo, la economía local y regional donde se ubican estos complejos.

Jímenez (2021) en la tesis “Turismo cinematográfico: El universo Harry Potter” en la Universidad de Sevilla. El principal objetivo del estudio de investigación es mostrar una tipología de turismo cada vez mas posicionada entre las principales motivaciones del turista

proporcionando una guía informativa sobre los escenarios y productos turísticos que existen de la película Harry Potter.

La metodología que se ha aplicado es el método deductivo que consiste en investigar de lo general para luego avanzar aspectos más específicos, una de sus herramientas es la revisión de la literatura donde recolecto todo tipo de información en periódicos digitales, proyectos académicos, páginas web, libros físicos y se complementa tomando en cuenta opiniones de cineastas. La conclusión de este trabajo de investigación es que la tipología turística cinematográfica representa una oportunidad única y con alta demanda, aún insuficientemente aprovechada, que podría posicionarse como una ventaja competitiva para atraer turistas y generar importantes beneficios económicos. Sin embargo, su potencial requiere un mayor impulso mediante la colaboración entre organismos públicos y privados, así como la realización de estudios de mercado que permitan desarrollar y consolidar este nicho empresarial en expansión.

Sanchez (2019) en la tesis “La influencia de las películas y series de televisión en el turismo” en la Universidad de Valladolid. El trabajo de investigación mencionada tiene como objetivo demostrar la influencia de las películas y series de televisión con el turismo a través de datos estadísticos y explicar la oferta y demanda aportando información acerca de las empresas que desarrollan productos turísticos basados en el cine y explicando las características de la demanda y los motivos por el cual viajan.

La metodología de esta investigación tiene un enfoque cualitativo, utilizo una revisión documental sistemática y el método deductivo donde comencé desde un concepto general del turismo cinematográfico después se analizaron temas más específicos de la oferta, demanda, casos concretos de películas y series de gran impacto.

El trabajo de investigación concluye que las películas y series con una gran audiencia generan un aumento del turismo en lugares relacionados con estas como se ha comprobado en

todos los casos analizados como Nueva Zelanda (el señor de los anillos), Noruega con la película Frozen, la ciudad de Dubrovnik en la aparición de la película juego de tronos, Reino Unido en Escocia donde se encuentra el famoso tren Expreso de Hogwarts de la película de Harry potter.

### **2.1.2 A nivel nacional**

Delgado (2021) en la tesis “Control interno de los procesos operativos para la mejora de la gestión operativa de la empresa hotelera Libertad de Lambayeque” en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. El trabajo de investigación tiene como objetivo analizar cómo la implementación de un sistema de control interno en los procesos operativos influye en la mejora de la gestión operativa de la empresa hotelera Libertad de Lambayeque, con el fin de optimizar sus servicios y elevar su competitividad en el sector turístico.

La investigación empleó un enfoque cuantitativo con diseño no experimental y transversal, aplicando encuestas al personal operativo y analizando los procedimientos internos relacionados con la planificación, ejecución y control de los servicios ofrecidos por la empresa. El estudio concluye que el fortalecimiento del control interno es esencial para mejorar la gestión operativa, ya que permite detectar deficiencias en etapas clave como la organización y coordinación de actividades, la entrega del servicio y la postventa. Se encontraron carencias en la evaluación de riesgos, actividades de control, comunicación, monitoreo y evaluación interna. Además, aunque los indicadores de eficiencia, eficacia y calidad alcanzaron niveles aceptables, aún son optimizables; la ausencia de indicadores propios limita la toma de decisiones y la mejora continua.

### **2.1.3 A nivel local**

Saire (2024) en la tesis “Innovación de actividades recreativas en los parques temáticos: valle de los duendes, morada de los dioses y su influencia en la satisfacción del visitante, provincia cusco, 2022” en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del

Cusco. El trabajo de investigación mencionado tiene como objetivo determinar el grado de influencia de la innovación de actividades recreativas en los parques temáticos con la satisfacción de los visitantes en los parques temáticos Valle de los Duendes y La Morada de los Dioses del año 2022

La metodología adopto un enfoque cuantitativo, explicativo y no experimental, mediante encuestas estructuradas aplicadas a 267 visitantes de los parques temáticos mediante una encuesta y el cuestionario como técnica e instrumento.

El autor concluye que las actividades recreativas en los parques temáticos influye en un 61% a la satisfacción de turistas además más de la mitad de los visitantes (55,8 %) perciben que la innovación en productos y servicios como la tematización, la oferta recreativa y los servicios personalizados en estos parques temáticos es “es algo innovador”. Este hallazgo sugiere una relación directa ya que al aumentar la innovación en estas áreas incrementaría proporcionalmente el nivel de satisfacción de los turistas que visitan estos centros de entretenimiento.

## **2.2 Bases teóricas**

### ***2.2.1 Gestión de operaciones en servicios***

En el ámbito empresarial, la gestión de operaciones constituye un pilar fundamental para garantizar el correcto funcionamiento de los procesos internos y la satisfacción del cliente, especialmente en el sector servicios, donde la experiencia del usuario es el eje central. Según Castillo & Espinoza (2017) la gestión de operaciones se define como la coordinación sistemática de los procesos organizacionales orientados a transformar las necesidades del cliente en soluciones integrales que cumplan con los estándares de calidad esperados, en la cantidad requerida, dentro del plazo establecido y a un costo beneficioso tanto para la empresa como para el cliente. Este enfoque, aplicado al sector turístico y ferroviario, busca ofrecer experiencias completas más allá de un producto o servicio aislado, priorizando la

eficiencia operativa, la sostenibilidad organizacional y la creación de valor para el usuario, factores esenciales para la competitividad y permanencia de la empresa en el mercado.

Otro concepto de la gestión de operaciones en el ámbito de los servicios según Singer (2016) indica que es importante planificar, ejecutar y controlar de manera eficiente todas las actividades necesarias para satisfacer las necesidades del cliente, garantizando calidad, oportunidad y valor en cada interacción. Abarca procesos como la atención al usuario, la prestación directa del servicio, la logística asociada y la coordinación de recursos humanos y materiales. Asimismo, incluye funciones de apoyo como la organización de tareas, el mantenimiento de equipos y la optimización del flujo de trabajo, todos orientados a ofrecer experiencias satisfactorias. En este sentido, la gestión de operaciones se convierte en un eje estratégico para las organizaciones de servicios, al permitirles responder con eficacia a las demandas del entorno, mejorar la calidad percibida y asegurar la continuidad y competitividad de su oferta.

### ***2.2.2 Modelo de Cambio de Kurt Lewin “Descongelar, Cambiar y Recongelar” (1947)***

En 1947, Kurt Lewin desarrolló el Modelo de Cambio Organizacional de tres etapas, también conocido como el modelo de “Descongelar–Cambiar–Recongelar” (*Unfreeze–Change–Refreeze*). Este modelo plantea que todo proceso de transformación organizacional debe pasar por tres fases interdependientes. La primera etapa, Descongelar, consiste en preparar la organización para el cambio, generando conciencia sobre la necesidad de modificar la situación actual y reduciendo las resistencias que impiden avanzar. La segunda etapa, Cambiar, se centra en la implementación de nuevas estrategias, estructuras o comportamientos dentro de la organización, promoviendo el aprendizaje y la participación del personal. Finalmente, la tercera etapa, Recongelar, busca consolidar los cambios alcanzados, integrándolos en la cultura institucional para asegurar su permanencia en el tiempo. Este modelo destaca la importancia del liderazgo, la comunicación efectiva y la participación de los trabajadores en todas las fases

del cambio (Lewin, 1947). En el caso del Tren Temático de Paddington, esta teoría resulta aplicable para guiar el proceso de adaptación del personal ante nuevos procedimientos operativos, roles y responsabilidades, garantizando una transición ordenada y sostenible.

### ***2.2.3 Definición conceptual desafíos operativos***

Los desafíos operativos son factores delimitantes para que una empresa pueda encontrar el éxito o el fracaso de aquellas nuevas iniciativas estratégicas.

Según Maalim et al (2017) lo define como los obstáculos que enfrentan las organizaciones para adaptarse y mantenerse competitivos en entornos cambiantes, los cuales exigen mejoras constantes en desempeño, recursos, procesos y participación del personal para lograr una implementación efectiva de sus estrategias.

Según Cerna et al (2022) los desafíos operativos son aquellas dificultades o barreras que enfrentan las organizaciones al implementar procesos, estrategias o metodologías para alcanzar sus objetivos. Estos desafíos aparecen por factores como la resistencia al cambio, la insuficiencia de recursos, falta de comunicación interna o la necesidad de adaptarse a nuevas tecnologías.

Roffé & Ignacio (2023) Establecen que se tratan de problemas o situaciones complejas que enfrentan las personas en su funcionamiento diario, abarcando una variedad de áreas. Estos pueden incluir dificultades operativas, la gestión de recursos humanos y la adaptación a nuevos mercados. Sin embargo, destacan que uno de los principales desafíos es la integración de prácticas sostenibles en las operaciones de una empresa, vale decir, alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Otro concepto sobre los desafíos operativos para las medianas empresas son los obstáculos a los que se enfrentan en la administración cotidiana de sus negocios, particularmente en relación a sus recursos y procesos internos o aquellos problemas que surgen en la planificación o durante la ejecución de los servicios (Adan, et al., 2022, p.192)

### ***2.2.4 Dimensiones de los desafíos operativos***

Las dimensiones de los desafíos operativos adaptado según los autores Maalim et al son:

#### **a) Desafíos en la implementación del cambio estratégico**

El cambio estratégico es un reto fundamental para la alta dirección y una prioridad en la toma de decisiones estratégicas. Su propósito es readaptar la posición de la empresa en el mercado mediante la aceptación y aplicación de una nueva idea o hábito diferente en una organización lo que implica ajustes en la oferta de productos, la segmentación de mercados y la reasignación de recursos. Para comprenderlo mejor, es útil explorar la literatura organizacional, en especial aquella sobre cambio organizacional, ya que inicialmente el concepto se vinculaba a modificaciones internas. Sin embargo, la noción de cambio estratégico ha evolucionado hasta representar una perspectiva más específica y orientada al posicionamiento competitivo (Tamayo et al., 2017).

También se entiende como la variación en la forma, calidad o estado de la alineación entre una organización y su entorno a lo largo del tiempo, el cambio estratégico no es un evento aislado, sino un proceso continuo de adaptación y realineación con el entorno. Los estudios han identificado que las reorientaciones estratégicas implican modificaciones en múltiples dimensiones organizativas, incluyendo sistemas de productos, servicios, mercados, estructuras organizativas y recursos humanos (Sosa & Verano, 2014).

#### **Conceptos del cambio estratégico**

El cambio estratégico fue comprendido como el proceso mediante el cual la organización redefinió su dirección estratégica, adecuó su estructura, reasignó recursos y ajustó productos/servicios para responder al entorno competitivo no como un evento puntual, sino como un proceso continuo.

Según Muller & Kunisch (2018) el cambio estratégico se define como un proceso que implica una redefinición de la misión organizacional o una modificación sustancial en las

prioridades y objetivos generales de la empresa, con el fin de reflejar nuevos énfasis o una nueva dirección.

Otro concepto del cambio estratégico según Almanza et al. (2022) constituye un proceso fundamental de transformación organizacional que implica un reposicionamiento en el mercado, considerado como la adopción de una nueva idea o comportamiento en una organización que busca mejorar el desempeño provocando modificaciones estratégicas en los procesos, en la tecnología, estructura organizativa, redistribución de recursos y cultura de la organización.

### **Indicadores**

- **Obstáculos en la ejecución del servicio.** Es una imposición indeseable, las barreras o dificultades que limitan o impiden la correcta prestación de un servicio. Estos obstáculos pueden surgir debido a diferentes factores administrativos, operativos, legales o sociales impactando en la calidad y la eficiencia. Pueden surgir durante operaciones cotidianas y es necesario contar con herramientas necesarias para identificar los obstáculos de forma oportuna (Arellana et al., 2020).
- **Dificultades con nuevos protocolos operativos.** Son los desafíos o problemas que surgen debido a la implementación de nuevos procesos operativos, los cuales se tratan de pasos estructurados o directrices diseñados para garantizar que las actividades se lleven a cabo de manera consistente u ordenada (Martínez, 2007).
- **Barreras logísticas o técnicas durante la implementación.** Son aquellas limitantes relacionadas con procesos de producción, acceso a canales de distribución de productos en función al mercado destino (Escandón et al., 2014).

#### **b) Desafíos en la comunicación de la visión del cambio**

Éstas son las dificultades que surgen cuando se intenta comunicar eficazmente y asegurar la comprensión y aceptación de los objetivos estratégicos del cambio en todos los

niveles de la organización, especialmente entre la alta dirección, la gerencia media y los empleados de nivel operativo (Maalim et al., 2017).

Otro concepto sobre la importancia de la comunicación ha sido definida por Macetas & Carhuancho (2024), quien menciona que esta ha pasado de ser una función operativa enfocada en la eficiencia y la productividad y se ha convertido en un elemento estratégico importante para la gestión del riesgo y la implementación de estrategias. Entonces, la comunicación dentro de las organizaciones es fundamental para la coordinación, crear relaciones y mejorar la interacción constante entre los miembros de la organización. Por lo tanto, es fundamental para generar confianza, empoderar a los trabajadores y fomentar un sentimiento de identidad.

Así también, los desafíos de la comunicación se relacionan con los grandes cambios que la sociedad vive, por ejemplo, la búsqueda de la calidad de bienes, la globalización, el desarrollo de mercados y que deben superar las organizaciones. Entendido así, la comunicación es una herramienta de gestión para superar dichos desafíos eficazmente y crear una base favorable para las relaciones con los públicos distintos de los cuales depende una empresa (Perozo, 2006).

### **Concepto de la comunicación de la visión del cambio**

Según Charles (2008) la comunicación de la visión del cambio es un proceso estratégico que busca guiar a la organización durante periodos de transformación, priorizando la claridad, la transparencia y la conexión emocional con las personas. Su objetivo principal es lograr que los colaboradores comprendan, acepten y se comprometan con el nuevo rumbo, mediante mensajes consistentes que lleguen a toda la organización, reconociendo tanto los objetivos como las dificultades del proceso. Por tanto, según (Kotter, 1997) este entendimiento colectivo motiva y coordina las acciones necesarias para generar una transformación significativa. Sin embargo, lograr este compromiso suele fracasar por dos

razones principales: la insuficiente comunicación por parte de los líderes y el envío inconsciente de mensajes inconsistentes, lo que genera desalineación y estancamiento del proceso de cambio.

Es por eso que la comunicación va más allá de informar: crea espacios de diálogo seguros donde se transforman la incertidumbre y resistencia en determinación colectiva, construyendo así los cimientos para una adaptación exitosa y sostenible.

### **Indicadores**

- **Claridad en la comunicación del objetivo del tren temático.** La comunicación debe ser clara, para ello, el lenguaje expresado y el canal o la manera en la que se transmite el mensaje deben ser accesibles para quienes van dirigidos. Implica que se usen términos sencillos que no pretendan ser técnicos ni sofisticados (Moreno, 2009).
- **Eficiencia de los canales utilizados para difundir el proyecto.** Es la capacidad de disponer de alguien o de algo para poder conseguir un determinado fin. Se refiere entonces a la capacidad de acción de un sistema o canal para cumplir un objetivo determinado como puede ser el de transmitir información de tal forma que se cumpla el objetivo (Rojas et al., 2017).
- **Suficiencia de la información proporcionada durante la implementación.** Brindar la información de manera clara y sencilla. La información debe ser completa y de calidad con relación a las necesidades de los usuarios. Se incluyen normas suficientes y adecuadas, lineamientos y sustento para las decisiones (Granados & Mancilla, 2010)

#### **c) Desafíos en la participación activa**

Los desafíos en la participación activa son los retos en el compromiso integral y sostenido de los empleados durante todo el proceso de gestión del cambio estratégico (Maalim et al., 2017). Involucra también la capacidad de la toma de decisiones, la aplicación de sus conocimientos o habilidades, el cumplimiento de las normativas a través de su

experiencia para resolver problemas durante la implementación de la estrategia organizacional (Becerra & Ogando, 2010, p.2).

### **Concepto de participación activa**

La participación activa tiene que ver con la motivación y el involucramiento de los colaboradores a partir de la generación de un sentido de pertenencia. Se trata de una actitud motivadora, proactiva hacia los proyectos de una empresa que potencian la ciudadanía organizacional. Los efectos de la participación promueven el interés del cumplimiento de estándares y normas que elevan la competitividad; por lo tanto, los desafíos de la participación impactan de manera negativa en dichas normas y estándares (Robles et al., 2020). Por otro lado, según Albalade (1994) la participación activa en proyectos innovadores de servicios es el proceso mediante el cual los trabajadores y sus representantes intervienen formalmente en la toma de decisiones durante el diseño e implementación de innovaciones. Esta colaboración busca democratizar las relaciones laborales, integrar el conocimiento práctico de los empleados y generar procesos de trabajo más legítimos y eficientes, requiriendo para su éxito una cultura directiva abierta al diálogo y una representación sindical comprometida con la innovación.

### **Indicadores**

- **Grado de involucramiento del personal operativo.** Es el nivel de identificación de una persona con su trabajo se refiere al grado en que este se convierte en una parte fundamental de su identidad y bienestar psicológico. Abarca diversos aspectos, como la preocupación por el desempeño laboral, el compromiso con la organización y el interés genuino por las tareas que se realizan. Cuando un individuo se identifica psicológicamente con su trabajo, su percepción sobre sí mismo está influenciada por su desempeño y por la relevancia que les asigna a sus actividades laborales dentro de su vida. Este fenómeno es especialmente relevante en sectores donde el desempeño

tiene un impacto directo en otras personas, como en el ámbito de la salud, la educación o los servicios públicos. En estos casos, el compromiso de los trabajadores influye no solo en su propia experiencia laboral, sino también en la calidad del servicio que brindan y en la percepción de quienes dependen de su trabajo (Flores et al., 2017).

- **Nivel de compromiso del equipo en la ejecución.** Se refiere a la identificación de una persona con su organización y el sentido de pertenencia que experimenta en su lugar de trabajo. Este factor es clave para determinar la permanencia de los trabajadores en la institución, así como su nivel de dinamismo y efectividad en el cumplimiento de los objetivos establecidos (Velezmoro & Solorzano, 2022).
- **Motivación para participar activamente en la implementación.** Es el grado en que un individuo se involucra de manera comprometida en la ejecución de estrategias y procesos destinados al logro de objetivos específicos. Este involucramiento está impulsado por un impulso interior que activa la predisposición para realizar actividades orientadas a una meta. La motivación juega un papel central en esta participación, ya que influye directamente en el rendimiento de los colaboradores. Cuando los trabajadores comprenden el propósito de sus funciones y encuentran satisfacción en su desempeño, su nivel de compromiso aumenta, promoviendo mayor productividad, calidad y eficiencia (Bohórquez et al., 2020).

#### **d) Desafíos en el apoyo y recursos**

Los desafíos de apoyo y recursos pueden definirse como dificultades relacionadas con la disponibilidad y asignación adecuada de los recursos necesarios (financieros, humanos, materiales, etc.) y el apoyo de gestión para ejecutar eficazmente iniciativas de cambio estratégico (Maalim et al., 2017).

Los desafíos en el área de recursos implican que las opciones de financiamiento para una propuesta son limitadas, muchas organizaciones y empresas encuentran dificultades para poder obtener el capital necesario para iniciar o expandir sus empresas. Esto es un problema importante para las etapas tempranas de las iniciativas y empresas emprendedoras pues las opciones pueden ser aún más limitadas. Así también implican aquellas brechas en la formación y capacitación de nuevos conocimientos para fortalecer las habilidades emprendedoras e innovadoras de los trabajadores que impiden la gestión empresarial exitosa (Nolasco et al., 2023).

### **Indicadores**

- **Disponibilidad de recursos logísticos y materiales necesarios.** Es la capacidad que tiene un proveedor de una organización para poder ofertar un producto o un servicio demandado por los usuarios (Lao-León et al., 2017).
- **Capacitación recibida para el nuevo servicio.** Se trata del conjunto de acciones de preparación que llevan a cabo las entidades laborales con la finalidad de mejorar las competencias y habilidad y cumplir con la calidad de las funciones de los puestos de trabajo y lograr máximos resultados positivos o de servicios. Estas acciones posibilitan la creación y en mantenimiento de las habilidades de los trabajadores para su desempeño adecuado (Labrador et al., 2019).
- **Apoyo y liderazgo de los supervisores durante el proceso.** Es el potencial o la capacidad que tiene una persona para poder influenciar sobre otras y que puedan dirigir sus esfuerzos a una meta común. El liderazgo tiene el potencial para poder influencia el proceso en cómo ocurren aquellos eventos relevantes y aportar al logro de sus metas (Pérez & Camps, 2011).

**Tabla 1***Operacionalización de las variables*

<b>VARIABLES</b>	<b>Definición conceptual</b>	<b>Definición operacional</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Item</b>	<b>Escala de medida</b>
Desafíos operativos	Son los obstáculos que enfrentan las organizaciones para adaptarse y mantenerse competitivos en entornos cambiantes, los cuales exigen mejoras constantes en desempeño, recursos, procesos y participación del personal para lograr una implementación efectiva de sus estrategias. (Maalim et al., 2017)	Los desafíos operativos se basarán en cuatro dimensiones: desafíos en la implementación del cambio estratégico, desafíos en la comunicación de la visión, desafíos en la participación activa y desafíos en el apoyo con recursos, mediante un cuestionario con escala tipo Likert.	Desafíos en la implementación del cambio estratégico	Obstáculos en la ejecución del servicio.	1,2	Likert 1: Casi nunca 2: Nunca 3: A veces 4: Siempre 5: Casi siempre
				Dificultades con nuevos protocolos operativos.	3,4	
				Barreras logísticas o técnicas durante la implementación.	5,6	
			Desafíos en la comunicación de la visión del cambio	Claridad en la comunicación del objetivo del tren temático.	7,8	
				Eficiencia de los canales utilizados para difundir el proyecto.	9,10	
				Suficiencia de la información proporcionada durante la implementación.	11,12	
			Desafíos en la participación activa	Grado de involucramiento del personal operativo.	13,14	
				Nivel de compromiso del equipo en la ejecución.	15,16	
				Grado de autonomía en la resolución de problemas.	17,18	
			Desafíos en el apoyo y recursos	Disponibilidad de recursos logísticos y materiales necesarios.	19,20	
				Capacitación recibida para el nuevo servicio.	21,22	
				Apoyo y liderazgo de los supervisores durante el proceso.	23,24	

*Nota.* Tabla elaborada en base a los conocimientos de los autores Maalim et al. (2017).

## Capítulo III

### 3. Ámbito de estudio

#### 3.1 Ferrocarril del sur oriente y sur del Perú

El Ferrocarril del Sur y Sur Oriente del Perú es una red ferroviaria de trocha estándar (1435 mm) que se extiende desde el puerto de Mollendo hasta las ciudades de Arequipa, Juliaca, Sicuani y Cusco, incluyendo un ramal hacia Machu Picchu. Con 940 km de longitud, es el ferrocarril más extenso del país aún en funcionamiento. Su construcción fue iniciada por el ingeniero Enrique Meiggs en el año 1869. La ruta alcanza puntos elevados como Crucero Alto en Puno (4480 msnm) y La Raya (4335 msnm). Actualmente, está concesionado al Ferrocarril Transandino y operado por empresas como Perú Rail e Inca Rail (Jordan, 2020).

#### Tramos

Tramo sur oriente: Cusco – Machupichu - Hidroeléctrica

Tramo sur: Arequipa - Cusco

#### Ramales

Ramal Arequipa – Islay – Matarani – Mollendo

Ramal Juliaca – Puno

#### Figura 2

*Mapa del ferrocarril del Sur y Sur - Oriente del Perú*



*Nota.* Imagen que representa la ubicación del ferrocarril Sur y Sur oriente del Perú operado por Perú rail adaptado del informe de Perú raíl por Valdez, 2019 (p.7).

### **3.2 Reseña histórica de Perú Rail**

Perú Rail S.A. es una empresa ferroviaria que opera brindando servicios de transporte de pasajeros y de carga, implementa un sistema de seguridad, salud laboral, ambiente y calidad, pertinente al contexto de la organización y alineado con los objetivos establecidos por la organización (Perúrail, 2021).

La empresa forma parte del Grupo Belmond y busca garantizar un trato ético, respetuoso de las leyes, el entorno ambiental, las comunidades, los derechos humanos y el justo comercio en el marco de sus operaciones y su relación con los clientes. Desde 1999, Perú Rail es el operador ferroviario encargado de la ruta sur y la ruta Sur Oriente del Perú. Ofrece, dentro de los paquetes, viajes a los destinos más representativos del Perú, Machu Picchu, el Lago Titicaca y Arequipa (Valdez, 2019).

También, en el marco de sus funciones, transporta recursos minerales como el cobre al puerto de Matarani. La empresa es un operador logístico importante que cubre el transporte de volúmenes de carga significativos que son transportados por trenes en el sur del Perú (Valdez, 2019).

En el marco de sus operaciones la empresa asume el compromiso de garantizar la satisfacción de los clientes ofreciendo servicios de calidad que cumplan y puedan exceder sus expectativas. Por otra parte, busca cumplir con requisitos establecidos por las exigencias de los clientes, los requisitos legales y organizacionales. Promueve una cultura preventiva buscando minimizar la ocurrencia de accidentes e incidentes negativos como enfermedades ocupacionales. Busca garantizar la protección del medio ambiente previniendo la contaminación y promueve la participación de los trabajadores (Perúrail, 2021).

### 3.3 Ferrocarril transandino S.A

Perú Rail opera junto al Ferrocarril Trasandino S.A. (Fetransa) el cual es el concesionario encargado de administrar la infraestructura ferroviaria en la región en el tramo sur y sur oriente desde el año 1999. Es el responsable del mantenimiento, la gestión y la reparación de 980 km de vía y de 40 estaciones (Valdez, 2019).

El Estado es el encargado de mantener la propiedad de los bienes de la conexión, es decir, las vías férreas y el material tractivo rodante y es propietario de las mejoras que el concesionario realice sobre ellos. En este caso, el concesionario tiene a cargo la administración y el aprovechamiento de los bienes de la concesión menos el transporte de pasajeros y de carga por esa razón mediante negociación directa el servicio de transporte ferroviario lo operan dos empresas Inca rail S.A.C empresa independiente y Perú rail que pertenece al mismo grupo empresarial que Fetransa para la prestación de los servicios de transporte de pasajeros (OSITRAN, 2022).

Las retribuciones al Estado son dos: la principal se realiza cada año, equivalente a un porcentaje de 37,25% de los ingresos brutos del Concesionario, que provienen sobre todo por el derecho de acceso a la vía que se cobra a los operadores. La otra retribución es especial, mensual, que equivale al 50% de los ingresos brutos obtenidos por el alquiler del material rodante (OSITRAN, 2022).

De acuerdo con el Contrato la infraestructura ferroviaria fue otorgada en un plazo de 30 años con opción de 6 renovaciones de 5 años, lo cual podría ampliar la concesión por hasta 60 años. La primera prórroga se otorgó el 11 de setiembre de 2003 por el cual el plazo de la concesión se amplía a 35 años quiere decir hasta el año 2034. El Concesionario ejerció su opción de solicitar una ampliación de cinco años adicionales por segunda, tercera y cuarta vez, lo cual no fue aceptado por el Ministerio de Transportes y Comunicaciones (OSITRAN, 2022).

### **3.4 Misión**

La misión de la empresa Perú Rail no solo refleja su compromiso con la experiencia única de viaje del turista sino también va de la mano con el apoyo local y la sostenibilidad. Sin embargo, aún falta enfocarse en la innovación de la tecnología, facilidades en el servicio inclusivo y mejora de la estructura del transporte ferroviario.

“Somos una empresa de servicio que brinda experiencias únicas de viajes a sus pasajeros y transporte de carga de gran volumen, cumpliendo los más altos estándares de seguridad, puntualidad, confiabilidad, excelencia operativa y calidad, con personal altamente comprometido a superar las expectativas de los clientes, innovando permanentemente, con responsabilidad social y ambiental” (Mejia & Calderon, 2018, p. 63).

### **3.5 Visión**

La visión de Perú Rail viene de un concepto más subjetivo que está relacionado con el bienestar emocional de sus clientes y también de su personal protegiendo de sus derechos, valorando su crecimiento personal y la salud ocupacional.

“Un mundo con personas más felices” (Perúrail, 2025).

### **3.6 Valores**

Cuidado. Cultivan conexiones auténticas y de confianza con los grupos de interés.

Confianza. Están orgullosos de quienes son y son apasionados en lo que hacen.

Curiosidad. Viven con el deseo constante de aprender y explorar.

Comunidad. Fortalecen la unión como equipo y construyen lazos significativos con la comunidad.

### **3.7 Política de sistema integrado de gestión**

Perú Rail presenta seis compromisos que están alineados con los estándares internacionales enfocándose en la calidad de servicios el (ISO 9001), responsabilidad ambiental (ISO14001), seguridad y salud ocupacional (ISO 45001) y son:

- 1.** Garantizar la satisfacción de nuestros clientes, brindando servicios de calidad que cumplan y de ser posible excedan sus expectativas.
- 2.** Cumplir con los requisitos establecidos por nuestros clientes, los requisitos legales aplicables y aquellos que la organización suscriba.
- 3.** Promover la mejora continua en todos los niveles de la organización, a través de la revisión constante del Sistema Integrado de Gestión.
- 4.** Promover una cultura de prevención, minimizando la ocurrencia de incidentes, accidentes y enfermedades ocupacionales; eliminando peligros y reduciendo los riesgos identificados en nuestras actividades, a través de la metodología de jerarquía de controles; generando un ambiente seguro y saludable para todas las personas de la organización, clientes y contratistas.
- 5.** Contribuir con la protección del medio ambiente y prevenir la contaminación, minimizando en lo posible los impactos ambientales de nuestras actividades y promoviendo el uso sostenible de los recursos.
- 6.** Promover la participación y consulta de los trabajadores y las partes interesadas pertinentes en el Sistema Integrado de Gestión.

### **3.8 Servicios turísticos**

Perú Rail ofrece una experiencia para aquellos que desean descubrir la majestuosidad de los paisajes del Perú a bordo de un tren. Ofrece una importante variedad de servicios

diseñados para diferentes tipos de viajeros, la empresa busca conectar destinos emblemáticos del país a continuación se detallará cuáles son los servicios turísticos que ofrece.

### **Servicios que operan en la ruta del sur oriente:**

#### **a) Hiram Bingham**

Una opción más lujosa es el tren Hiram Bingham el cual brinda una experiencia mucho más sofisticada con un servicio exclusivo, que incluye gastronomía gourmet con bebidas ilimitadas, música y con un estilo de los trenes pullman de los años 20. Hiram Bingham es el único servicio completo que incluye las entradas para Machupichu, el transporte de CONSETUR y el guiado bilingüe si lo reservas con 48 días de anticipación, pero si son ventas de último minuto solo te incluirá el servicio de transporte, la alimentación y el entretenimiento.

El tren opera de ida y vuelta en las rutas:

- Poroy – Machupicchu
- Urubamba – Machupicchu
- Ollantaytambo – Machupicchu

### **Figura 3**

#### *Servicio Hiram Bingham*



*Nota.* La fotografía muestra el interior del vagón comedor del tren Hiram Bingham y acomodación de mesa con manteles blancos, cristalería delicada y detalles de madera pulida en la decoración, que inspiran elegancia como en los trenes de estilo Pullman del año 1920, fotografía tomada el 25 de enero del 2025.

#### **b) Vistadome observatory y vistadome regular**

Son servicios que buscan mayor comodidad y una vista espectacular durante el trayecto por sus ventanas panorámicas, durante el trayecto ambos servicios incluyen un snack a bordo con una bebida caliente o fría, en el servicio vistadome ofrece danzas típicas de ida y de retorno el desfile de prendas de baby alpaca. En cambio, en el tren vistadome observatory se le añade un coche observatorio (balcón) donde se realiza la presentación de danzas típicas y la música en vivo y posterior a eso el desfile de prendas de baby alpaca.

Los trenes operan de ida y vuelta en las rutas:

- Cusco – Machupicchu
- Poroy – Machupicchu
- Urubamba - Machupicchu
- Ollantaytambo – Machupicchu

**Figura 4**

*Servicio vistadome observatory*



*Nota.* En la fotografía se observa el entretenimiento dentro del coche observatorio con la demostración de la danza Huaylas originaria de los andes peruanos y por el otro lado el acceso al coche balcón con ventanas panorámicas en un 90%, fotografía tomada el 15 de octubre del 2024.

**Figura 5***Servicio vistadome regular*

*Nota.* La fotografía muestra el interior del tren vistadome donde hacen la entrega de un snack, lugar donde los turistas permanecen todo el viaje hasta llegar a Machupicchu, (31 de octubre del 2024).

**c) Expedition**

El tren expedición se trata de un servicio más económico, ideal para personas que priorizan la practicidad sin perder la comodidad.

El tren opera de ida y vuelta en las rutas:

- Cusco – Machupicchu
- Ollantaytambo – Machupicchu

## Figura 6

### *Servicio expedition*



*Nota.* La imagen nos muestra el interior del tren expedition un servicio económico con ventanas panorámicas en un 60% y el momento exacto donde los tripulantes ofrecen snacks y bebidas a los turistas que no están incluidas en el servicio, la imagen fue recopilada de la página web de Perú Rail (Perúrail, 2025).

### **Servicios que operan por el sur:**

#### **a) Andean explorer**

El tren Andean explorer es el primer tren de lujo de América del sur y uno de los más caros del mundo el cual un ticket puede llegar a costar 7000 dólares. Este tren tiene una duración de tres días y dos noches puesto que está incluido la habitación y la alimentación dentro del tren. La travesía inicia desde la ciudad del Cusco hacia Puno donde se pernocta una noche en el lago Titicaca y al día siguiente se realiza la visita a los uros, la isla de Taquile y la playa de Collata, el viaje continúa y finaliza en la ciudad de Arequipa.

El tren opera de ida y vuelta en las rutas:

- Cusco – Puno – Arequipa
- Cusco – Puno

**Figura 7***Servicio andean explorer*

*Nota.* En la fotografía podemos observar las instalaciones del tren andean explorer como el coche bar y la habitación suite fotografía tomada el 2 de julio del 2024.

**b) Titicaca train**

Es un servicio de lujo el cual tiene la ruta desde la ciudad del Cusco hacia la estación de Puno y viceversa tiene una duración de 10 horas. En el trayecto hacen una parada de 15 min en la Raya el punto más alto de la ruta Cusco – Puno (4335 msnm) donde podrán apreciar el nevado Chimboya y apoyar a familias artesanas del lugar con la compra de sus textiles y souvenirs. El servicio ofrece también un almuerzo gourmet, dos presentaciones de danzas típicas del Cusco y de la ciudad de Puno acompañado de música en vivo y el té de la tarde.

## Figura 8

### *Servicio Titicaca – coche observatorio*



*Nota.* En las fotografías se puede observar la demostración de danzas, el coche observatorio y la parada del tren Titicaca en la Raya que dura 15 minutos, en este lugar los turistas pueden observar el paisaje junto al nevado Chimboya y comprar souvenirs de los pobladores locales.

### 3.9 Servicio social

#### a) Tren local

El tren local es un servicio social de la empresa Perú rail que facilita el transporte entre comunidades, el tren local va a dirigido para los peruanos y personas que hayan cambiado su nacionalidad y tengan carnet de extranjería vigente. Este servicio tiene un costo social de doce soles el cual los espacios son limitados y tienen que comprarse con anticipación. En este caso Perú rail da mayor preferencia en disponibilidad de espacios para los cusqueños que residen en las zonas aledañas al tren y que utilizan este medio de transporte para ir a sus viviendas o lugar de trabajo pagando por este servicio a un precio de cinco soles por ruta.

El tren opera de ida y vuelta en las rutas:

- Cusco – Machupicchu (ruta dirigida solo para pobladores de Aguas Calientes)
- Ollantaytambo – Machupicchu

### **Figura 9**

*Servicio de tren local*



*Nota.* Imagen del tren local para peruanos en la ruta Ollantaytambo – Machupicchu, imagen recopilada de (Valdez, 2019).

### **3.10 Servicios de carga**

Perú Rail, brinda soluciones de transporte ferroviario para importantes volúmenes de carga, sobre todo para el sector minero en la sierra sur de Perú. Su servicio conecta al puerto de Matarani en Arequipa con ciudades como Puno, Cusco y Juliaca

Entre los productos transportados se encuentran los concentrados de cobre, combustible, trigo, carbón, cemento, harina de soja, cerveza, entre otros. Además, cumple con parámetros de calidad, responsabilidad ambiental y con certificaciones ISO.

### **3.11 Organización empresarial**

Belmond empresa que administra a Perú Rail, posee la siguiente estructura organizacional. A la cabeza, se encuentra el presidente Lorenzo Sousa quien dirige 14 áreas y dos subáreas. Las áreas son: comercio electrónico, control de aforo, relaciones comunitarias, seguridad ocupacional y medio ambiente, recursos humanos, relaciones institucionales, relaciones laborales, seguridad y salud ocupacional, ventas, patio Arequipa, Logística, Marketing y comercio electrónico, ingresos y seguridad operacional, que a su vez se subdivide en reservas y devoluciones.

### **3.12 Origen y simbolismo del oso Paddington**

#### **3.12.1 El ukuku (oso de anteojos) en la tradición andina y su representación en la película Paddington**

En la cosmovisión andina, el oso de anteojos llamado ukuku, Ucumari, Pablucha u oso andino ocupa un lugar sagrado como símbolo de conexión entre dos realidades, el mundo terrenal que habitamos y por el otro el reino espiritual de los ancestros. (Leite, et al., 2008). El oso de anteojos está relacionado con el significado que tiene la danza Ukukus de la festividad del Sr. de Qollur Rit'i el cual los ukukus vienen simbólicamente del pie de monte amazónico entre las tierras altas y bajas, lugar donde también viven los osos de anteojos. Estos personajes míticos son considerados mediadores entre los hombres y los apus durante la festividad ya que llevan el mensaje de la comunidad y las ofrendas en representación hacia las montañas Qulqipunku y Sinakara.

Varias versiones de la leyenda, recopiladas en comunidades andinas como Siwina Sallma, Phinaya y Marcapata, describen el origen híbrido del ña-ukumari (cría de oso), criatura mítica nacida de la unión de un oso y una pastora. Estamos hablando del Pablo o Pablucha nombre que hoy en día se identifica a los Ukuku, este personaje representa la dualidad entre lo humano y lo animal. Tras matar a su padre oso y huir con su madre al

pueblo se puede entender que hablamos de un ser salvaje por naturaleza quienes los pobladores no lo aceptan y le obligan a enfrentarse al “kukuchi”. Sin embargo, el Pablucha lo derrota con sus fuerzas sobrenaturales demostrando su fuerza bestial y sus inclinaciones a la vida civilizada, quien prioriza la defensa del pueblo contra el agresor sobrenatural (Ministerio de Cultura, 2019).

Hoy en día se puede observar al Ukuku con una vestimenta que se asemeja al oso de anteojos portando gruesos abrigo de yute cubiertos de largas hebras de lana de alpaca o carnero, imitando un pelaje animal, generalmente en tonos oscuros. Su rostro se oculta tras un pasamontaña negra con ribete blanco alrededor de los ojos formándose como unos anteojos y un látigo, herramienta que emplean para imponer orden durante las danzas, reforzando así su dualidad como figuras tanto disciplinadoras como vinculadas a lo salvaje (Ministerio de Cultura, 2019).

En la saga de la película Paddington podemos observar a un oso de anteojos personaje que hace mención en la película que viene del país de Perú y que al igual que Pablucha el personaje híbrido de oso y humano en las leyendas cusqueñas, vemos como un oso de anteojos pasa de la vida salvaje en la selva peruana a poderse adaptar y civilizar en el país del Reino Unido, teniendo a un personaje con ambos comportamientos sin olvidarse de sus raíces.

### **3.12.2 Origen del personaje Paddington**

El personaje Paddington inicio con un libro de literatura infantil escrito por Michael Bond en 1958 con el nombre “Un oso llamado Paddington” el cual fue el inicio de su gran éxito, fue publicado en más de 20 países del mundo y traducido en 30 idiomas. Así también existen más de 20 libros sobre las aventuras de Paddington, álbumes ilustrados, juguetes, series animadas que se estrenaron entre los años 1975 a 1980 y en la actualidad películas que dieron vida a este personaje (Universidad metropolitana de Toronto, 2021).

La inspiración del oso de anteojos nació en 1956 en las vísperas de navidad en Londres donde el escritor Michael Bond vio un oso de peluche en una tienda cercana a la estación de Paddington, el cual compro como regalo para su esposa. Al escribir el libro decidió ponerle el mismo nombre de la estación donde lo encontró y como origen el país de Perú porque asociaba a los osos de anteojos con la selva peruana, su habitat natural (Universidad metropolitana de Toronto, 2021).

En el año 2014 se estrenó la primera película “Paddington” y la segunda película en el año 2017 “Paddington 2” por la productora francesa Studio canal, con gran éxito mundial. Películas que fueron adaptadas de las historias de los libros de Michael Bond.

### **3.13 Película Paddington in Perú**

Perú fue inspiración de producciones cinematográficas importantes como el caso de “Paddington en Perú”, tercera entrega de la saga de Paddington escrita por Mark Burton, Jon Foster y James Lamout el cual fue direccionado por Dougal Wilson. El estreno de la película superó las expectativas y supero los 12,8 millones de dólares en la primera semana de estreno, batiendo récords y convirtiéndola en el segundo debut más taquillero de esta franquicia británica (The numbers, 2025).

La película se trata de un Oso de anteojos llamado Paddington criado en Londres por la familia Brow. Quien emprende un viaje a Perú tras descubrir que su tía Lucy residente del "Asilo para Osos" en la selva está gravemente enferma. Vestido únicamente con su icónico sombrero rojo, su sándwich de mermelada, Paddington simboliza al forastero que regresa a sus raíces con inocencia y respeto. El sr Harry Brown, la figura paterna decide acompañar a Paddington junto a toda su familia mencionando que el Perú es un lugar del “mal de altura y grandes riesgos”.

El filme recorre emblemáticos lugares del Perú, desde la Plaza de Armas de Lima hasta la Amazonía, pero centrándose especialmente en Cusco y sus alrededores como

la montaña Pallcoyo, el Abrá Málaga, la montaña Huaynapicchu y, sobre todo, Machu Picchu que para Paddington es un santuario que debe proteger, símbolo de identidad peruana y patrimonio vulnerable ante intereses externos, como los villanos que buscan explorarlo. Escenas donde se puede recordar la conquista española cuando saquearon el oro de lugares sagrados de los incas. Sin embargo, en la película se observa que el tesoro más grande para la Tía Lucy y la familia de osos no es el oro sino su hogar en los andes, el amor familiar entre ellos. También se observa los arbustos de mandarinas que rodean su refugio. Esta imagen transmite una metáfora clave: el Perú es retratado como un territorio de fertilidad y abundancia natural, donde la verdadera riqueza reside en sus comunidades y ecosistemas.

La popularidad del personaje de Paddington en Perú ha permitido la construcción de una estatua en el pueblo de Machupichu donada por el gobierno británico en colaboración con la Asociación Cultural Peruano Británica que simboliza la relación emocional y cultural de ambos países y que hoy en día es un lugar instagrameable y nuevo atractivo en la población de Aguas Calientes.

### **3.14 Promperú**

A partir del 8 diciembre de 2019, con la implementación del Decreto de urgencia 022-2019, se estableció un marco regulatorio dirigido a fomentar la industria cinematográfica y audiovisual en el Perú. En este contexto, PROMPERÚ fue designada como la entidad responsable de impulsar el uso de locaciones nacionales para la realización de producciones cinematográficas y audiovisuales, tanto nacionales como internacionales. Asimismo, el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Relaciones Exteriores tienen a su cargo la promoción internacional del cine y el audiovisual peruano, así como la creación de condiciones óptimas para facilitar la producción local y extranjera en el país (Film in Perú, 2024).

### **3.15 Film in Perú**

Film in Perú es una estrategia creada por Promperú, representa un esfuerzo integral por posicionar al país como un destino cinematográfico, aprovechando su diversidad geográfica y cultural como ventaja competitiva. Film in Perú brinda asesoramiento y acompaña a las empresas productoras para gestionar los permisos a las diferentes instituciones públicas. Así también promueve la sostenibilidad en locaciones naturales y patrimoniales, exige cumplir con protocolos de conservación ambiental y protección del patrimonio cultural (Film in Perú, 2024). Esto ha permitido rodajes de alto perfil, como algunas producciones de Netflix y Hollywood, que a su vez funcionan como promoción indirecta del turismo. Sin embargo, la falta de incentivos fiscales para producciones extranjeras limita su competitividad frente a países como Colombia o Argentina, que sí ofrecen estos beneficios.

El actual sistema de permisos, aunque estructurado, presenta desafíos en estandarización de tiempos y requisitos entre instituciones, lo que puede alargar los procesos de preproducción. Por ejemplo, mientras algunas municipalidades otorgan permisos en 72 horas, otras demoran semanas, afectando la planificación y eso desmotiva a las empresas a rodar en nuestro país. Así también hasta el momento se ha podido implementar incentivos fiscales como el “crédito audiovisual” y “la exoneración de impuestos al ingreso de bienes” solo a producciones peruanas, pero para las producciones extranjeras aun no cuentan con este beneficio. El Perú debería complementar su estrategia con incentivos fiscales y capacitación técnica especializada, especialmente en regiones fuera de Lima, donde existe potencial subutilizado de locaciones y talento local.

### **3.16 Implementación del tren temático de Paddington en Perú Rail**

La implementación del tren temático de Perú Rail no solo buscó incrementar el brand awareness, sino también consolidar su imagen como la opción premium para llegar a Machu

Picchu, diferenciándose de competidores mediante una propuesta de valor emocional. La alianza con Paddington fue estrategia inteligente: al vincular la marca con un personaje icónico y entrañable, se refuerza la conexión afectiva con el país de Perú, con el turista, especialmente familias y viajeros internacionales. Por esa razón se convirtió en el embajador de su marca.

### ***3.16.1 Descripción del servicio temático de Paddington***

El tren temático de Paddington se ejecutó después del estreno de la película Paddington en Perú en los cines peruanos implementándose en la ruta de Urubamba – Machupicchu así también desde Ollantaytambo a Machupicchu como ruta corta de ida y vuelta, este servicio inicia con la recepción de los pasajeros en el hotel Tambo del Inka donde parte el tren, con la presencia del icónico personaje de Paddington, la música clásica y los tripulantes esperan a la llegada de turistas para realizar el registro en el manifiesto (lista de pasajeros) verificando el ticket y su pasaporte, próximamente se dirigen a sus asientos.

La experiencia Paddington inicia al llegar a la estación de Ollantaytambo una vez que los pasajeros que hayan escogido subir desde esta estación estén a bordo. En seguida el personal de Host se cambia con el uniforme alusivo al oso Paddington, con un mandil y una gorra roja seguido de ello inician con la preparación de la merienda poniendo en cada mesa la vajilla de porcelana, cucharas y cuchillos de plata que fueron prestadas por el hotel monasterio. La merienda temática consiste en una bebida caliente, seis tostadas y mermelada de naranja y aparte de ello se les entrega el snack tradicional, en la mesa los pasajeros también encontraron paletas interpretativas y gorras rojas que caracteriza al personaje Paddington para tomarse fotos, momento crucial donde el personal a bordo interactúa con los turistas de manera interpretativa.

Después de haber degustado la merienda mediante un audio les invitan a pasar al coche observatorio para apreciar las danzas típicas del Cusco acompañado de música en vivo,

lugar donde se encuentra el balcón para ver el paisaje al aire libre, el entretenimiento tiene una duración de 20 minutos durante este tiempo un personal de bar ofrece bebidas embazadas como gaseosas, cervezas artesanales, champan y agua con un precio extra. Así también los turistas tienen la oportunidad de tomarse fotos con el icónico personaje de Paddington. A continuación, les invitan a pasar a sus respectivos asientos para observar el desfile de prendas de baby alpaca el cual los danzarines se cambian de atuendo para modelar las diferentes prendas. Finalizando el personal de Host ofrece la compra de cada prenda a los turistas pasando por cada asiento.

Minutos antes de llegar a la estación final el personal de Host procede a retirar los cubiertos y tazas así también los manteles de cada mesa y cambiarse de uniforme para continuar con sus labores.

### **Figura 10**

*Servicio temático de Paddington*



*Nota.* Imagen recopilada del usuario de Perú Rail el cual invita al público a una aventura de película y mundo de Paddington dentro del tren Vistadome Observatory [Fotografía], 2025, página de Facebook.

**Tabla 2**

*Cuadro comparativo de las funciones del personal realizadas entre un servicio tradicional y el servicio temático de Paddington*

<b>Servicio tradicional - Vistadome observatory</b>	<b>Servicio temático de Paddington – Vistadome observatory</b>
<b>Antes del embarque</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usar el uniforme de la empresa Perú Rail.</li> <li>- Abastecimiento de snacks, vasos, infusiones, sobres de café y azúcar, bebidas frías, termo con agua, hielo según el número de pasajeros</li> <li>- Colocar los manteles con diseño andino en cada mesa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Usar el uniforme temático de Paddington.</li> <li>- Abastecimiento de snacks, infusiones, sobres de café y azúcar, bebidas frías, termo con agua, hielo según el número de pasajeros.</li> <li>- Equipar vajillas de porcelana, cubiertos, canastas decoradas, tostadas y mermelada según el total de pasajeros.</li> <li>- Colocar los manteles con temática de Paddington en cada mesa.</li> </ul>
<b>Durante el embarque</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir a los pasajeros con música clásica y danza típica del Cusco durante el embarque.</li> <li>- Realizar el embarque de pasajeros registrando sus tickets y pasaportes con un tiempo de 20min.</li> <li>- Acomodar las maletas en el almacén.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Recibir a los pasajeros con música clásica y el icónico personaje de Paddington durante el embarque.</li> <li>- Realizar el embarque de pasajeros registrando sus tickets y pasaportes con un tiempo de 20min.</li> <li>- Acomodar las maletas en el almacén.</li> </ul>
<b>Durante el servicio rumbo a Machupichu</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar instrucciones de seguridad al pasajero.</li> <li>- Poner audios interpretativos de los lugares observados como Qorihuayrachina, Pampacahua, camino inca kilometro 104.</li> <li>- Realizar la entrega de snacks y bebidas a los pasajeros incluidas en el servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar instrucciones de seguridad al pasajero.</li> <li>- Poner audios interpretativos de los lugares observados como Qorihuayrachina, Pampacahua, el camino inca kilometro 104.</li> <li>- Preparar el montaje de la mesa con la vajilla de porcelana, cubiertos de plata y sombreros rojos de Paddington para cada pasajero.</li> <li>- Poner en cada mesa los props interactivos que incluyen frases e imágenes alusivas de la película.</li> </ul>

- 
- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ofrecer otro tipo de alimentos envasados mediante un carrito rodante a todos los pasajeros.</li> <li>- Poner el audio para pasar al coche observatorio</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar la entrega de la merienda de Paddington y snacks.</li> <li>- Ofrecer otro tipo de alimentos envasados mediante un carrito rodante a todos los pasajeros.</li> <li>- Poner el audio para pasar al coche observatorio después terminada la merienda.</li> </ul> |
|--|---|

**En el coche observatorio**

- |  |   |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de danzas típicas</li> <li>- Música en vivo</li> <li>- Momento fotográfico</li> <li>- Ofrecer bebidas embazadas</li> <li>- Poner un audio para que regresen a sus asientos y puedan apreciar el desfile de prendas de baby alpaca</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Presentación de danzas típicas</li> <li>- Música en vivo</li> <li>- Momento fotográfico junto a Paddington.</li> <li>- Ofrecer bebidas embazadas</li> <li>- Poner un audio para que regresen a sus asientos y puedan apreciar el desfile de prendas de baby alpaca.</li> </ul> |
|--|---|

**En sus asientos**

- |   |   |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile las prendas de baby alpaca para el público femenino y masculino.</li> <li>- Seguidamente, el personal de Host ofrece las prendas de baby alpaca para los pasajeros que quieran comprarlas.</li> <li>- Finalmente, el personal de Host y asistentes retiran los manteles y vajillas de la mesa</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Desfile las prendas de baby alpaca para el público femenino y masculino.</li> <li>- Seguidamente, el personal de Host ofrece las prendas de baby alpaca para los pasajeros que quieran comprarlas.</li> <li>- Finalmente, el personal de Host y asistentes retiran los manteles y vajillas de la mesa</li> </ul> |
|---|---|
- 

*Nota.* Cuadro comparativo para poder identificar la diferencia entre un servicio tradicional y un servicio temático influido por la película Paddington.

En la **tabla 2** podemos observar un cuadro comparativo sobre las funciones y procedimientos de los trabajadores en el servicio tradicional y el servicio temático de Paddington el cual se puede analizar un incremento en la carga laboral del personal, no tanto por el número de tareas, sino por la complejidad y especialización requeridas. Un desafío que se pudo identificar es la logística de materiales especializados (vajilla de porcelana, cubiertos de plata) que implicaron un manejo más delicado y tiempos extendidos para su reposición y limpieza, aumentando el riesgo de roturas o pérdidas. Segundo, el factor tiempo fue un

limitante para el buen desenvolvimiento del personal ya que los tiempos fueron cortos para seguir los procedimientos alternando las tareas convencionales con la interpretación de un personaje caracterizado y un montaje cuidadoso de la merienda inspirada en la película, lo que demanda mayor tiempo de preparación, coordinación y atención al cliente. Además, actividades como las sesiones fotográficas con Paddington y la gestión de elementos frágiles añaden capas de responsabilidad que, si bien enriquecen la experiencia del pasajero, intensifican la labor del equipo

### Número de trabajadores por coche:

Host: 1

Asistente de Host: 1

Bailarines: 2

Músicos: 3

Barman:2

### Tabla 3

*Frecuencias y horarios de ida*

Ruta	VIO 83		VIO 303	
	Embarque	Llegada	Embarque	Llegada
Urubamba - Machupicchu	06:06 am	9:15 am	-	-
Ollantaytambo - Machupicchu	7:45 am	9:15 am	13:27 pm	14:55 pm

*Nota.* Información recopilada de la página web de Perú Rail (Perúrail, 2025).

En la **tabla 3** se observa los horarios de salida que tuvo el tren temático de Paddington hacia la estación de Machupichu, conto con una salida desde Urubamba a las 06:06 am y dos salidas desde la estación de Ollantaytambo a las 7:45 am y 13:27 pm.

**Tabla 4**

*Frecuencias y horarios de retorno*

Ruta	VIO 504		VIO 302	
	Embarque	Llegada	Embarque	Llegada
Machupicchu - Urubamba	16:22 pm	19:40 pm	-	-
Machupicchu - Ollantaytambo	16:22 pm	18:10 pm	10:55 am	12:32 pm

*Nota.* Información recopilada de la página web de Perú Rail (Perúrail, 2025).

En la **tabla 4** se observa los horarios de retorno del tren temático de Paddington desde la estación de Machupicchu hacia la estación de Urubamba el cual conto con una salida a las 16:22pm y hasta la estación de Ollantaytambo a las 10:55 am y a las 16:22 pm.

### **3.16.2 Marketing publicitaria del tren temático de Paddington**

El tren temático de Paddington fue promocionado por las diferentes redes sociales como Facebook, Instagram, TikTok mediante videos del servicio temático, fotos de las experiencias de los turistas y se pretendió aumentar la visibilidad de Perú Rail con la participación de influencers reconocidos como Paola Gallegos (Calligraphilic), Yazmin Alvarado, Crhistian Palomino (el chico de las noticias), Camila Benzaquen, Papis por primera vez, Natalie Bouchier y el actor peruano Jesús Alzamora. Quienes realizaron una promoción de sus servicios contando sus experiencias en el tren temático y recomendando el servicio de Perú rail como excepcional.

**Figura 11**

*Experiencia de los influencers dentro del servicio temático de Paddington*



*Nota.* Imagen de la experiencia del actor peruano Jesús Alzamora dentro del servicio temático de Paddington, [Fotografía] por Perú Rail, 2025, Instagram.

Así también hubo sorteos para regalar accesorios de Paddington al público en general como se puede apreciar en la **figura 12**. A cambio tenías que seguir la cuenta de Perú Rail en Instagram o TikTok una estrategia que se utilizó para aumentar los seguidores, la visibilidad y popularidad de la empresa.

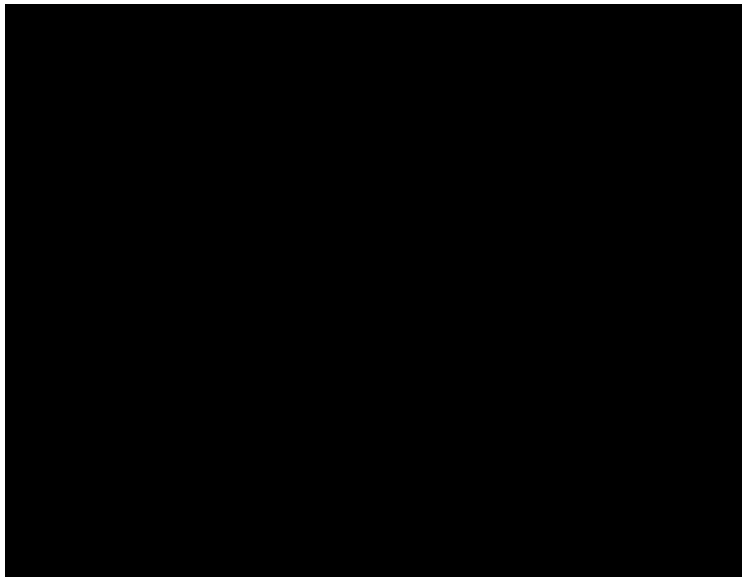
**Figura 12**

*Accesorios de Paddington que se regaló a los usuarios que siguieron la cuenta de instagram de Perú Rail*

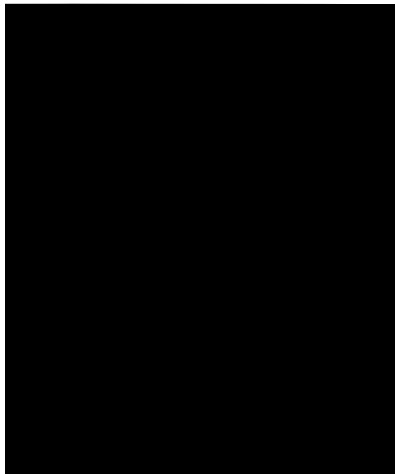


*Nota.* Imagen que muestra los accesorios que se regaló a los usuarios que siguieron la cuenta de instagram de Perú Rail promocionada por la influencer [[@camilabenzaquen](#)], [Video], por Perú Rail, 2025, Instagram.



**Figura 13**

En cuanto a los puntos de ventas de la empresa Perú Rail como son las estaciones de trenes y oficinas en el centro del cusco, se publicaron videos en las computadoras sobre el servicio temático en cada counter y dummies del oso Paddington impulsando la compra del servicio. **figura 14.**

**Figura 14**

Durante el servicio a bordo en el tren se facilitó a los pasajeros paletas del Oso de Paddington con mensajes interpretativos como “Por favor cuídame soy un oso de Perú” para que puedan tomarse fotos en lugares instagrameables del tren.

**Figura 15**

*Paletas interpretativas para los turistas*



*Nota.* Imagen recopilada sobre turistas interactuando con las paletas interpretativas dentro del tren temático de Paddington, [Video], por Perú Rail, 2025, TikTok.

### 3.17 Otras temáticas de Perú rail – “Perú Rail meets Pisco”

Actualmente, Perú Rail continúa apostando por la innovación en servicios temáticos con iniciativas como “Perú Rail meets Pisco”, desarrollada en alianza con Tacama el primer viñedo del Perú y el más antiguo de Sudamérica, que ofrece una experiencia sensorial centrada en el legado cultural del pisco. Este nuevo producto aplica procesos operativos similares a los utilizados en la implementación del tren temático de Paddington, lo que evidencia la continuidad del modelo de gestión. Sin embargo, su éxito dependerá en gran medida de que superen los desafíos en esta investigación, en el cambio estratégico, la participación activa del personal, la comunicación interna y la disposición adecuada de recursos. Mejorar estos aspectos permitirá optimizar la eficiencia operativa, garantizar la calidad del servicio y responder de manera más efectiva a las expectativas de un público cada vez más exigente, asegurando la sostenibilidad de este tipo de propuestas temáticas en el tiempo.

#### Figura 16

*Tren temático "Perú Rail meets Pisco"*



*Nota.* El tren temático del pisco se implementó en el mes de mayo hasta el mes de julio del 2026 (Perúrail, 2025).

**Tabla 5***Otras temáticas de Perú Rail*

<b>Año</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>
Mayo a diciembre (2025)	Perú Rail meets Pisco	Perú Rail transformó sus vagones en una experiencia cultural dedicada al pisco peruano, desarrollada en alianza con Tacama. La inmersión comenzó con una caracterización de los pasajeros, quienes recibieron sombreros costeños y coronas de flores, culminando en una degustación del destilado y un obsequio de lujo: una petaca de pisco como recuerdo tangible de la experiencia.
Enero a febrero (2025)	Paddington in Perú	Perú Rail transformó los vagones del tren Vistadome Observatory en una experiencia cinematográfica inmersiva.
Diciembre (2024)	Temática Navideña	Los trenes y las salas de espera de las estaciones de tren fueron decorados con arreglos navideños convirtiendo un ambiente instagrameable para los pasajeros.
5 de setiembre (2023)	Warmi away “Día internacional de la mujer indígena”	Perú Rail conmemoró la fecha festiva con la invitación de artesanas de las comunidades de Urubamba del programa de responsabilidad social Warmi Away, realizaron una demostración en vivo de las técnicas ancestrales para la confección de sus textiles, en el preembarque del tren.
30 al 2 de mayo (2023)	Servicio sensorial y cultural “Día nacional de la papa nativa”	Perú Rail celebró el Día Nacional de la Papa Nativa con una experiencia gastronómica y cultural. Los pasajeros disfrutaron de una degustación exclusiva de papas nativas acompañadas del tradicional ají uchucuta, una actividad en la que participaron mujeres de la comunidad Rumira de Ollantaytambo, enriqueciendo el viaje con autenticidad y sabores ancestrales.
Enero (2020)	Servicio sensorial y cultural	El Tren Vistadome de Perú Rail implementó un servicio sensorial exclusivo con una demostración de coctelería andina a bordo. Durante el viaje, los turistas pudieron degustar cócteles elaborados con ingredientes autóctonos como la muña y el aguaymanto, mientras disfrutaban del paisaje.

*Nota.* En la **tabla 5** muestra la evolución de los servicios temáticos de Perú Rail iniciando con servicios temáticos temporales por fechas festivas a proyectos más complejos y sofisticados como Paddington in Perú y Perú Rail meets pisco.

## Capítulo IV

### 4. Metodología de la investigación

#### 4.1 Enfoque de la investigación

El presente trabajo de investigación tiene un enfoque cuantitativo debido que se va a recopilar datos mediante las encuestas realizadas a los trabajadores de Perú Rail mediante la escala de Likert.

El enfoque cuantitativo es un método de investigación sistemático y objetivo diseñado para examinar fenómenos medibles utilizando datos numéricos a través de procesos estructurados, que incluyen la formulación de hipótesis, la recopilación de datos estandarizados y el análisis estadístico (Hernández et al, 2014).

De esta manera se podrá expresar mediante porcentajes en gráficos estadísticos el nivel del problema identificado y la veracidad o descarte de las hipótesis planteadas.

Según Alberto Villagómes et al. (2014) el enfoque cuantitativo realiza la observación y medición de la unidad de estudio según la muestra. Así también recopila y analiza datos para responder preguntas y verificar las hipótesis formuladas. Finalmente interpreta y describe los datos numéricos a través de gráficos utilizando la estadística descriptiva o inferencial.

#### 4.2 Tipo de la investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo básica, pura o fundamental busca entender fundamentos teóricos, nuevos conocimientos de un fenómeno social o natural con el objetivo de profundizar el entendimiento de una unidad de estudio, desarrollando conceptos o teorías sin ponerlo en práctica en el estudio (Vasquez et al., 2023). Este tipo de investigación es básica porque se limitará en fundamentos teóricos puesto que no busca solucionar problemas a corto plazo, sino que establecerá una base de otras investigaciones que serán aplicadas en el futuro (Arias, 2021).

### **4.3 Nivel de la investigación**

El trabajo de investigación tiene un nivel descriptivo porque se pretende describir la realidad de los desafíos operativos en la implementación del tren temático de la empresa Perú rail. Este tipo de investigación analiza y describe las características de un fenómeno mediante una planificación de actividades encaminadas a examinar las particularidades del problema (Escudero & Cortez, 2018, p.21).

### **4.4 Diseño de la investigación**

El diseño de la presente investigación es transversal y no experimental porque no varía en forma intencional la variable independiente que son los desafíos operativos y se aplicará el estudio a la muestra en una determinada fecha.

El diseño no experimental permite observar el fenómeno en un escenario cotidiano de la vida real sin influir o manipularlo directamente debido que es una situación que ya sucedió (Hernández et al, 2014).

El diseño no experimental se clasifica en dos tipos según Arias (2021), es transversal porque se medirá la variable independiente estudiándolo en una ocasión única y fecha establecida o caso contrario será longitudinal porque se medirá más de dos veces para observar los cambios de la variable.

### **4.5 Población de estudio**

La población de este estudio está comprendida por los tripulantes y los supervisores del área de servicio al pasajero de la empresa Perú Rail quienes fueron participes de ejecutar el servicio temático de la película “Paddington en Perú”. En este caso nuestra población de estudio está comprendida por 154 trabajadores entre ellas 144 tripulantes, 10 supervisores del área de servicio al pasajero, estos datos fueron recopilados según el área de recursos humanos de la empresa tercerizada Manpower de Perú rail.

**Tabla 6***Número de trabajadores – Población de estudio*

Tripulantes	Supervisores	Total
144	10	154

*Nota.* En la tabla se observa que la población total es de 154 trabajadores incluidas 144 tripulantes y 10 supervisores

#### 4.6 Tamaño de la muestra

La fórmula que se utilizará para hallar la muestra será la siguiente:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población = 154

Z = Nivel de confianza (NC) (95% = 1.96)

e = Error de estimación máxima aceptada (se trabajará con el 5%)

p = Probabilidad de que ocurra el evento estudiado (se considera el 50% = 0.5)

q = (1-p) = Probabilidad de que no ocurra el evento (se considera el 50% = 0.5)

Reemplazando la fórmula ya mencionada, tenemos lo siguiente:

$$n = \frac{154 * (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}{(0.05)^2 * (154 - 1) + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)}$$

$$n = \frac{154 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 153 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{147.9016}{1.3429}$$

$$n = 111$$

El tamaño de muestra es de 111 trabajadores de Perú Rail que participaron en la implementación del tren temático de Paddington.

Se realizó una muestra probabilística estratificada para tener una muestra más precisa en cada grupo de trabajadores, de esta manera se podrá reducir la varianza de la media muestral.

Según Roberto Hernández Sampiere (2014) el muestreo probabilístico estratificado es un método de muestreo que divide una población en varios segmentos o subpoblaciones y selecciona una muestra de cada segmento. Este método se utiliza cuando es importante subdividir la muestra en estratos donde la suma de todos los elementos muestrales de cada estrato será el tamaño total de la muestra.

Siguiendo la siguiente fórmula tenemos que:

$$fh = sh = \frac{nh}{Nh}$$

Donde:

fh = fracción de muestreo por estrato

sh = desviación estándar por estrato

nh = muestra

Nh = población

Reemplazando:

$$fh = sh = \frac{111}{154} = 0.72$$

Tenemos que la desviación estándar y la fracción de muestra por cada estrato es 0.72.

Finalmente, para hallar la muestra estratificada se debe multiplicar el total de subpoblación por la fracción de muestreo para cada estrato.

$$(Nh)(fh) = nh$$

Donde:

$N_h$  = muestra total de la subpoblación

$F_h$  = fracción de muestreo por estrato

$N_h$  = Muestra estratificada

Subpoblación 1: 144 tripulantes

Subpoblación 2: 10 supervisores

Reemplazando:

$$(144)(0.72) = 104$$

Se tiene una muestra estratificada de 104 tripulantes.

$$(10)(0.72) = 7$$

Se tiene una muestra estratificada de 7 supervisores.

**Tabla 7**

*Muestreo por estratos según su población*

<b>Número de trabajadores</b>	
Supervisores	10
Tripulantes	144
<b>Total</b>	<b>154</b>

En la **tabla 7** tenemos que nuestra población es de 154 trabajadores el cual se dividen en dos grupos los supervisores y los tripulantes.

**Tabla 8**

*Cálculo de la muestra estratificada*

<b>Desviación estándar</b>	<b>Subpoblación</b>	<b>Muestra estratificada</b>	<b>Grupo de trabajadores</b>
0.72	10	7	Supervisores
0.72	144	104	Tripulantes

En la **tabla 8** tenemos que la desviación estándar es de 0.72% para ambos grupos el cual nos permitirá hallar la muestra estratificada multiplicando por cada subpoblación. Teniendo como resultado 7 supervisores y 104 tripulantes a los que se debe encuestar.

#### **4.7 Técnicas de selección de la muestra**

**a) Criterio de inclusión.** En el presente trabajo de investigación se incluirá a todos los tripulantes, ex trabajadores que sean mayores de 18 años, de nacionalidad peruana y que estuvieron involucrados en el servicio temático de “Paddington in Perú” (músicos, tripulantes en Host, vendedores, bailarines y barman) y los supervisores que se encargaron de su organización.

**b) Criterios de exclusión.** Se excluirá al personal menores de 18 años, que no sean de nacionalidad peruana y que no estuvieron vinculados al servicio del tren temático de Paddington, como también a otras áreas que no hayan participado o influido en el servicio directo con los turistas.

#### **4.8 Técnicas de recolección de la información**

La técnica para llevar a cabo la recopilación de datos e información y de la cual se hará uso en el presente estudio de investigación es la encuesta.

La encuesta es una técnica de investigación que va dirigido a una población extensa para sustraer información acerca de sus percepciones, actitudes, opiniones y demografía sobre un tema determinado. Esta técnica se desarrolla de forma virtual, por teléfono o en persona generando resultados cuantitativos o cualitativos (Medina et al, 2023, p.23).

La encuesta en el estudio social es un método sistemático para la recopilación de datos a través de encuestas estandarizadas, aplicadas a un grupo de estudio. Su meta es evaluar conceptos extraídos de un problema de estudio, asegurando el anonimato y protocolos transparentes en la formulación de preguntas a través del cuestionario y técnicas de registro organizadas. (Fachelli & López, 2015, p.8)

## 4.9 Instrumento de medición

En el presente trabajo de investigación se hará uso del cuestionario de tipo cerrado donde las preguntas tendrán respuestas previamente establecidas y será politómico porque utilizará la escala de Likert con 5 respuestas a elegir para el encuestado. Según Arias (2021) divide el cuestionario en dos tipos, según la pregunta será abierta quiere decir que da la posibilidad de que el encuestado pueda expresarse al momento de responder, o cerrada porque tendrá opción a escoger las respuestas planteadas por el encuestador; según la respuesta será dicotómico (de uno a dos respuestas) o politómico (de tres a más respuestas). Menciona que el cuestionario debe ser breve para evitar contratiempos al encuestado, es conciso, sencillo, válido y confiable.

Otro concepto del cuestionario lo define Villagómez et al. (2014) como una herramienta que pertenece a la encuesta en este caso se trata de formular una lista de preguntas escritas plasmadas en un formato, donde se reflejara el nombre de la institución, la presentación, preguntas demográficas, instrucciones y las preguntas cerradas o abiertas según se el caso que estarán relacionadas con las hipótesis y las variables de la investigación. De esta manera se podrá verificar las hipótesis formuladas anteriormente.

### Tabla 9

#### *Técnicas e instrumentos*

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

## 4.10 Técnicas de análisis e interpretación de la información

### 4.10.1 Técnica de análisis

La técnica que utilizara este trabajo de investigación es la estadística descriptiva según el autor Rustom (2012) es una disciplina de la estadística que desarrolla métodos para recopilar, organizar, analizar e interpretar datos de investigación y transformarlos en

información útil para extraer conclusiones válidas. Además, proporciona herramientas como la media, moda, mediana, desviación estándar, frecuencia, entre otros para derivar características de la población a partir del análisis de muestras, garantizando así la consistencia y precisión de los procesos.

#### **4.11 Interpretación de la información**

**Primer paso.** La investigación se iniciará con la aplicación de encuestas dirigidas a los trabajadores de Perú Rail, las cuales estarán estructuradas en función de los indicadores de la variable de estudio. La recolección de datos se realizará tanto de manera presencial al finalizar su jornada laboral para no perjudicar en el desarrollo de sus funciones en las estaciones de Wánchaq y Ollantaytambo, como también de forma virtual, con el fin de asegurar una mayor cobertura y participación de los colaboradores.

**Segundo paso.** Se realizará la tabulación de los datos recopilados mediante el software Excel para garantizar un estudio más exacto y confiable.

**Tercer paso.** Se realizará la estadística descriptiva con el apoyo del software SPSS.

**Cuarto paso.** Se interpretará los resultados mediante gráficos con porcentajes para explicar la severidad de los desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington.

**Quinto paso.** Finalmente se realizará la discusión de los hallazgos obtenidos y las conclusiones.

#### **4.12 Validación del instrumento de medición**

El instrumento de recolección de datos, consistente en un cuestionario estructurado con escala tipo Likert, fue sometido a un proceso riguroso de validación de contenido para garantizar su pertinencia, claridad y relevancia en el contexto del turismo temático. Para ello, se contó con la participación de 2 expertos en la materia de turismo, quienes evaluaron cada uno de los ítems considerando la congruencia con los objetivos de la investigación y la adecuación al contexto operativo de Perú Rail.

#### 4.12.1 Validación por contenido de la variable 1: Desafíos operativos

La validez de contenido del instrumento de recolección de datos se determinó mediante el coeficiente V de Aiken, con el propósito de evaluar el grado de pertinencia, relevancia y claridad de los ítems que conforman el cuestionario. Para ello, el instrumento fue sometido a la evaluación de dos jueces expertos, quienes realizaron la valoración utilizando una escala dicotómica (Sí = 1; No = 0).

**Tabla 10**

*Tabla de valores V de Aiken*

<b>Valor de V de Aiken</b>	<b>Interpretación</b>
0.80 – 1.00	Validez alta o excelente
0.70 – 0.79	Validez aceptable o moderada
0.50 – 0.69	Validez baja o cuestionable
Menor a 0.50	Ítem no válido o inaceptable

*Nota.* Tomado de Merino (2023).

El coeficiente V de Aiken se calculó mediante la fórmula:

$$v = \frac{s}{n(c - 1)}$$

**Tabla 11**

*Resultado de V de Aiken*

<b>Para la variable 1</b>		
<b>Criterio</b>	<b>Aiken</b>	<b>Significatividad</b>
Pertinencia	1.00	Validez alta
Relevancia	1.00	Validez alta
Claridad	1.00	Validez alta
<b>V Aiken Total</b>	<b>1.00</b>	<b>Validez alta</b>

*Nota.* Resultados hallados de la fórmula de V de Aiken en Microsoft Excel.

Los resultados en la **tabla 11** evidenciaron que todos los ítems alcanzaron un valor de  $V = 1.00$  en las dimensiones de pertinencia, relevancia y claridad, lo que refleja un acuerdo perfecto entre los jueces expertos. De acuerdo con los criterios de interpretación del coeficiente  $V$  de Aiken, los valores comprendidos entre 0.80 y 1.00 indican una validez de contenido alta o excelente.

En consecuencia, se concluye que el instrumento de recolección de datos presenta una validez alta de contenido, por lo que resulta pertinente y válido para su aplicación en la investigación.

#### ***4.12.2 Validación interna del constructo “Desafíos operativos” mediante correlación de Pearson***

Con la finalidad de evaluar la consistencia estructural del constructo "Desafíos operativos", se aplicó un análisis de correlación de Pearson entre la variable global y sus dimensiones. El coeficiente de Pearson se utiliza para validar que las dimensiones del constructo (concepto abstracto) del fenómeno de estudio en este caso, los desafíos operativos efectivamente representan y están relacionadas con dicho constructo. De esta manera, se confirma que cada una de las dimensiones mide adecuadamente el fenómeno estudiado.

- Desafíos en la implementación del cambio estratégico,
- Desafíos en la comunicación de la visión del cambio,
- Desafíos en la participación activa,
- Desafíos en el apoyo y los recursos.

**Tabla 12**

*Correlación de Pearson entre el constructo “Desafíos operativos” y sus dimensiones*

		Desafíos operativos	Desafíos en la implementación del cambio estratégico	Desafíos en la comunicación de la visión del cambio	Desafíos en la participación activa	Desafíos en el apoyo y recursos
Desafíos operativos	Correlación de Pearson	1	,613**	,908**	,843**	,891**
	Sig. (bilateral)		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	111	111	111	111	111
Desafíos en la implementación del cambio estratégico	Correlación de Pearson	,613**	1	,453**	,299**	,428**
	Sig. (bilateral)	<.001		<.001	,001	<.001
	N	111	111	111	111	111
Desafíos en la comunicación de la visión del cambio	Correlación de Pearson	,908**	,453**	1	,703**	,763**
	Sig. (bilateral)	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	111	111	111	111	111
Desafíos en la participación activa	Correlación de Pearson	,843**	,299**	,703**	1	,680**
	Sig. (bilateral)	<.001	,001	<.001		<.001
	N	111	111	111	111	111
Desafíos en el apoyo y recursos	Correlación de Pearson	,891**	,428**	,763**	,680**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	111	111	111	111	111

*Nota.* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

*Nota.*  $p < 0.01$  (bilateral); todos los coeficientes son estadísticamente significativos

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

## Interpretación de resultados

Los valores obtenidos muestran correlaciones positivas, altas y significativas ( $r > 0.60$ ) entre el constructo “Desafíos operativos” y cada una de sus dimensiones. De acuerdo con Cohen (1988), estos niveles de correlación pueden considerarse fuertes ( $r \geq 0.50$ ), lo cual confirma la validez convergente del constructo.

En particular, destacan las dimensiones de:

- Desafíos en la comunicación de la visión del cambio ( $r = 0.908$ )
- Desafíos en el apoyo y recursos ( $r = 0.891$ )
- Desafíos en la participación activa ( $r = 0.843$ )

Como los componentes más fuertemente relacionados con el constructo global. Esto sugiere que en contextos de implementación de proyectos turísticos innovadores como el tren temático los Desafíos en la comunicación de la visión del cambio, los Desafíos en el apoyo y recursos y los Desafíos en la participación activa son los factores críticos que configuran la percepción general de los desafíos operativos por parte del personal.

Los resultados del análisis de correlación de Pearson respaldan empíricamente la estructura teórica del constructo “Desafíos operativos”. Las cuatro dimensiones correlacionan de manera significativa con la variable global, lo que valida su estructura interna y permite el uso de este constructo como una variable compuesta confiable en investigaciones futuras sobre gestión operativa en turismo temático ferroviario.

### ***4.12.3 Prueba de confiabilidad del instrumento – Alfa de Cronbach***

Para determinar la fiabilidad del cuestionario utilizado en la descripción de los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implantación del tren temático de Paddington por Perú Raíl. Se utilizó la técnica estadística “Índice de consistencia Interna Alfa de Cronbach”, para lo cual se considera lo siguiente:

**Tabla 13***Tabla de valores de Alfa de Cronbach*

<b>Valor de Alfa de Cronbach</b>	<b>Interpretación</b>
0.80 – 1.00	Validez alta o excelente
0.70 – 0.79	Validez aceptable o moderada
0.50 – 0.69	Validez baja o cuestionable
Menor a 0.50	Ítem no válido o inaceptable

*Nota.* Tabla tomada de Ruiz (2002).

En la **tabla 13** se considera lo siguiente:

- “Si el coeficiente Alfa de Cronbach es mayor o igual a 0,7. Entonces, el instrumento es fiable, por lo tanto, las mediciones son estables y consistentes.”
- “Si el coeficiente Alfa de Cronbach es menor a 0,7. Entonces, el instrumento no es fiable, por lo tanto, las mediciones presentan variabilidad heterogénea.”

En la siguiente **tabla 14** se utilizó el *software* SPSS para poder obtener el alfa de Cronbach, cuyo resultado es el siguiente:

**Tabla 14***Resultado de Alfa de Cronbach*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
<b>,933</b>	<b>24</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

El coeficiente Alfa de Cronbach aplicado a los ítems del instrumento tiene un resultado de 0.93 por el cual según Ruiz (2002) tiene una confiabilidad alta o excelente por que se encuentra entre el rango 0.80-1. Por lo tanto, se concluye que la consistencia interna del instrumento es aceptable y procede su aplicación.

## Capítulo v

### 5. Resultados y discusión

#### 5.1 Análisis descriptivo de los resultados

##### 5.1.1. Presentación del instrumento

En el presente capítulo se analizará los resultados de 111 trabajadores que participaron durante la implementación del tren temático de Paddington, adultos mayores entre 19 a 45 años de edad. El cual se obtuvo información relevante sobre los desafíos operativos ocurridos durante el proyecto temático desde la perspectiva del trabajador.

##### 5.1.2 Análisis descriptivo de las características sociodemográficas

En cuanto a las características sociodemográficas tenemos:

**Tabla 15**

*Distribución de frecuencias según el rango de edad de los encuestados*

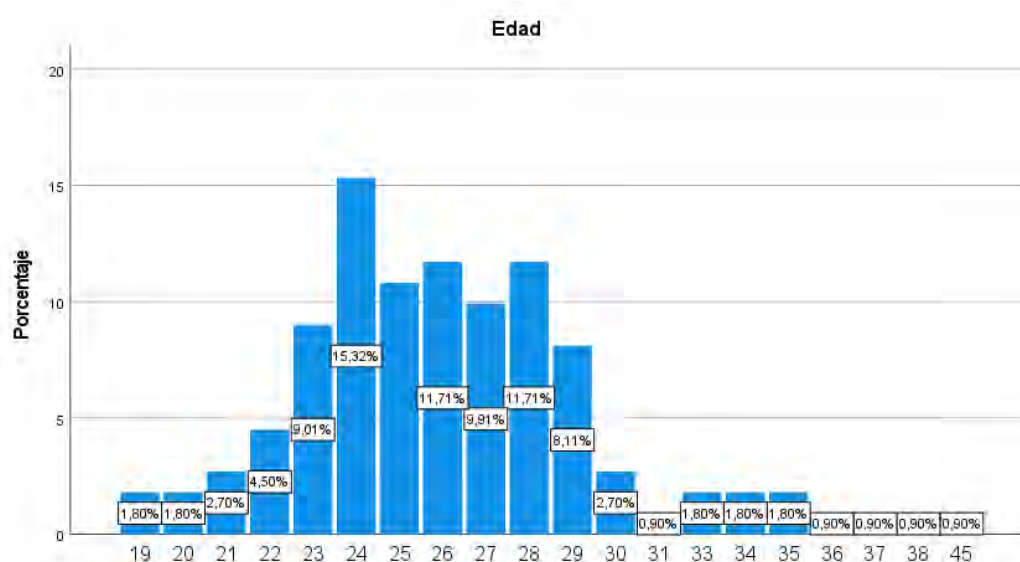
		Frecuencia	Porcentaje
<b>Edad</b>	19	2	1,8
	20	2	1,8
	21	3	2,7
	22	5	4,5
	23	10	9,0
	24	17	15,3
	25	12	10,8
	26	13	11,7
	27	11	9,9
	28	13	11,7
	29	9	8,1
	30	3	2,7
	31	1	,9

33	2	1,8
34	2	1,8
35	2	1,8
36	1	,9
37	1	,9
38	1	,9
45	1	,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 17**

*Distribución de frecuencias según el rango de edad de los encuestados*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 15** y **figura 17** se puede observar que la mayoría de los empleados tienen entre 23 y 29 años, siendo el grupo de 24 años el más numeroso (15,32%), seguido de los de 25, 26 y 28 años (11,71% cada uno). Esto indica que el equipo de Perú Rail es predominantemente joven, mientras que los grupos de edad tanto menores de 22 como mayores de 30, están representados entre el 0,9% y el 4,5% por grupo de edad. Esta

distribución sugiere que la empresa se está enfocando principalmente en profesionales jóvenes, que pueden aportar dinamismo y adaptabilidad, aunque también enfrentan el desafío de mantener y desarrollar experiencia a largo plazo dentro de la organización.

**Tabla 16**

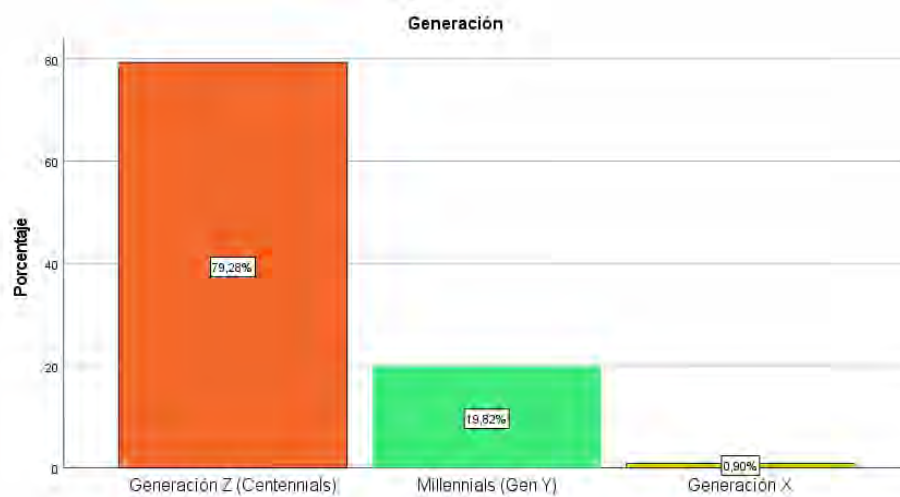
*Frecuencias según la generación de los encuestados*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Generación	Generación Z (Centennials)	88	79,3
	Millennials (Gen Y)	22	19,8
	Generación X	1	,9
	<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 18**

*Frecuencias según la generación de los encuestados*

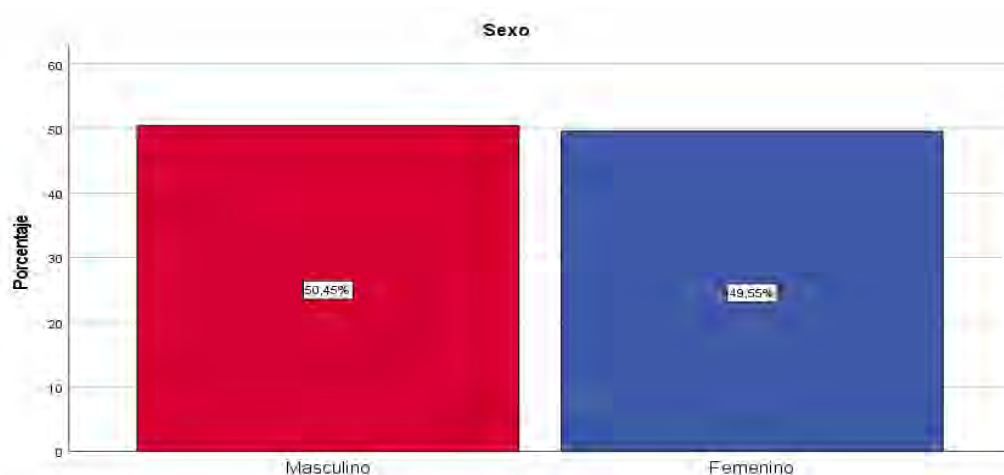


*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 16** y **figura 18** muestra claramente que la Generación Z (Centennials) representa el grupo predominante entre los encuestados, con un porcentaje del 79.3% del total. En segundo lugar, se ubican los Millennials (Generación Y), con una participación del 19.8%, mientras que la Generación X aparece con una representación mínima, casi inexistente.

**Tabla 17***Distribución de frecuencias según el sexo de los encuestados*

		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Sexo</b>	Masculino	56	50,5
	Femenino	55	49,5
<b>Total</b>		<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27**Figura 19***Distribución de frecuencias según el sexo de los encuestados**Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 17** y **figura 19** con respecto al sexo podemos observar que el 50.45% de los trabajadores tiene el sexo masculino y el 49.55% el sexo femenino. Esta distribución evidencia una representatividad equitativa entre hombres y mujeres dentro del personal encuestado de Perú rail.

La cercanía porcentual entre ambos grupos garantiza que las percepciones recogidas en el estudio relacionadas con los desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington no se encuentran sesgadas por una sobre representación de un solo sexo. Esta equidad en la muestra otorga mayor solidez a los resultados globales de la investigación, al reflejar con fidelidad la diversidad de opiniones dentro del personal.

**Tabla 18**

*Distribución de frecuencias según el tiempo que labora en la empresa Perú Rail*

	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 3 meses	12	10,8
4–6 meses	20	18,0
7–12 meses	43	38,7
más de 2 años	25	22,5
Ex trabajador	11	9,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 20**

*Distribución de frecuencias según el tiempo que labora en la empresa Perú Rail*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 18** y **figura 20** los resultados indican que el mayor grupo de encuestados (38.7%) tiene entre 7 y 12 meses de antigüedad en la empresa, lo que equivale a 43 trabajadores. Le siguen quienes laboran entre 4 y 6 meses, representando el 18.0% (20 trabajadores), y quienes tienen más de 2 años, con un 22.5% (25 trabajadores). Asimismo, se identifican 12 trabajadores con menos de 3 meses de permanencia (10.8%) y 11 ex trabajadores (9.9%) que también participaron del estudio.

Esta distribución muestra que la mayoría del personal encuestado cuenta con menos de un año de experiencia en la empresa, lo cual puede influir en la percepción de los desafíos operativos, ya que los trabajadores más recientes podrían experimentar mayores dificultades de adaptación o menor familiaridad con los procesos internos.

**Tabla 19**

*Frecuencia de respuestas sobre si los encuestados vieron la película Paddington en Perú*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí	75	67,6
No	36	32,4
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 20**

*Frecuencia de respuestas sobre si los encuestados vieron la película Paddington en Perú*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 19** y **figura 20** los resultados muestran que el 67.6% de los encuestados (75 personas) afirmaron haber visto la película *Paddington*, mientras que el 32.4% (36 personas) señalaron no haberla visto. Esta diferencia evidencia que más de dos tercios del personal se ha podido identificar con el personaje a través del producto audiovisual, lo cual podría facilitar la comprensión del concepto detrás del tren temático.

El hecho de que una mayoría significativa haya visto la película sugiere una base cultural compartida que puede favorecer el éxito del proyecto por parte del personal, tanto en términos de identificación simbólica como en su disposición a colaborar con su implementación. No obstante, el 32.4% que no ha tenido contacto con la película revela que no mostraron interés en el proyecto, el cual presentaron una baja interpretación y desconocimiento del personaje hacia turistas que probablemente si hayan visto la película o más aun sean fans de la secuela de *Paddington* y sepan el significado de cada detalle del tren.

Esto conlleva a la necesidad de desarrollar estrategias de inducción o sensibilización interna que fortalezcan el conocimiento del contenido narrativo y del personaje, para lograr una apropiación más homogénea del concepto temático del tren.

**Tabla 20**

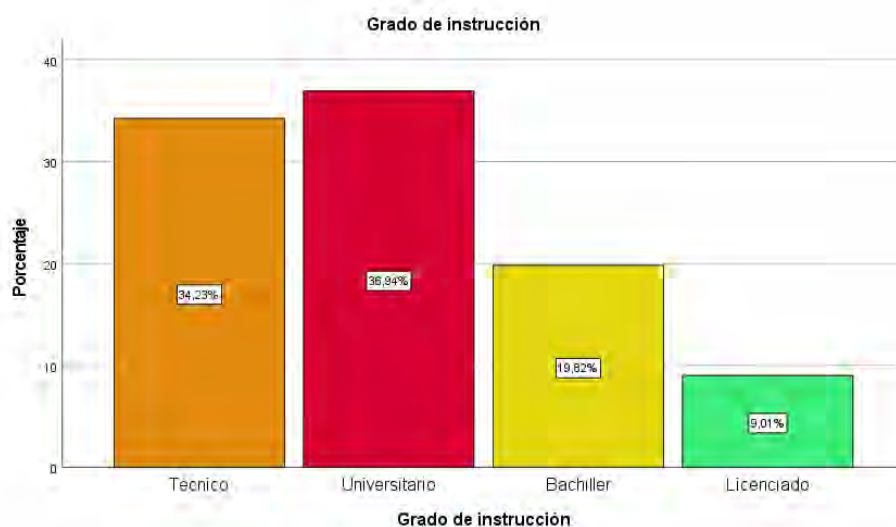
*Nivel de instrucción alcanzado por los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Técnico	38	34,2
Universitario	41	36,9
Bachiller	22	19,8
Licenciado	10	9,0
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

## Figura 21

*Nivel de instrucción alcanzado por los encuestados*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 20** y **figura 21** los resultados reflejan que la mayor parte del personal encuestado posee formación universitaria (36.9%), seguido por quienes tienen estudios técnicos (34.2%). Además, un 19.8% ha alcanzado el grado de bachiller, y un 9.0% cuenta con título de licenciado. Esta distribución muestra que la mayoría de los trabajadores posee formación profesional, ya sea técnica o universitaria, lo cual sugiere una base sólida de competencias formales para afrontar los desafíos operativos que implica la implementación del tren temático de *Paddington*.

El predominio de personal con formación superior permite suponer un mayor nivel de comprensión de los procesos logísticos, operativos y comunicacionales involucrados en el proyecto. No obstante, la variedad en los niveles de instrucción también indica la necesidad de adaptar las estrategias de capacitación, supervisión e implementación según los perfiles educativos, asegurando que todos los trabajadores, independientemente de su formación, cuenten con los recursos necesarios para contribuir eficazmente al desarrollo del proyecto.

**Tabla 21**

*Relación entre la formación académica de los encuestados y el área de turismo*

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	96	86,5
No	15	13,5
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 22**

*Relación entre la formación académica de los encuestados y el área de turismo*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 21** y **figura 22** según los resultados, el 86.5% del personal encuestado (96 personas) declaró que su formación académica está relacionada con el área de turismo, mientras que solo el 13.5% (15 personas) indicó no tener formación en dicho campo. Está marcada mayoría evidencia que el personal de Perú Rail cuenta, en su gran mayoría, con preparación específica en el ámbito turístico, lo cual constituye una fortaleza clave para la implementación del tren temático de Paddington.

La especialización en turismo no solo favorece una comprensión más profunda de la experiencia del cliente y de los estándares del servicio, sino que también incrementa la

capacidad del personal para adaptarse a propuestas innovadoras, como lo es un tren temático. Sin embargo, la presencia de un 13.5% de trabajadores sin formación en turismo presentan la falta de practica y experiencia para ofrecer un servicio de calidad a los turistas como también la capacidad de resolución de problemas; por lo que se sugiere la necesidad de ofrecer procesos de capacitación complementaria para asegurar una atención coherente con los objetivos del proyecto y una experiencia homogénea para los turistas.

**Tabla 22**

*Área o departamento de trabajo de los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Servicio de atención al pasajero	109	98,2
Reservas	2	1,8
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 23**

*Área o departamento de trabajo de los encuestados*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 22** y **figura 23** los resultados muestran que el 98.2% del personal encuestado (109 trabajadores) pertenece al área de *servicio de atención al pasajero*, mientras que solo el

1.8% (2 trabajadores) se desempeña en el área de *reservas*. El trabajo de investigación ha decidido concentrarse en el área de servicio de atención al pasajero porque la mayoría del personal participante se encuentra en contacto directo con los turistas por lo que de ellos depende que los turistas superen sus expectativas durante el viaje. Lo que otorga mayor relevancia a sus percepciones sobre los desafíos operativos en la implementación del tren temático de *Paddington*.

El predominio del área de atención al pasajero permite inferir que los resultados del estudio reflejan, principalmente, la experiencia de quienes interactúan cotidianamente con los turistas. Esta perspectiva resulta clave para identificar problemas operativos, necesidades de capacitación y aspectos por mejorar en el servicio. No obstante, la baja representación de otras áreas, como *reservas*, sugiere la conveniencia de ampliar futuras investigaciones para incluir a más departamentos, permitiendo así una visión más integral del proceso de implementación del proyecto temático.

**Tabla 23**

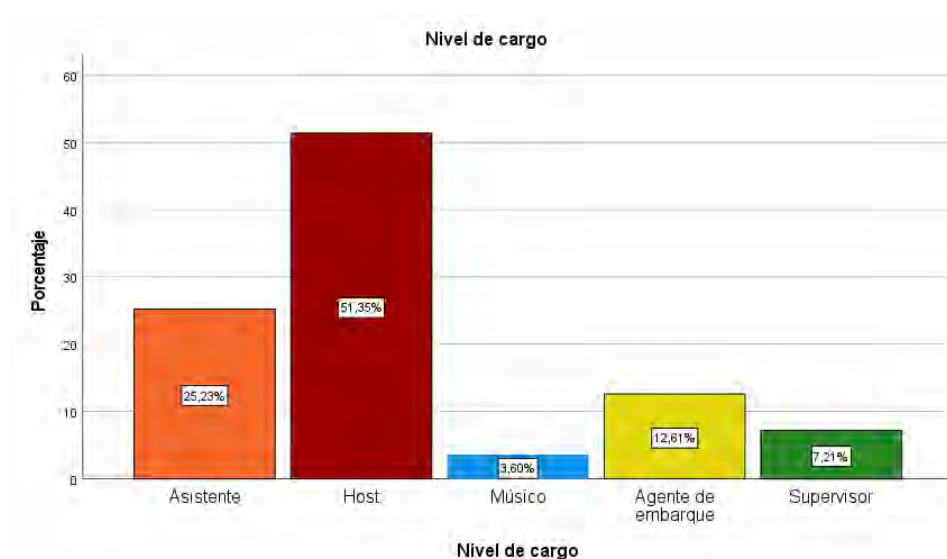
*Nivel de cargo que desempeñan los encuestados en su centro de trabajo*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Asistente	28	25,2
Host	57	51,4
Músico	4	3,6
Agente de embarque	14	12,6
Supervisor	8	7,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

## Figura 24

*Nivel de cargo que desempeñan los encuestados en su centro de trabajo*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la siguiente **tabla 23** y **figura 24** podemos observar que los cargos mayoritarios dentro de los encuestados fueron host con el 51,35% y el cargo de asistente con el 25,23%, quienes brindan un servicio directo con el turista durante el viaje. Seguido del cargo de agente de embarque con un 12,61% personal que se encarga de coordinar los procesos de embarque asegurándose que sus compañeros tengan los materiales necesarios para iniciar con el servicio y supervisores con el 7,21% quienes supervisan que todos los protocolos se cumplan. Así también con los músicos que forman parte del entretenimiento dentro del tren con un 3,60%.

La alta proporción de cargos operativos en contacto con el cliente permite suponer que las percepciones recogidas en el estudio se basan en experiencias directas con los turistas y los procesos del servicio.

Asimismo, la presencia de supervisores y músicos, aunque en menor proporción, aporta diversidad al perfil de los participantes, ampliando el espectro de observaciones desde lo operativo hasta lo artístico y lo administrativo. Esta variedad de cargos fortalece la validez del

estudio al considerar diferentes roles involucrados en la implementación del servicio temático, lo cual contribuye a identificar desafíos desde múltiples perspectivas dentro de la operación ferroviaria.

**Tabla 24**

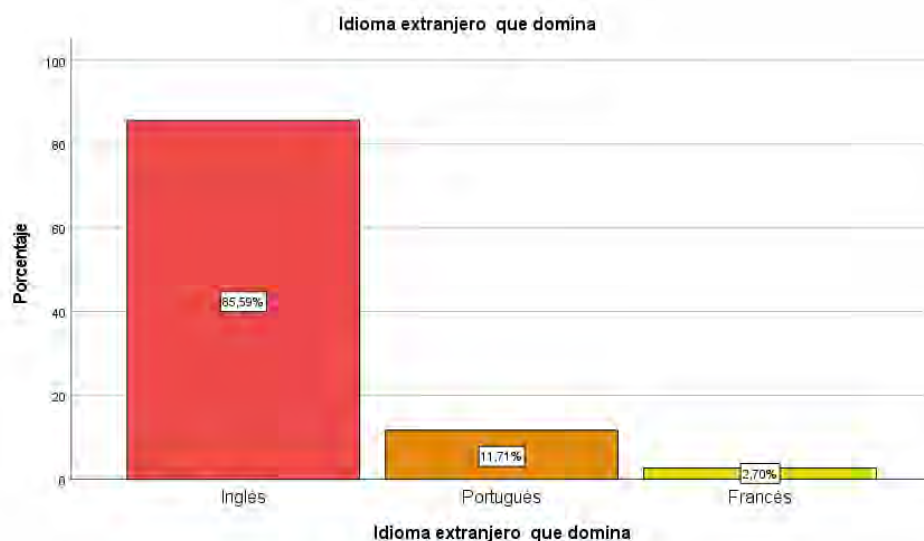
*Idioma extranjero que dominan los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Inglés	95	85,6
Portugués	13	11,7
Francés	3	2,7
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 25**

*Idioma extranjero que dominan los encuestados*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la presente **tabla 24** y **figura 25** se puede analizar que el 85,59% de trabajadores dominan el idioma inglés siendo uno de los requisitos indispensables para laborar en Perú raíl, el 11,71% habla el idioma portugués y el 2,70% habla francés. Una oportunidad de mejora son los idiomas debidos que la mayoría del personal solo habla inglés, pero debemos tomar en cuenta que Machupichu recibe diversidad de turistas de todo el mundo el cual es

importante incentivar a los profesionales en turismo aprender nuevos idiomas del mercado como el francés, chino mandarín, alemán entre otros.

### 5.1.3 Análisis descriptivo de los resultados por ítems

**Tabla 25**

*Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas*

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	5	4,5
A veces	33	29,7
Casi siempre	59	53,2
Siempre	14	12,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 26**

*Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

Según la **tabla 25** y **figura 26** se puede observar que más de la mitad de los trabajadores entendieron las funciones que se les fueron asignadas con un 53,15%. Sin embargo, el 29,73% solo en algunas oportunidades tuvieron claro los lineamientos del

proyecto del tren temático de paddington y el 4.50% de los trabajadores indican que casi nunca tuvieron los roles muy definidos.

Se entiende que a pesar de que la mayoría de los trabajadores entendieron claramente cuales fueron sus funciones asignadas, más de la cuarta parte tuvieron desafíos en la comprensión de sus funciones, demostrando resistencia al cambio y desorientación en los procesos.

**Tabla 26**

*Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	3	2,7
Casi nunca	3	2,7
A veces	40	36,0
Casi siempre	23	20,7
Siempre	42	37,8
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 27**

*Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

Los datos obtenidos de la **tabla 26** y **figura 27** demuestran que la implementación del servicio temático generó un aumento significativo en la carga de trabajo percibida por los empleados. El 37,84% de los encuestados indicó experimentar esta sobrecarga como “muy alta o siempre” y el 20,72% “alta o casi siempre” mientras que el 36,04% respondió que esta situación se presentaba en un nivel "medio o a veces" lo que evidencia un problema generalizado. Solo el 2,70% de los empleados declaró no haber notado ningún cambio ("nunca" o "casi nunca"). Estos resultados reflejan la presencia de un desafío operativo en la implementación del cambio estratégico debido a una ineficiente planificación en la redistribución de tareas durante la fase de ejecución del proyecto, lo que podría haber afectado no solo al bienestar de los empleados, sino también a la eficiencia operativa y la calidad del servicio al pasajero.

**Tabla 27**

*Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	8	7,2
Casi nunca	11	9,9
A veces	51	45,9
Casi siempre	30	27,0
Siempre	11	9,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

## Figura 28

*Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

Los datos de la tabla 27 y figura 28 revelan que implementar nuevos procedimientos operativos representó un desafío operático "medio" para los empleados con un 45,95% mientras que el 36,94% de los encuestados reportó tener dificultades en un nivel "alto" o "muy alto" al implementar cambios en su trabajo diario. Solo el 17,12 % reportó no haber tenido complicaciones "bajo" o "muy bajo".

Estos resultados muestran que los procesos de capacitación y adaptación pueden haber sido insuficientes y la falta de evaluaciones piloto antes de la adopción final de los cambios de procedimiento. La alta frecuencia de dificultades demuestra un desafío operativo crítico por lo que genera en los trabajadores inseguridad, estrés y falta de experiencia en la práctica.

**Tabla 28**

*Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	6	5,4
A veces	31	27,9
Casi siempre	48	43,2
Siempre	26	23,4
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 29**

*Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La **tabla 28** y **figura 29** nos muestra que el 43,24% de los trabajadores indicaron que los protocolos del servicio temático de Paddington fueron frecuentemente claros y se comunicó oportunamente. Sin embargo, el 27,93% con un nivel medio y el 5,41% con un nivel bajo, tuvieron problemas en la comprensión para ejecutar el protocolo con los estándares de la empresa y la información brindada del proyecto se brindó con poco tiempo

de anticipación lo que generó en los trabajadores una limitación en el tiempo para poder prepararse y adaptarse a los cambios.

**Tabla 29**

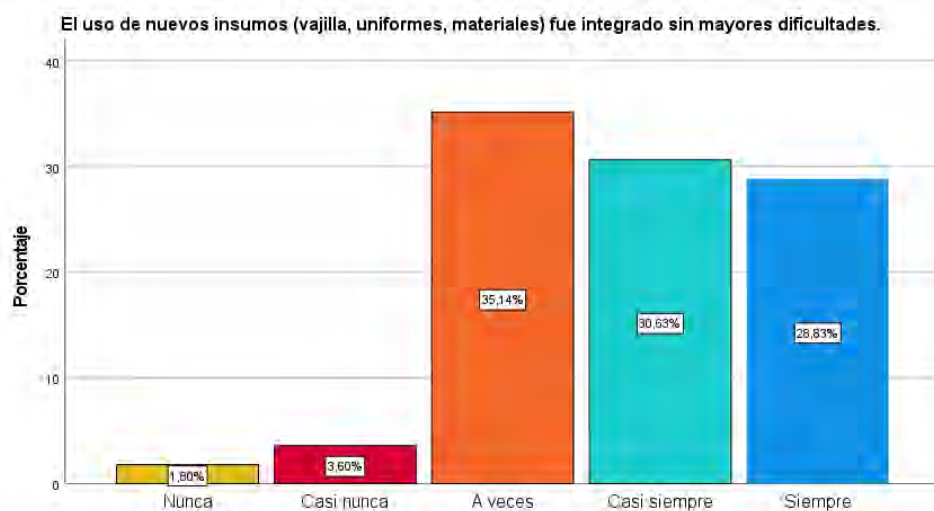
*El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,8
Casi nunca	4	3,6
A veces	39	35,1
Casi siempre	34	30,6
Siempre	32	28,8
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 30**

*El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 29** y **figura 30** Según la perspectiva del personal podemos decir que el 59,46% percibió que el uso de nuevos insumos se integró exitosamente siempre y casi

siempre; pero el 35,14% reportó dificultades ocasionales en el manejo de los materiales, vajilla y uniformes, el 3.60% y el 5.40% revelaron brechas en el proceso de transición.

Estos datos revelan que más de la cuarta parte del personal de Perú rail tuvo ocasionalmente dificultades en el manejo correcto de los materiales, el cual fue un reto para ellos adaptarse a la manipulación de vajillas de porcelana, la entrega de los nuevos refrigerios y el uso de los diferentes uniformes, estas complicaciones adquieren mayor relevancia al considerar el entorno dinámico en el que se desempeñan los trabajadores, donde el constante movimiento del tren exige altos niveles de destreza y adaptabilidad, teniendo en cuenta que el tiempo que tienen es limitado por el cual se necesita dominio y eficacia en cada paso. Finalmente, más de la mitad de los trabajadores pudo demostrar estas habilidades durante el proceso. Sin embargo, el grupo menor que si presentó dificultad presentó una presión laboral y estrés por temor a dañar los materiales.

**Tabla 30**

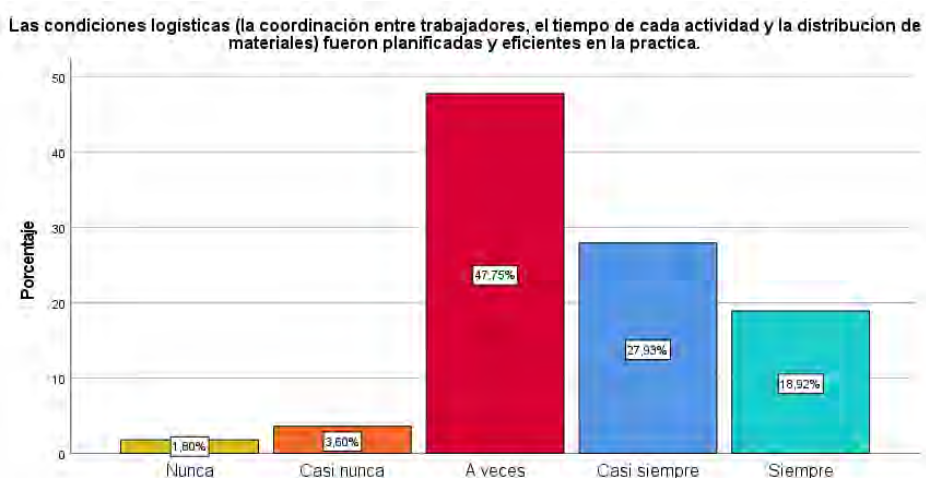
*Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	2	1,8
Casi nunca	4	3,6
A veces	53	47,7
Casi siempre	31	27,9
Siempre	21	18,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 31**

*Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 30** y **figura 31** Los datos revelan que el 27.9% "Casi siempre" y el 18.9% "Siempre" consideró que las condiciones logísticas (coordinación, tiempos y distribución de materiales) fueron planificadas y ejecutadas eficientemente. Por el contrario, un 47.75% reportó dificultades ocasionales "A veces" y un 5.4% problemas frecuentes "Nunca y Casi nunca", indicando importantes áreas de mejora.

**Tabla 31**

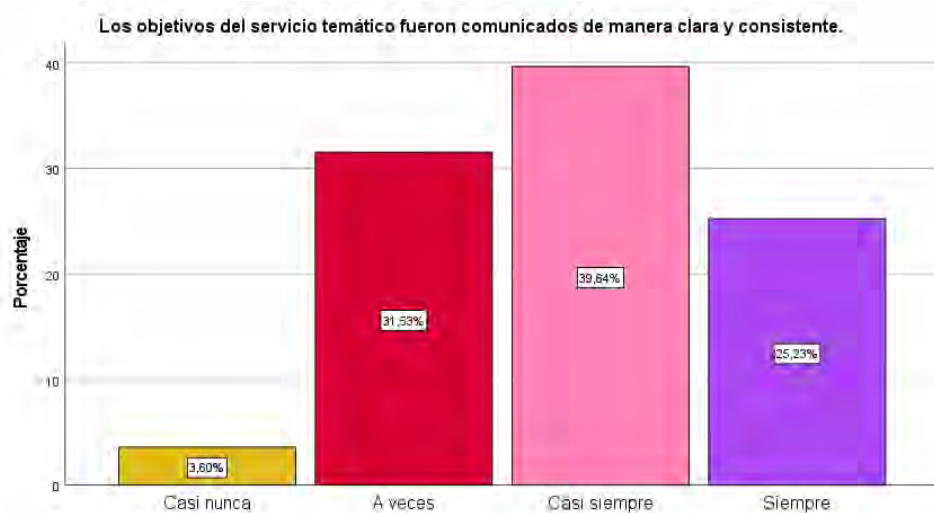
*Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	4	3,6
A veces	35	31,5
Casi siempre	44	39,6
Siempre	28	25,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 32**

*Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 31** y **figura 32** Los objetivos del servicio temático de Paddington fueron casi siempre claros y consistentes para el 39,64% del personal y el 25,23% entendieron perfectamente, mientras que el 31,53% tuvieron dudas sobre el fin del proyecto. El cual hubo una débil retroalimentación y falta de alineación con el propósito del proyecto. Así también no utilizaron medios de comunicación accesibles para que el personal tuviera la información requerida.

**Tabla 32**

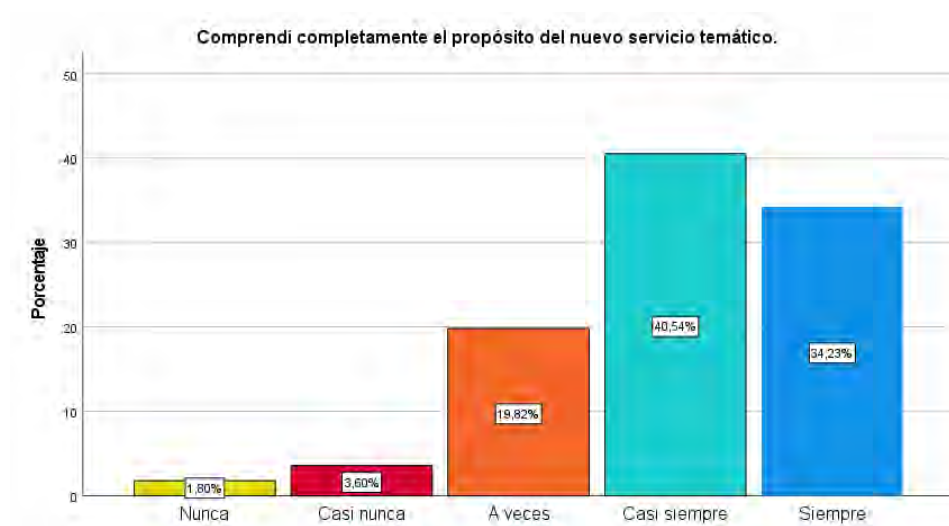
*Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	2	1,8
Casi nunca	4	3,6
A veces	22	19,8
Casi siempre	45	40,5
Siempre	38	34,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 33**

*Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 32** y **figura 33** se muestra que el 40,54% y el 34,23% de los trabajadores comprendieron el propósito del servicio temático con un nivel alto y muy alto. Sin embargo, el 19,82% de los trabajadores algunas veces tuvieron dudas frente a los objetivos que tenía el proyecto y el 15,40% no entendieron los objetivos propuestos por la empresa.

**Tabla 33**

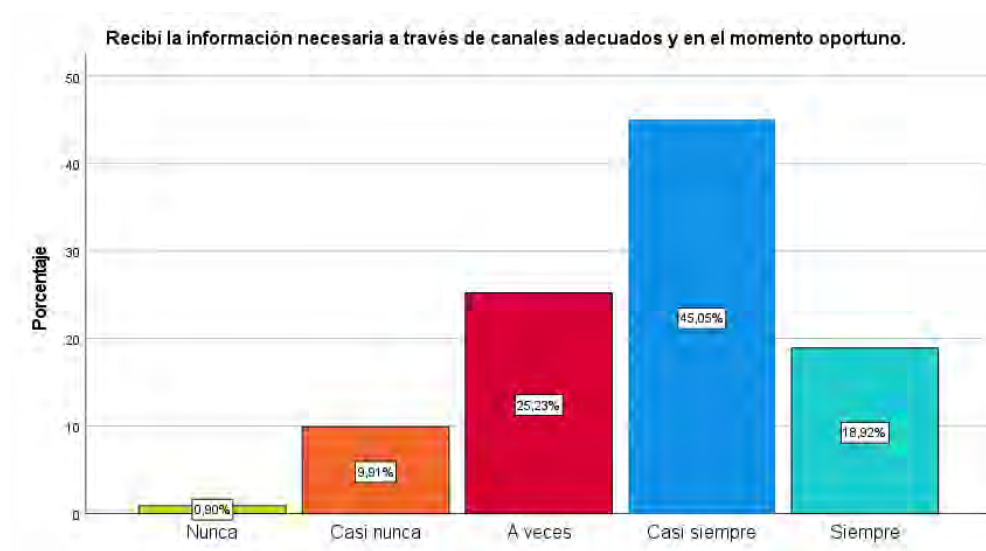
*Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	,9
Casi nunca	11	9,9
A veces	28	25,2
Casi siempre	50	45,0
Siempre	21	18,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 34**

*Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la siguiente **tabla 33** y **figura 34** podemos observar que 45,05% de los trabajadores indican que están de acuerdo en que recibieron la información del proyecto en el momento oportuno mientras que el 25.23% indican que en algunas ocasiones la información requerida se dio con poco tiempo de antelación.

**Tabla 34**

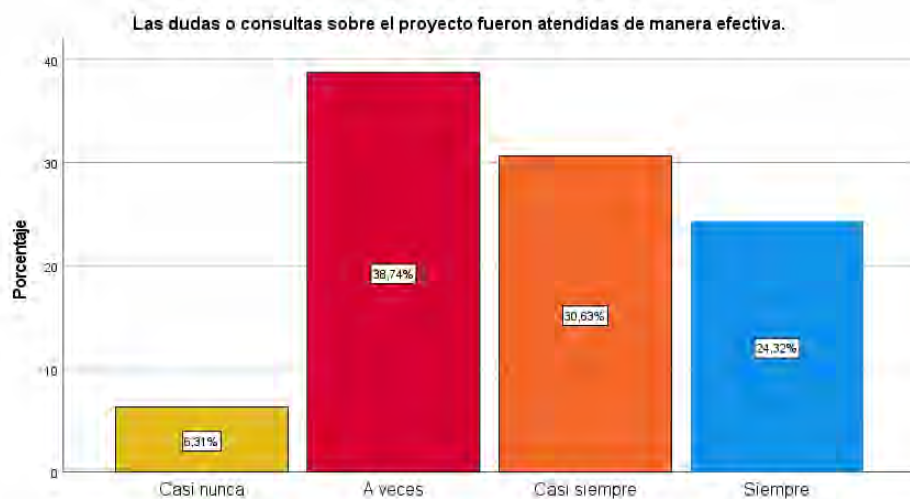
*Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	7	6,3
A veces	43	38,7
Casi siempre	34	30,6
Siempre	27	24,3
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 35**

*Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**En la tabla 34 y figura 35** Se observa que el 38.74% de los trabajadores tuvieron ocasionalmente un encargado el cual resolvía sus dudas y les brinda soporte en algunas funciones que les eran difíciles. Mientras que un grupo menor del 6,31% con un nivel bajo indicaron que no aclararon las dudas que tenían durante el proyecto por lo que se presentó improvisación en sus funciones, generando inseguridad y desventajas en el trabajo en equipo.

**Tabla 35**

*Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	8	7,2
A veces	24	21,6
Casi siempre	55	49,5
Siempre	24	21,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 36**

*Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 35** y **figura 36** el 49.55% de los trabajadores mencionan que usualmente se mantiene una comunicación constante con los miembros del equipo sobre ajustes y novedades que se presentan por ejemplo los briefings antes de iniciar las labores. Sin embargo, el 21.62% menciona que solo a veces presentan estas reuniones por lo que se puede deducir que aquella información relevante no se dio a conocer a un grupo de trabajadores ocasionando desorientación y falta de alienación con el resto del equipo.

**Tabla 36**

*La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	,9
Casi nunca	5	4,5
A veces	45	40,5
Casi siempre	35	31,5
Siempre	25	22,5
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 37**

*La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

Los resultados de la **tabla 36** y **figura 37** revelan que, si bien un 31,53% del personal consideró que la información les permitió anticipar cambios operativos de manera adecuada, un 40,54% solo lo percibió "A veces", lo representa una brecha significativa en la efectividad comunicacional. Además, la presencia de respuestas como "Casi nunca" (4,50%) y "Nunca" (0,90%) sugiere que una minoría crítica del equipo enfrentó serios desafíos para adaptarse a los cambios.

**Tabla 37**

Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	,9
Casi nunca	3	2,7
A veces	12	10,8
Casi siempre	47	42,3
Siempre	48	43,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 38**

Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 37** y **figura 38** los resultados evidencian un alto nivel de participación activa del personal en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático del tren de Paddington operado por Perú Rail. El 85,5 % de los encuestados afirmó haber participado "siempre" o "casi siempre", lo que demuestra un fuerte compromiso y disposición del equipo frente a los desafíos que implicó llevar a cabo este innovador servicio turístico.

**Tabla 38**

*Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	1	,9
Casi nunca	18	16,2
A veces	45	40,5
Casi siempre	26	23,4
Siempre	21	18,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 39**

*Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 38** y **figura 39** muestra que una parte significativa de los empleados no se sintió plenamente escuchada ante los desafíos operativos que surgieron durante la implementación del tren temático Paddington de Perú Rail. Es decir, el 40,54 % indicó que su opinión solo se tuvo en cuenta "a veces", mientras que el 16,22 % respondió "casi nunca" y el 0,9 % "nunca". Estas cifras revelan que más de la mitad de los encuestados (57,66 %) percibió una falta de consideración de sus contribuciones en momentos críticos. Este hallazgo refleja un desafío importante dentro del proyecto: la necesidad de fortalecer la participación

activa de los empleados en la toma de decisiones, especialmente al gestionar situaciones operativas complejas.

**Tabla 39**

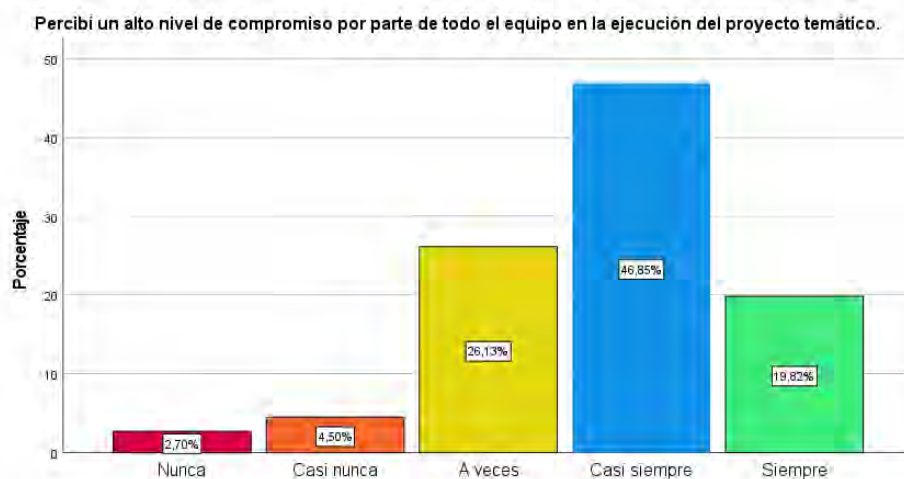
*Percibi un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	3	2,7
Casi nunca	5	4,5
A veces	29	26,1
Casi siempre	52	46,8
Siempre	22	19,8
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 40**

*Percibi un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 39** y **figura 40** revela las percepciones del personal sobre el nivel de compromiso colectivo en la implementación del proyecto del tren temático Paddington de PeruRail. La mayoría de los encuestados reportó un alto nivel de compromiso del equipo:

46.85% indicando “casi siempre”, lo que refleja una percepción generalmente positiva. Sin embargo, 26.13% afirmó haber notado solo “a veces”, mientras que 4.5% respondió “casi nunca” y 2.7% “nunca” el cual se refleja una falta de involucramiento e identificación en el proyecto en este grupo generando en todo el equipo una desmotivación y una desigualdad en el compromiso de sus funciones diarias.

**Tabla 40**

*El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios*

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	2	1,8
A veces	43	38,7
Casi siempre	48	43,2
Siempre	18	16,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 41**

*El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 40** y **figura 41** se puede observar que el 43,24% del personal mostro un alto nivel de disposición y apertura para adaptarse a los cambios mientras que el 38,74% presento un nivel medio exponiendo dificultades en la adopción de nuevas prácticas.

**Tabla 41**

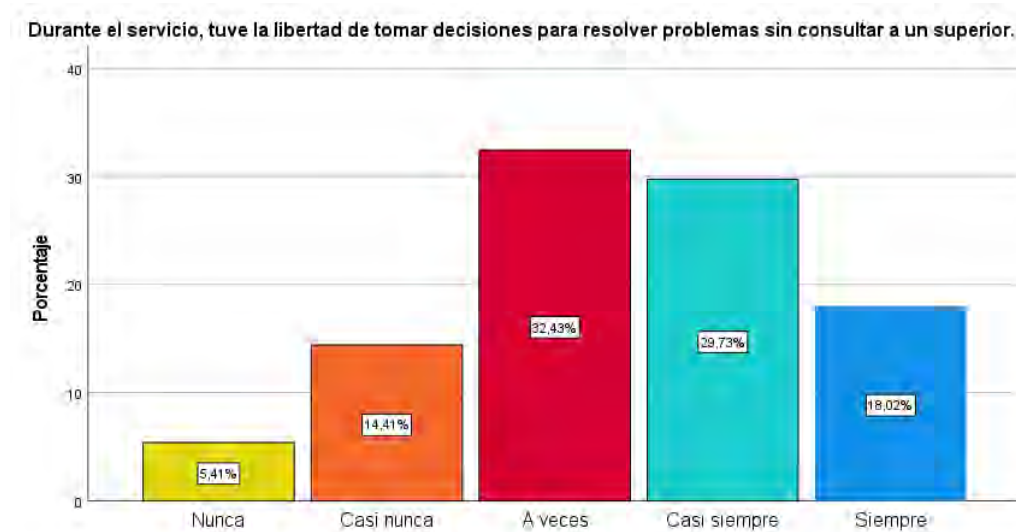
*Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior*

	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	5,4
Casi nunca	16	14,4
A veces	36	32,4
Casi siempre	33	29,7
Siempre	20	18,0
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 42**

*Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 41** y **figura 42** podemos observar que el 32,43% de los trabajadores tienen un nivel medio en cuanto a la capacidad de la toma de decisiones cuando se enfrentan ante un problema y un nivel alto con un 29,73% esto se debe a que la mayoría de los trabajadores laboran entre 1 año a más por lo que desarrollaron más experiencia y mayores capacidades para poder enfrentar y resolver situaciones difíciles. A comparación del 14,41% y el 5,41%

del personal que enfrenta limitaciones significativas para tomar decisiones autónomas debido que presentan poca experiencia o no tienen la confianza en la toma de decisiones, el cual aún dependen de un supervisor o encargado. Este desafío operativo es limitante en el objetivo del proyecto porque lo que se quiere es un entorno donde el servicio sea fluido manteniendo la satisfacción del turista, cualquier demora en la toma de decisiones puede afectar la calidad del servicio.

**Tabla 42**

*Proporcióné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	10	9,0
Casi nunca	11	9,9
A veces	31	27,9
Casi siempre	42	37,8
Siempre	17	15,3
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 43**

*Proporcióné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La **tabla 42** y **figura 43** muestra la frecuencia con la que el personal propuso ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que se lo solicitaran. Una parte considerable del equipo indicó que lo hizo "casi siempre" (37.84%) y "a veces" (27.93%), lo cual refleja una actitud proactiva del personal ante el proceso de mejora continua con el tren temático de Paddington.

Sin embargo, un 9.91% respondió "casi nunca" y un 9.01% "nunca", lo cual sugiere que casi un 20% del personal no se sintió motivado o habilitado para contribuir con propuestas operativa esto se debe a la falta de incentivos o una cultura organizacional que fomente la participación.

**Tabla 43**

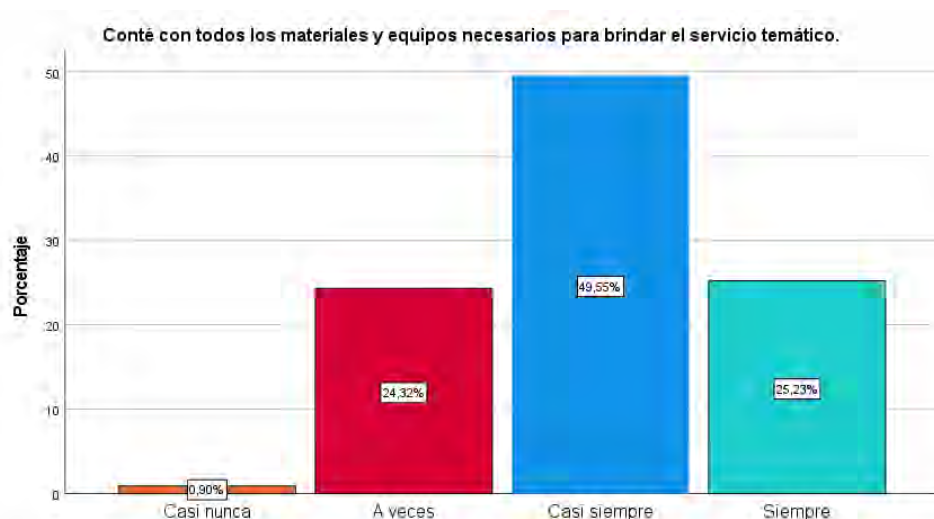
*Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	1	,9
A veces	27	24,3
Casi siempre	55	49,5
Siempre	28	25,2
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 44**

*Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La **tabla 43 y figura 44** muestra la percepción del personal sobre si contaron con todos los materiales y equipos necesarios para brindar adecuadamente el servicio temático. Un alto porcentaje respondió "casi siempre" 49.55% y "siempre" 25.23%, lo cual refleja que en general se logró cubrir las necesidades logísticas esenciales del servicio. Sin embargo, es relevante notar que casi una cuarta parte del personal 24.32% indicó que "a veces" contó con dichos recursos.

Estos resultados sugieren que, aunque el abastecimiento de materiales y funcionamiento de equipos fue en gran medida efectiva, existieron momentos de carencia o limitaciones logísticas que pudieron afectar el desempeño del servicio temático.

#### **Tabla 44**

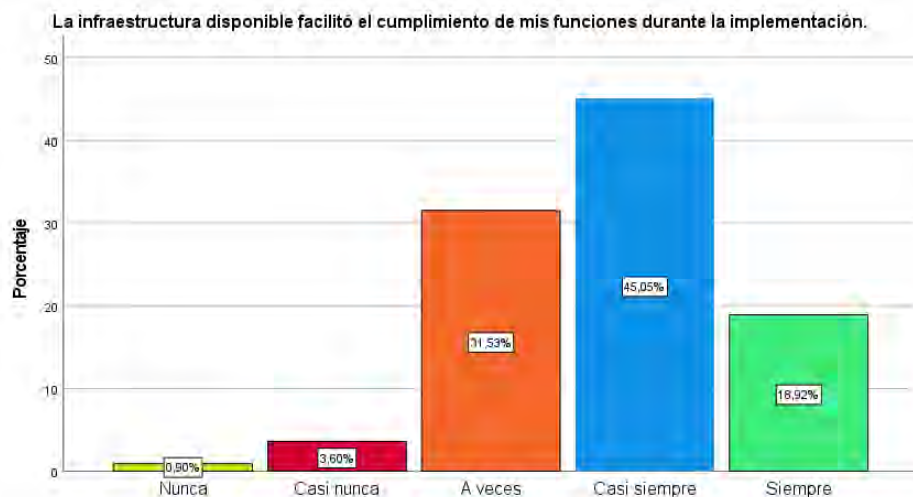
*La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	1	,9
Casi nunca	4	3,6
A veces	35	31,5
Casi siempre	50	45,0
Siempre	21	18,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

### Figura 45

*La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 44 y figura 45** los resultados evidencian que la mayoría del personal (63,9 %) reconoce que la infraestructura facilitó en gran medida el cumplimiento de sus funciones, lo que indica que la empresa contó con un nivel de soporte material moderadamente adecuado para la implementación del servicio temático.

**Tabla 45**

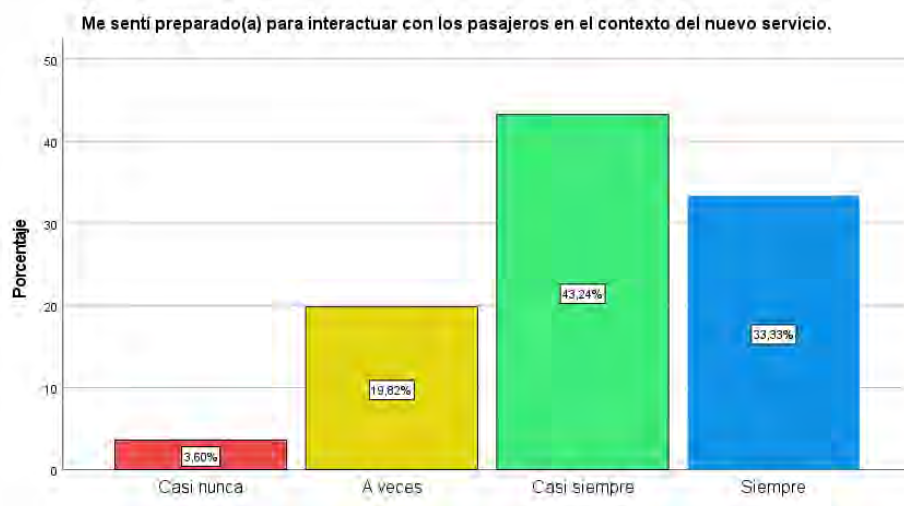
*Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio*

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	4	3,6
A veces	22	19,8
Casi siempre	48	43,2
Siempre	37	33,3
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 46**

*Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La **tabla 45** y **figura 46** representa el grado en que el personal se sintió preparado para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio temático. Los resultados muestran que una mayoría significativa se sintió "casi siempre" (43.24%) o "siempre" (33.33%) preparado, lo que indica un nivel positivo de confianza y disposición para la atención al cliente en esta nueva experiencia turística.

Sin embargo, un 19.82% señaló sentirse preparado solo "a veces", y un 3.60% "casi nunca", lo cual evidencia que una parte del equipo enfrentó inseguridades o limitaciones al momento de interactuar con los pasajeros. Esto podría estar relacionado con falta de

capacitación para brindar un servicio interpretativo específica en habilidades comunicativas, trato al cliente, o conocimiento del enfoque temático del servicio.

En un servicio orientado a brindar una experiencia diferenciada como es el caso del tren temático de Paddington, la preparación del personal para interactuar con el público es clave para garantizar una experiencia memorable, fluida y coherente con la narrativa del producto.

**Tabla 46**

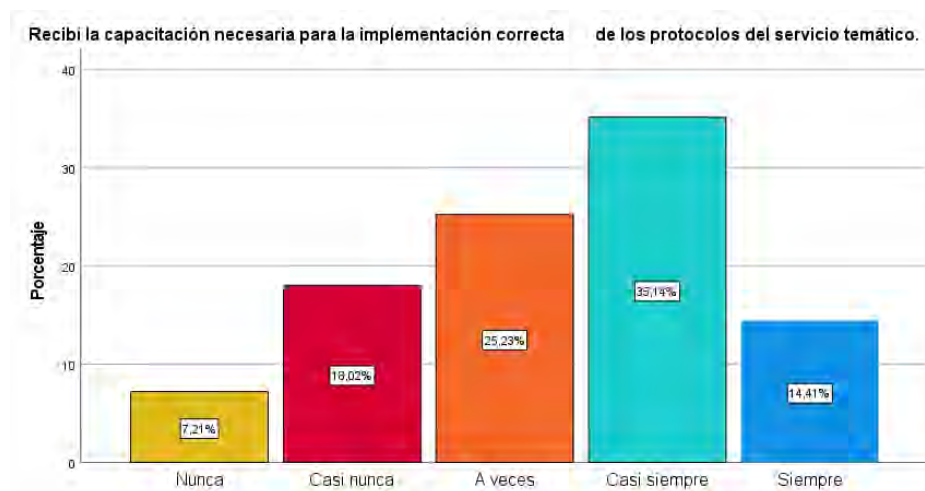
*Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	8	7,2
Casi nunca	20	18,0
A veces	28	25,2
Casi siempre	39	35,1
Siempre	16	14,4
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 47**

*Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 46 y figura 47** muestra que, aunque un 35,14% del personal recibió capacitación "casi siempre" y un 14,41% "siempre", más del 25% tuvo una preparación insuficiente, respondiendo "a veces" (25,23%), "casi nunca" (18,02%) o "nunca" (7,21%). Esto revela una formación desigual antes de la ejecución del servicio temático, lo que pudo generar errores, inconsistencia en el servicio e inseguridad en el personal. Dado que este tipo de proyectos requiere protocolos específicos, la falta de capacitación adecuada pudo afectar la calidad, coherencia y seguridad en la experiencia de los pasajeros.

**Tabla 47**

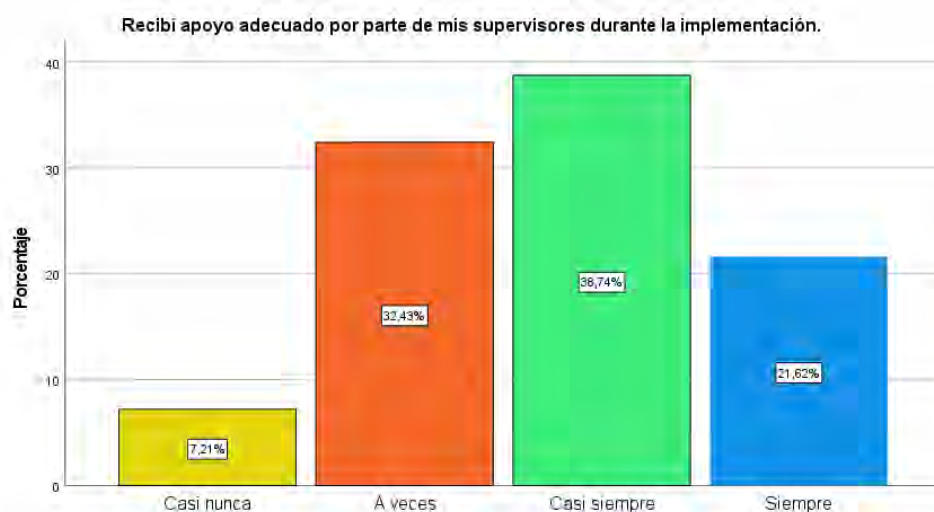
*Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Casi nunca	8	7,2
A veces	36	32,4
Casi siempre	43	38,7
Siempre	24	21,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 48**

*Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

El gráfico refleja las percepciones del personal sobre el apoyo de sus supervisores durante la implementación del servicio temático. La mayoría valoró positivamente la supervisión, con un 38,74% que respondió "casi siempre" y un 21,62% "siempre". Sin embargo, un 32,43% indicó que "a veces" recibió apoyo, y un 7,21% señaló que "casi nunca", lo que sugiere inconsistencia en el acompañamiento. Esta variabilidad pudo generar desafíos operativos, ya que, en un proyecto innovador como este, el liderazgo constante es clave para resolver dudas, manejar imprevistos y mantener la motivación del equipo. La falta de uniformidad podría haber afectado la confianza y eficiencia del personal.

**Tabla 48**

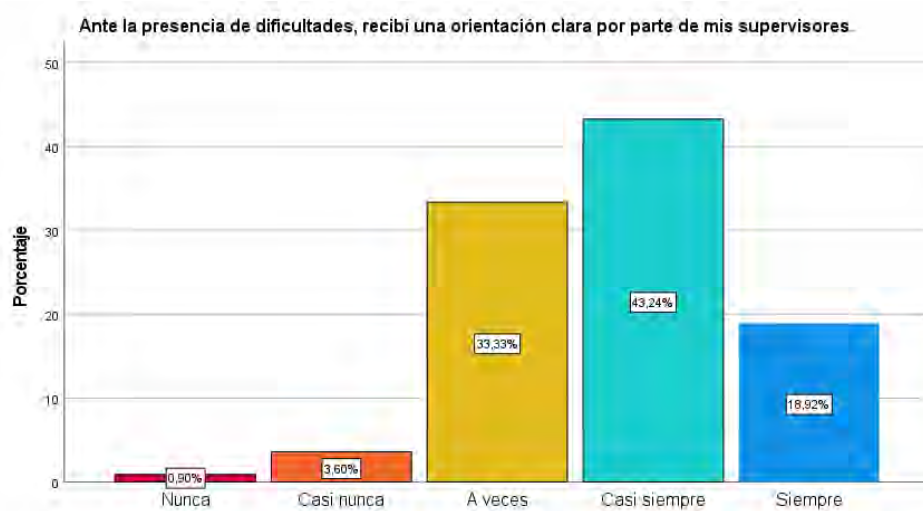
*Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	1	,9
Casi nunca	4	3,6
A veces	37	33,3
Casi siempre	48	43,2
Siempre	21	18,9
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 49**

*Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 48** y **figura 49** se analiza que, ante la presencia de dificultades, el personal recibió una orientación clara por parte de sus supervisores. La mayoría de los encuestados respondió "casi siempre" (43.24%) y "a veces" (33.33%), lo cual indica que, si bien hubo cierto nivel de acompañamiento, no siempre fue constante ni completamente efectivo.

En contraste, un pequeño porcentaje señaló que "casi nunca" (3.60%) o "nunca" (0.90%) obtuvo ese apoyo, lo cual, aunque minoritario, no deja de ser relevante. Estos casos pueden estar relacionados con falta de comunicación, desorganización en la estructura jerárquica o ausencia de protocolos claros para el manejo de contingencias.

Este patrón sugiere un desafío importante en el área de liderazgo operativo y acompañamiento. La falta de orientación clara y oportuna por parte de los supervisores puede generar incertidumbre, errores operativos o incluso desmotivación en el equipo. Dado que se trata de un servicio temático nuevo, en el que se requiere adaptación continua y resolución efectiva de problemas, contar con supervisión accesible y clara es clave para el éxito del proyecto.

## 5.2 Contratación de hipótesis descriptiva

### 5.2.1 Hipótesis general

La hipótesis general que se planteo fue: El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

**Tabla 49**

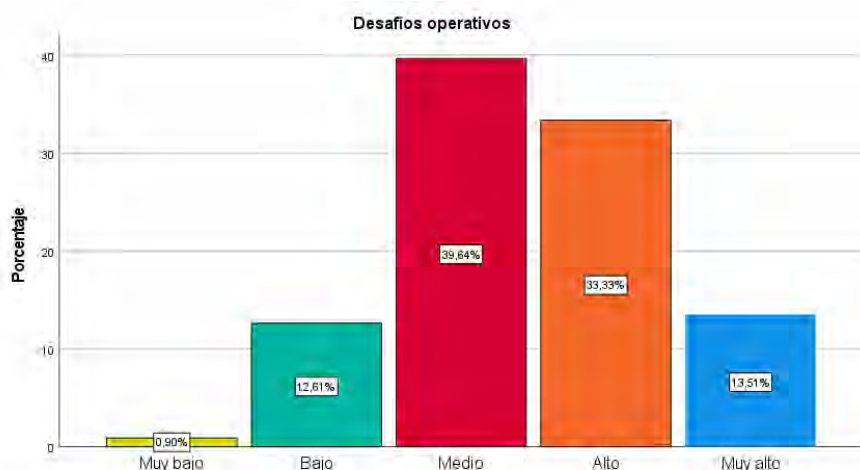
Desafíos operativos

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bajo	1	,9
Bajo	14	12,6
Medio	44	39,6
Alto	37	33,3
Muy alto	15	13,5
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 50**

*Desafíos operativos*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 49** y **figura 50** los resultados evidencian que gran parte del personal encuestado percibe un nivel “Medio” con 39.6% y un nivel “Alto” con el 33.3% de desafíos

operativos en el proceso de implementación del tren temático de Paddington. Esto evidencia que, para una gran parte del personal, las brechas operativas como los limitados recursos, tiempos ajustados, insuficiente capacitación y apoyo fueron relevantes y afectaron el desarrollo de sus funciones.

Solo el 13.5% del personal percibieron desafíos operativos “Muy altos” lo que género en los trabajadores mayor presión laboral y riesgos de fallos durante la ejecución del servicio; mientras que un 12.6 % considera que los desafíos son bajos y solo un 0.9 % los percibe como muy bajos esto significa que solo un pequeño sector del personal contó con condiciones más favorables para desempeñar sus funciones sin mayores contratiempos.

**Tabla 50**

*Análisis de la variable desafíos operativos por sexo y generaciones*

		Sexo									
		Masculino					Femenino				
		Desafíos operativos (Agrupada)					Desafíos operativos (Agrupada)				
Generación		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
	Generación Z (Centennials)	1	4	20	15	3	0	9	13	15	8
	Millennials (Gen Y)	0	1	6	4	1	0	0	4	3	3
	Generación X	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Baby Boomers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 50** revela que los trabajadores que presentaron desafíos operativos fueron varones y mujeres de la generación Z constituyendo el equipo con mayor presencia de carga de trabajo en un nivel medio con 20 personas en varones y 13 personas en mujeres y en nivel alto con 15 personas en ambos sexos, con una mayor proporción en el nivel muy alto (8 casos frente a 3 en hombres), lo que sugiere una percepción más intensa entre las mujeres. Esto

sugiere que el personal joven, mayoritariamente involucrado en la implementación del tren temático de Paddington, enfrenta con claridad los retos operativos.

En cuanto a la generación Millennials está representada por un grupo mediano. La tabla refleja que los obstáculos que ellos presentaron están en un nivel medio y alto. Esto significa que a pesar de tener mayor experiencia laboral y en muchos casos al tener cargos más altos, la realización de sus funciones como delegar tareas, supervisión de procesos y coordinación con diferentes áreas implican un grado alto de presión y responsabilidad. Por esta razón los Millennials al igual que la generación Z percibieron con mayor intensidad los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington. En el caso de la generación X y Baby Boomers no reportó ningún tipo de desafío por la baja participación.

### **Interpretación de la hipótesis general**

Según los resultados respalda plenamente la hipótesis planteada, ya que la proporción que percibe un nivel medio y alto de desafíos representa la mayoría con un 73% de los trabajadores. Observándose una tendencia significativa hacia percepciones de dificultad moderada con (39.6%) y un nivel “Alto” con (33.33%) en jóvenes y adultos de la generación Z y Millennials de sexo masculino y femenino. Este panorama sugiere que, aunque no se perciben como extremadamente complejas por la mayoría, los desafíos operativos sí están presentes y requieren ser abordados con estrategias de mejora en la gestión. Así también es beneficioso fortalecer los procesos internos y el apoyo al personal para reducir la percepción de obstáculos y facilitar una transición más eficiente.

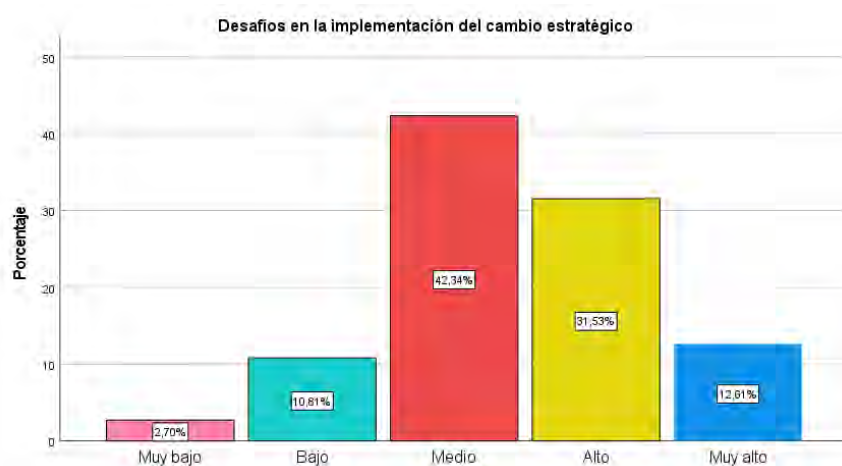
#### ***5.2.2 Hipótesis específica 1***

La primera hipótesis específica que se planteó fue: El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos relacionados con la implementación del cambio estratégico en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

**Tabla 51**

Desafíos en la implementación del cambio estratégico

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	3	2,7
Bajo	12	10,8
Medio	47	42,3
Alto	35	31,5
Muy alto	14	12,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27**Figura 50***Desafíos en la implementación del cambio estratégico**Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La **tabla 51** y **figura 50** refleja la percepción del personal respecto al nivel de desafíos enfrentados en la implementación del cambio estratégico, evidenciando que la mayoría de los trabajadores se concentra en niveles medio con 42.3 % y alto con 31.5 %. Esto se debe a que recibieron una carga de trabajo al aumentar sus funciones en el servicio temático y a pesar de que la empresa Perurail comunicó los nuevos protocolos de forma clara los trabajadores tuvieron dificultades al adaptarlo en sus funciones diarias ya que la redistribución y abastecimiento de materiales, el limitado tiempo de cada paso a seguir y la organización entre trabajadores requería de un alto esfuerzo físico, destreza y adaptabilidad a

ello se suma las habilidades interpretativas y especializadas que debían de tener al momento de brindar el servicio al turista. Estos desafíos mencionados generaron en los trabajadores alta presión laboral, estrés y desorientación por la falta de experiencia en la práctica.

Es así que el 12.61% percibió los desafíos como muy altos, lo cual refuerza la idea de que la implementación del tren temático no fue un proceso sencillo ni exento de obstáculos. Por otro lado, solo una pequeña parte lo valoró como bajo (10.81%) o muy bajo (2.70%) por lo que este grupo minoritario pudo adaptarse más rápido al cambio estratégico.

**Tabla 52**

*Análisis sobre los desafíos en la implementación del cambio estratégico por sexo y generaciones*

		Sexo									
		Masculino					Femenino				
		Desafíos en la implementación del cambio estratégico (Agrupada)					Desafíos en la implementación del cambio estratégico (Agrupada)				
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
<b>Generación</b>	Generación Z (Centennials)	3	3	17	15	5	0	5	20	14	6
	Millennials (Gen Y)	0	3	3	5	1	0	1	6	1	2
	Generación X	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Baby Boomers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

En la **tabla 52** presenta la percepción del personal por sexo y generación respecto a los desafíos enfrentados durante la implementación del cambio estratégico, el cual revela que la Generación Z (Centennials) es la más representativa tanto en hombres como mujeres, siendo jóvenes quienes reportan en mayor proporción desafíos de nivel medio a alto. Entre los hombres Centennials, se observa una concentración importante en los niveles Medio (17 personas) y Alto (15 personas), con una presencia menor en el nivel Muy alto (5). De forma

similar, las mujeres Centennials reportan principalmente niveles Medio (20 personas) y Alto (14 personas), lo que evidencia que el grupo más joven estuvo más expuesto a los cambios y fueron responsables del cumplimiento de los requerimientos de la nueva propuesta.

Respecto a los Millennials (Generación Y), si bien su participación es menor, muestran también una percepción significativa en los niveles Medio y Alto, especialmente en varones. Esto refleja su implicancia operativa en el proceso de transformación y la adaptabilidad con los procedimientos nuevos por el enfoque temático del tren.

Por otro lado, la Generación X casi no presenta registros, lo que refuerza la idea de que los desafíos estratégicos fueron mayormente vividos por el personal más joven y activo en el día a día operativo.

### **Interpretación de la hipótesis específica 1**

Los resultados confirman la hipótesis planteada porque los trabajadores presentaron desafíos en la implementación del cambio estratégico en un nivel medio y alto representando la mayoría con un 73.8% en jóvenes en su mayoría de la generación Z seguido por un grupo menor de los Millennials de sexo masculino y femenino.

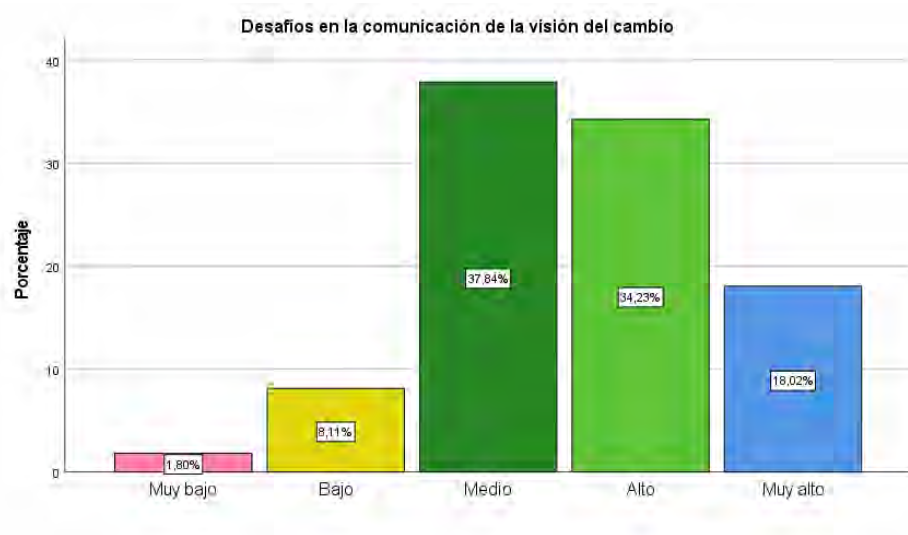
Por ello, se recomienda fortalecer los procesos de comunicación, formación y acompañamiento en la gestión del cambio, a fin de facilitar una transición más fluida y reducir la percepción de complejidad operativa.

### **5.2.3 Hipótesis específica 2**

La segunda hipótesis específica que se planteó fue: El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en la comunicación de la visión del cambio en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

**Tabla 53***Desafíos en la comunicación de la visión del cambio*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	2	1,8
Bajo	9	8,1
Medio	42	37,8
Alto	38	34,2
Muy alto	20	18,0
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27**Figura 51***Desafíos en la comunicación de la visión del cambio**Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En el gráfico podemos observar que la mayor parte de los encuestados presentó desafíos en la comunicación de la visión del cambio con un nivel medio con 37,84% y un nivel alto con 34,23% esto significa que los trabajadores experimentaron un grado de dificultad en comprender o recibir claramente el propósito del cambio estratégico, así también los briefings o reuniones para absolver las dudas o consultas de los trabajadores no fueron continuas durante la ejecución del servicio. Esto generó que los trabajadores al no

sentirse seguro de sus funciones, improvisen y se sientan desorientados al realizar sus funciones.

Solamente un 8.11% percibió este desafío como bajo, y el 1.80% como muy bajo, lo cual evidencia que la comunicación interna en todo el equipo fue una debilidad significativa durante el proceso. Esta situación puede haber dificultado la alineación del equipo con los objetivos del nuevo servicio, afectando tanto la ejecución operativa como la motivación y el compromiso del personal.

**Tabla 54**

*Análisis sobre los desafíos en la comunicación de la visión del cambio según el sexo y generaciones*

		Sexo									
		Masculino					Femenino				
		Desafíos en la comunicación de la visión del cambio (Agrupada)					Desafíos en la comunicación de la visión del cambio (Agrupada)				
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
<b>Generación</b>	Generación Z (Centennials)	1	3	21	14	4	1	6	11	17	10
	Millennials (Gen Y)	0	0	6	4	2	0	0	4	2	4
	Generación X	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Baby Boomers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

En la **tabla 54** podemos observar que los trabajadores que presentaron mayores desafíos en la comunicación de la visión del cambio fueron de la generación Z de sexo femenino con 17 personas con un nivel “Alto” y 10 personas con un nivel “muy Alto”. En cambio, en el sexo opuesto tuvieron un desafío moderado en el nivel Medio con 21 personas y en el nivel Alto con 14 personas. Esto significa que una gran parte del personal en especial mujeres experimentaron barreras importantes para comprender o alinear su trabajo con la visión estratégica del nuevo proyecto.

La generación que presento menos desafíos en la comunicación fue la Millenials con una dificultad de nivel medio. En cuanto a la generación X y Baby Boomers no reporto dificultades.

### **Interpretación de la hipótesis específica 2**

Según el análisis de los resultados podemos decir que más de la mitad de los trabajadores presentaron desafíos en la comunicación de la visión del cambio con el 72% con un nivel medio y alto. Esta distribución respalda la hipótesis planteada siendo gran parte de este grupo de la generación Z de sexo femenino con un nivel “Alto” y el sexo masculino con un nivel “Medio”. Esto sugiere la necesidad de reforzar los canales para brindar información y estrategias comunicacionales internas para asegurar que la visión del cambio sea comprendida, compartida y asumida por toda la organización.

#### **5.2.4 Hipótesis específica 3**

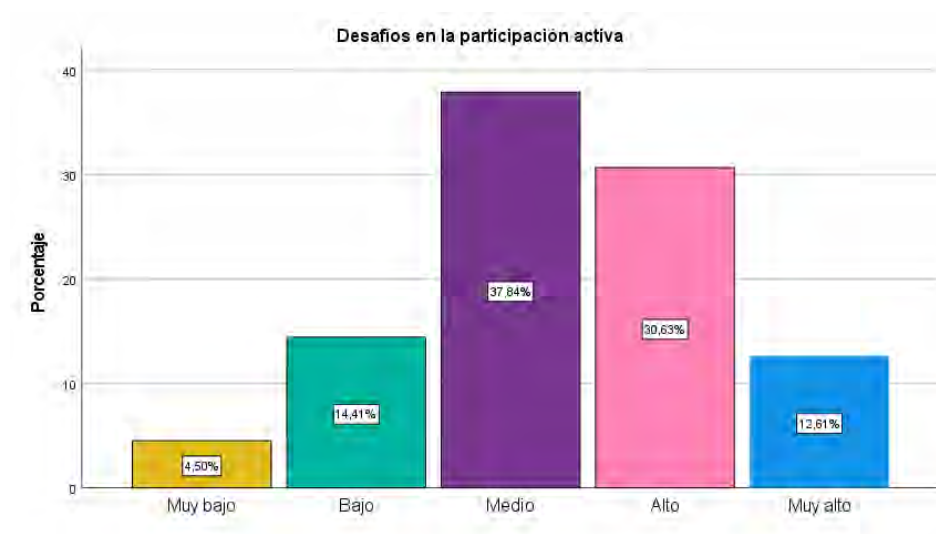
La tercera hipótesis específica que se planteo fue: El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos respecto a la participación activa en el proceso de implementación del tren temático de Paddington, 2025.

**Tabla 55**

*Desafíos en la participación activa*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	5	4,5
Bajo	16	14,4
Medio	42	37,8
Alto	34	30,6
Muy alto	14	12,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

**Figura 52***Desafíos en la participación activa*

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

La tabla 55 y figura 52 revela que la mayoría del personal percibe desafíos de nivel medio 37.84% y alto 30.63% en su participación activa durante la implementación del tren temático de Paddington, mientras que solo un pequeño porcentaje considera que los desafíos son bajos 14.41% o muy altos 12.61%.

Esto significa que la mayoría de los trabajadores enfrentaron menos desafíos en la participación activa el cual demostraron un fuerte compromiso y disposición con la implementación del tren temático de Paddington, otro factor que permitió a los trabajadores una mayor participación en el servicio temático fue la motivación de salir de su zona de confort y salir de su rutina de su trabajo. Así también expresaron que al realizar un servicio más interpretativo e innovador incrementaba la satisfacción de los turistas como también su pasión laboral.

Por otro lado 43,24% de los trabajadores si presentaron desafíos con niveles altos y muy altos lo que es una oportunidad de mejora para la empresa Perú rail para que fortalezcan la participación activa del personal ya que es fundamental en servicios temáticos como el tren

de Paddington, donde el éxito depende en gran medida de la capacidad del equipo para proponer mejoras adaptadas al día a día y resolver situaciones de forma creativa. Se pudo identificar la falta de confianza para opinar y el débil reconocimiento de la empresa hacia los trabajadores, esto podría estar desmotivando la iniciativa de los trabajadores.

**Tabla 56**

*Análisis sobre los desafíos en la participación activa por sexo y generaciones*

		Sexo									
		Masculino					Femenino				
		Desafíos en la participación activa (Agrupada)					Desafíos en la participación activa (Agrupada)				
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Generación	Generación Z (Centennials)	1	2	26	10	4	3	10	12	14	6
	Millennials (Gen Y)	0	3	2	5	2	1	1	1	5	2
	Generación X	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Baby Boomers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

En la **tabla 56** revela que los desafíos en la participación activa durante la implementación del tren temático de Paddington se concentran principalmente en niveles medio y alto, con mayor incidencia en la generación Z. Entre las mujeres de esta generación 14 personas presentaron un nivel “Alto” y 12 personas un nivel “Medio”. En el caso de los varones 10 personas tuvieron un nivel “Alto” y 26 personas presentaron desafíos en un nivel “Medio”. Esto quiere decir que la participación activa de los trabajadores no fue de manera continua o comprometida en el desarrollo del proyecto y se vio afectada dado que sus opiniones, sugerencias o aportes no fueron tomados en cuenta en las etapas clave de la implementación, otro factor fue la falta de autonomía en la resolución de problemas ya que al ser un grupo joven aún carecen de experiencia en proyectos temáticos e innovadores por lo que aun presentan dependencia de un supervisor y baja desconfianza en la toma de

decisiones. Así también se puede observar que la generación Millennials también presento barreras con un nivel “Alto” esto significa que los desafíos en la participación activa fueron generalizados en todo el equipo.

### **Interpretación de la hipótesis específica 3**

Según los resultados respalda la hipótesis planteada ya que se pudo analizar que los desafíos en la participación activa desde la perspectiva del personal tienen un nivel medio y alto con un 68% representando más de la mitad de trabajadores, siendo un grupo mayor de la generación Z y un grupo minoritario de los Millennials en ambos sexos. Esto quiere decir que un elevado porcentaje de trabajadores no demostraron compromiso e involucramiento durante el servicio temático. Por ello, se recomienda implementar mecanismos de inclusión y motivación que permitan una mayor implicancia del equipo en las decisiones y acciones del proyecto innovador y así se pueda valorar la voz del personal como agentes de innovación. Así también reconocer o valorar el esfuerzo de los trabajadores en cada logro.

#### **5.2.5 Hipótesis específica 4**

La cuarta hipótesis específica que se planteo fue: El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en cuanto al acceso al apoyo y los recursos durante la implementación del tren temático de Paddington, 2025.

**Tabla 57**

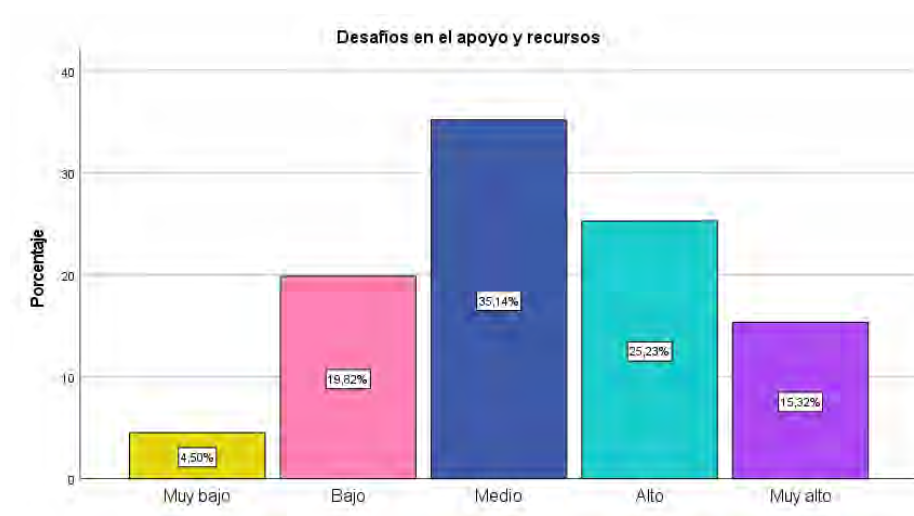
*Desafíos en el apoyo y recursos*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Muy bajo	5	4,5
Bajo	22	19,8
Medio	39	35,1
Alto	28	25,2
Muy alto	17	15,3
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>100,0</b>

*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

### Figura 53

#### *Desafíos en el apoyo y recursos*



*Nota.* Elaboración en el software IBM SPSS V.27

En la **tabla 57** y **figura 53** se muestra que los desafíos en el apoyo y recursos durante la implementación del tren temático de Paddington son percibidos mayoritariamente como de nivel medio (35.14%) y alto (25.23%) por el personal mientras que un 15.32% los considera muy altos.

Esto quiere decir que, la mayoría de trabajadores presentaron momentos de carencia de recursos, así también tuvieron el apoyo y acompañamiento de sus supervisores, pero no fue constante. Otro de los desafíos en el apoyo fue la preparación insuficiente del equipo ya que se identificó que solo una parte del personal participaron en pruebas piloto días antes de la implementación, mas no recibieron capacitaciones formales previas, mientras que el resto dependió exclusivamente de las indicaciones de quienes sí habían participado. Esta carencia generó un aprendizaje desigual y asimetrías en la comprensión, lo que incrementó la probabilidad de errores y afectó la uniformidad en la calidad del servicio.

Por otro lado, el 19.82% lo considero con un nivel bajo y solo un 4.50% muy bajo esto significa que este grupo minoritario pudo orientarse sin problemas y gestionó los recursos de manera eficiente.

**Tabla 58***Análisis de los desafíos en el apoyo y recursos por sexo y generaciones*

		Sexo									
		Masculino					Femenino				
		Desafíos en el apoyo y recursos (Agrupada)					Desafíos en el apoyo y recursos (Agrupada)				
		Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Generación	Generación Z (Centennials)	2	10	16	11	4	3	10	13	10	9
	Millennials (Gen Y)	0	2	6	3	1	0	0	3	4	3
	Generación X	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
	Baby Boomers	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Mediante la **tabla 58** se puede observar que los desafíos en el apoyo y recursos afectaron con mayor intensidad a la generación Z. En el caso del sexo masculino presentaron una dificultad “Moderada” con 16 personas y “Alto” con 11 personas, en cuanto al sexo femenino las percepciones son similares, en el nivel “Medio” con 13 personas, en el nivel “Alto” con 10 personas y “Muy alto” con 9 personas. Estos resultados indican que cada trabajador percibió diferentes niveles de retos en el apoyo y recursos. Esto se debe a que no todos estuvieron debidamente preparados por su corta experiencia en servicios temáticos, por lo que las capacitaciones fueron insuficientes en su formación y el débil apoyo y orientación de sus supervisores influyeron en la fluidez del servicio.

En cuanto a los millennials, la incidencia es menor, pero persiste una concentración en niveles medio y alto (6 y 3 personas) en varones y (4 y 3 personas) en mujeres, respectivamente, lo que indica que también enfrentaron ciertas restricciones, aunque en menor magnitud que la generación Z. La generación X presenta una participación mínima en esta dimensión y las generaciones mayores no registran datos.

#### **Interpretación de la hipótesis específica 4**

Según la hipótesis planteada podemos corroborar que los trabajadores si presentaron desafíos en el apoyo y recursos en un nivel medio y alto representando un 60% en trabajadores mujeres y varones de la generación Z. Esto se debió a la limitada disponibilidad de recursos y deficiente capacitación. Por lo que se sugiere la necesidad de mejorar la asignación de recursos, brindar acompañamiento oportuno e implementar un plan de capacitación integral para todo el personal no solo basado en la operación del servicio sino en contenidos culturales, narrativos relacionados con la película y el personaje, así como en habilidades de storytelling y atención a la cliente especializada. Esto permitirá que los trabajadores transmitan de forma coherente y atractiva la temática, satisfaciendo las altas expectativas de los turistas cinéfilos, quienes suelen valorar los detalles, la fidelidad a la película y la inmersión en la experiencia.

### 5.3 Discusión de resultados

El objetivo general de este estudio es evaluar los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025, donde se seleccionó una muestra de 111 trabajadores quienes participaron en el proyecto de Paddington y tuvieron un contacto directo con el turista, por el cual se desarrolló un cuestionario, cuyos resultados se analizaron con Microsoft Excel y la estadística con el software SPSS versión 27. Los resultados evidenciaron que el 39,6 % del personal percibió los desafíos operativos en un nivel medio, el 33,33 % en un nivel alto y el 13,51 % en un nivel muy alto, lo que revela que más del 86 % de los trabajadores enfrentaron barreras moderadas a significativas relacionadas con la adaptación a los cambios, la comunicación interna, la participación del personal y el acceso a recursos y apoyo organizacional. Este panorama confirma que los retos operativos estuvieron presentes en gran parte del equipo, afectando la eficiencia y la calidad del servicio ofrecido. Asimismo el hallazgo es consistente con lo señalado por Maalim et al. (2017), quienes indican que los desafíos operativos son determinantes para el éxito o fracaso de iniciativas estratégicas, pues abarcan la capacidad de adaptación del personal, la claridad comunicacional y el soporte organizacional. En esta misma línea, Andrés (2019) destaca que el cine y la televisión ejercen una fuerte influencia en la decisión de los turistas al elegir sus destinos, pero advierte que dicho potencial solo puede materializarse si se acompaña de una oferta turística bien estructurada y gestionada. En el caso del tren temático de Paddington, las barreras identificadas limitaron el aprovechamiento de esa oportunidad.

Con relación al primer objetivo específico, que consistió en analizar los desafíos de la implementación del cambio estratégico desde la perspectiva del personal en el tren temático de Paddington, los resultados muestran que solo el 12.6 % del personal percibe un nivel muy alto de desafíos en la implementación del cambio estratégico del tren temático de Paddington.

La mayoría se ubica en niveles medio (42.3 %) y alto (31.5 %), Esto refleja que, aunque no se percibieron retos extremos por parte de la mayoría, sí existe una presencia considerable de dificultades en la adaptación a los nuevos protocolos de servicio, lo que generó sobrecarga laboral, desorientación operativa y una ejecución menos eficiente debido a la falta de experiencia y práctica previa de todo el equipo en la prestación de un servicio temático. Este hallazgo coincide con lo planteado por Delgado (2021) señala que una estructura organizativa sencilla y poco definida puede convertirse en un obstáculo significativo al momento de introducir transformaciones dentro de una empresa, ya que limita su capacidad de adaptación. Esta situación se evidencia cuando los trabajadores deben asumir funciones no especificadas o improvisadas debido a la falta de una distribución clara de responsabilidades, lo que genera sobrecarga laboral, desorganización y dificultades para cumplir con los nuevos objetivos estratégicos.

Con relación al segundo objetivo, que buscó analizar los desafíos en la comunicación de la visión del cambio, el 18.0 % del personal percibió un nivel muy alto de desafíos, la mayoría se concentra en niveles alto (34.2 %) y medio (37.8 %), lo que evidencia dificultades relevantes en la claridad de los objetivos y limitado uso de canales de información.

Este resultado refuerza la teoría de Maalim et al., (2017) quien sostiene que para que un cambio estratégico sea exitoso, es fundamental desarrollar una visión clara del futuro deseado y comunicarla eficazmente a todo el personal. Esto sirve para alinear al equipo, reducir la incertidumbre y generar compromiso dentro de sus resultados indico que los empleados de su organización estuvieron moderadamente de acuerdo en que la gerencia creo una visión para guiar el propósito del cambio.

Según lo reportado por Ostwald et al. (2024). Confirma que, la ausencia de estrategias comunicacionales consistentes genera desalineación entre los objetivos del proyecto y los actores involucrados, limitando la correcta transmisión de la temática del servicio. Así

también coincide con los hallazgos de Jiménez (2021) quien en su estudio sobre el universo de Harry Potter destaca que la consolidación del turismo cinematográfico depende en gran medida de una comunicación clara y estratégica que permita a todos los actores involucrados entender la esencia del producto temático y transmitirla con coherencia.

Con relación al tercer objetivo, que se centró en analizar los desafíos en la participación activa del personal, se identificó que el 37,8 % percibe un nivel medio de desafíos, el 30,6 % un nivel alto y el 12,6 % un nivel muy alto demostrando que más de la mitad del personal identifica barreras de participación en niveles moderados a elevados, esto refleja un compromiso desigual entre los trabajadores, donde solo una parte del equipo logró adaptarse y participar activamente asumiendo nuevas funciones fuera de su rutina habitual, mientras que otro grupo mostró menor involucramiento debido a la falta de estrategias de motivación, inclusión y participación por parte de Perú Rail, lo cual limitó su integración en la experiencia temática.

A diferencia de lo señalado por Smith (2014) la participación de los trabajadores frente al nuevo proyecto de turismo cinematográfico en Burghley House se caracteriza por una adaptación proactiva, donde los guías, con el apoyo de la gerencia y la ayuda de sus compañeros, integran información cinematográfica en sus recorridos a través de la investigación y sus experiencias personales, lo que, en general, mejora tanto la experiencia del visitante como su propia satisfacción laboral.

Asimismo, los resultados refuerzan lo señalado por Benítez Lázaro (2023), quien sostiene que los cinéfilos buscan experiencias inmersivas que trasciendan la pantalla y les permitan conectar con los escenarios reales de las películas, por lo que la participación activa del personal es clave para generar esta transición del mundo audiovisual a la experiencia física. De igual modo, se respalda la teoría propuesta por Araújo et al. (2020), quienes demostraron que el conocimiento del destino y la motivación derivada del consumo

audiovisual son factores decisivos en la elección del turista para visitar un lugar visto en pantalla. En este sentido, si el personal no se involucra activamente en transmitir la narrativa cinematográfica o no logra comprender ni comunicar adecuadamente la temática, se debilita el vínculo emocional que impulsa a los cinéfilos a visitar el destino, reduciendo el impacto que el turismo cinematográfico puede tener sobre la demanda.

Con relación al cuarto objetivo, que consistió en analizar los desafíos en el apoyo y los recursos disponibles, los resultados mostraron que un 35,1 % del personal reporta un nivel medio, un 25,2 % un nivel alto y el 15,3 % un nivel muy alto, esto evidencia que, aunque se realizaron pruebas piloto, estas no fueron suficientes para preparar al personal en torno al turismo cinematográfico y las nuevas exigencias de la demanda, por lo que es necesaria una capacitación formal y especializada por parte de la empresa. Como consecuencia, muchos trabajadores no lograron desarrollar habilidades interpretativas vinculadas al personaje de Paddington, afectando su capacidad para conectar con los visitantes y enriquecer la experiencia temática. Asimismo, el apoyo brindado por los supervisores fue limitado y poco constante, y se identificaron restricciones moderadas en los recursos materiales y logísticos, factores que en conjunto influyeron en la calidad del servicio y en la eficiencia operativa durante la implementación del tren temático. Esto es consistente con lo hallado por el estudio de Ostwald et al (2024) donde se destaca que el apoyo organizacional y la formación continua del personal son esenciales para garantizar una experiencia satisfactoria al pasajero. En el caso del tren temático de Paddington, la ausencia de una capacitación formal, el apoyo limitado de los supervisores y la falta de recursos suficientes influyeron negativamente en el desempeño del personal y en la calidad del servicio. Esto confirma que invertir en la formación y el desarrollo de competencias del equipo no solo mejora la interacción con el usuario, sino que también eleva el nivel del servicio y fideliza a un público más exigente como el turista cinéfilo. Otras teorías que comparten la misma posición es Ratthanan et al.

(2020) quienes señalaron que la eficiencia del servicio ferroviario depende de la disponibilidad de infraestructura adecuada y de la planificación estratégica de recursos.

A pesar de los aportes de esta investigación aún se identifican campos que faltan explorar en torno al turismo cinematográfico y en particular, a la implementación del tren temático de Paddington. Por un lado, todavía no se ha profundizado en cómo los turistas perciben su experiencia en este tipo de servicios y que aspectos generan en los turistas una verdadera conexión con el tren temático inducido por cine. Asimismo, se evidencia la ausencia de estudios sobre capacitaciones específicas para trabajadores en proyectos turísticos ligados al cine, que integren competencias narrativas, culturales y de hospitalidad. Igualmente, el rol de las comunidades locales en estos proyectos que aún sigue siendo limitado y requiere más investigación para fomentar su participación y garantizar beneficios compartidos entre una empresa privada y los pobladores locales. Finalmente, existe una carencia de análisis sobre los efectos a largo plazo de iniciativas como el tren temático, lo que plantea la necesidad de evaluar si estos productos logran mantenerse competitivos y sostenibles una vez que pasa el auge inicial o son considerados temporales.

## 6. Conclusiones

**Primera.** En el Perú, el turismo cinematográfico se encuentra en una etapa de crecimiento con un gran potencial por aprovechar. En los últimos años instituciones como el Ministerio de Cultura y Promperú han impulsado estrategias para atraer producciones audiovisuales, sin embargo, los incentivos económicos continúan siendo limitados principalmente a proyectos nacionales lo que coloca al país en desventaja frente a otros destinos que ofrecen mayores incentivos económicos y eficacia en los permisos de filmación. Por ello, resulta necesario fortalecer las políticas de apoyo y gestión para posicionar al Perú como escenario competitivo de rodajes, considerando el impacto económico y social que este tipo de producciones puede generar. Asimismo, es fundamental que las autoridades supervisen y orienten el contenido de las producciones nacionales e internacionales para evitar representaciones distorsionadas y asegurar que las obras proyecten auténticamente la identidad cultural del país, promoviendo así su patrimonio histórico y simbólico a nivel global.

Paralelamente, las empresas privadas en turismo deben apostar por la innovación mediante el diseño de productos y servicios temáticos inspirados en el cine como tours en locaciones de rodaje, servicios temáticos, entre otros ya que son un complemento crucial del turismo cinematográfico permitiendo al turista cinéfilo vivir experiencias más significativas y auténticas, superando sus expectativas e incrementando el vínculo emocional con el destino.

El presente trabajo de investigación tomó como modelo la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail, iniciativa que aprovechó el auge de una producción cinematográfica internacional para evaluar los desafíos operativos enfrentados por el personal durante su ejecución. Los resultados revelaron que el 39,6 % del personal percibió desafíos operativos en un nivel medio y el 33,3 % en un nivel alto; en conjunto, más del 72 % reconoció dificultades relevantes relacionadas con la adaptación del cambio estratégico, la comunicación interna, la participación activa del personal y el acceso a recursos. Estos factores impactaron

directamente en la eficiencia operativa y en la calidad del servicio ofrecido al turista, confirmando así la hipótesis general de la investigación.

**Segunda.** En correspondencia con el primer objetivo específico tuvo como propósito analizar los desafíos que enfrentó el personal en la implementación del cambio estratégico durante el proyecto del tren temático de Paddington considerando la capacidad de adaptación en la ejecución de nuevos protocolos operativos y durante el servicio, por el cual se concluye que el 42,3 % del personal percibe un nivel medio y el 31,5 % un nivel alto, siendo jóvenes de la generación Z quienes presentaron estos desafíos. Esto evidencia que más del 73 % enfrentaron barreras moderadas a significativas, concluyendo que la transición hacia un servicio temático fue un proceso complejo, donde los trabajadores enfrentaron dificultades vinculadas al aumento de funciones, la redistribución de materiales, la coordinación del equipo y el manejo del tiempo, aspectos que demandaron un mayor esfuerzo físico y habilidades interpretativas que contribuyó a generar estrés, presión laboral y desorientación. Estos resultados validan la hipótesis específica planteada, concluyendo que para un servicio temático inducido por el Cine es importante tener una buena gestión del cambio estratégico para reducir la resistencia del personal y mejorar su disposición a innovar, también surge la necesidad de reforzar su estructura organizacional para redistribuir las funciones de forma clara y evitar la sobrecarga laboral.

**Tercera.** De acuerdo con el segundo objetivo específico, orientado a los desafíos en la comunicación de la visión del cambio, el 37,8 % del personal identificó un nivel medio y el 34,2 % un nivel alto. En conjunto, más del 72 % de trabajadores de la generación Z entre hombres y en especial mujeres percibieron dificultades en la transmisión y comprensión de dicha visión, lo cual confirma la hipótesis correspondiente. Esta situación se reflejó en la ausencia de reuniones continuas de retroalimentación y en la falta de estrategias comunicacionales efectivas, factores que generaron desorientación, improvisación y baja

seguridad en el desempeño de funciones. Solo un pequeño porcentaje (8,11 % bajo y 1,80 % muy bajo) percibió un entorno comunicativo adecuado, lo que confirma que la comunicación interna fue un punto débil en el proceso y subraya la importancia de optimizar las estrategias comunicacionales, garantizar claridad en los mensajes y promover espacios de diálogo efectivos en futuros proyectos.

**Cuarta.** El análisis de resultados evidencia que la mayoría del personal percibe desafíos de nivel medio 37,8 % en su participación activa durante la implementación del tren temático de Paddington, lo que refleja un compromiso considerable y disposición por parte de muchos trabajadores para involucrarse en el proyecto. Esta participación estuvo motivada por el deseo de salir de zona de confort y contribuir a un servicio más interpretativo e innovador, lo cual elevó la satisfacción tanto de los turistas como del propio equipo. Sin embargo, el 43 % reportó desafíos en niveles altos y muy altos en trabajadores de la generación Z y millenials entre varones y mujeres, lo que revela áreas de mejora importantes para la empresa. Estos resultados ponen en evidencia que la participación activa del personal es un elemento clave para garantizar la conexión entre la narrativa cinematográfica y la experiencia real del visitante, fortaleciendo el vínculo emocional que motiva al turista a elegir el destino. A su vez, la limitada confianza para expresar ideas y el escaso reconocimiento por parte de la organización podrían estar debilitando la iniciativa de los trabajadores, por lo que se recomienda fomentar espacios de participación colaborativa, impulsar el reconocimiento del esfuerzo individual y colectivo, y fortalecer estrategias que promuevan un mayor involucramiento en el diseño y ejecución de servicios temáticos futuros.

**Quinta.** Respecto al objetivo específico 4, vinculado a los desafíos en el apoyo y recursos, se concluye que el 35,1 % percibe un nivel medio y el 25,2 % un nivel alto, es decir, cerca del 60 % enfrenta limitaciones en capacitación, provisión de materiales y liderazgo de los supervisores. Este resultado confirma la hipótesis planteada y evidencia que, para que un

servicio temático influido por el cine alcance el éxito, es fundamental que el personal reciba formación especializada que le permita responder a las nuevas exigencias de la demanda turística y desarrollar habilidades interpretativas que fortalezcan el vínculo emocional con el visitante. Asimismo, el acompañamiento continuo por parte de los supervisores resulta esencial para orientar al equipo, garantizar el cumplimiento de los objetivos del proyecto y asegurar la coherencia del servicio con la propuesta temática. En síntesis, la insuficiencia de apoyo y recursos constituye una de las principales barreras para garantizar la calidad, la eficiencia operativa y la sostenibilidad de este tipo de iniciativas turísticas.

## 7. Recomendaciones

**Primera.** Se recomienda a futuros investigadores profundizar en el estudio del turismo inducido por el cine, dado que aún existe poca investigación en toda Latinoamérica. Además, se sugiere anticipar posibles limitaciones de acceso a empresas privadas, como las del sector turístico, y buscar alianzas desde el inicio del trabajo. Pese a estas dificultades, se alienta a continuar explorando este tipo de turismo por su potencial para diversificar destinos y aportar al desarrollo local.

Por otro lado se recomienda a la empresa Perú Rail fortalecer su gestión operativa mediante una estrategia integral de mejora continua, centrada en el personal como eje fundamental del éxito de los proyectos temáticos. Es necesario que la empresa implemente procesos de planificación, capacitación y comunicación interna más estructurada. Finalmente, se recomienda que Perú Rail continúe innovando en su oferta de servicios temáticos como el caso del Perú Rail Meets Pisco, pero integrando los aprendizajes obtenidos del tren temático de Paddington. Al hacerlo, la empresa no solo optimizará su eficiencia interna, sino que también potenciará la calidad de la experiencia del turista, fortaleciendo su posicionamiento como un referente en turismo temático y cinematográfico en el Perú y América Latina.

**Segunda.** Se recomienda implementar un programa integral de gestión del cambio estratégico que fortalezca la adaptabilidad del personal y la eficiencia operativa en futuras implementaciones temáticas mediante talleres. Este programa debe incluir talleres de inducción especializados donde se promuevan la sensibilización sobre los objetivos del proyecto, la capacitación en protocolos operativos. Asimismo, se recomienda establecer un sistema de redistribución equitativa de funciones para los trabajadores por el cual se permita la creación de un manual visual y didáctico donde se especifiquen responsabilidades, tiempos de ejecución y mecanismos de coordinación entre áreas. Estas acciones permitirán reducir la

resistencia al cambio, fomentar la participación activa del personal y alinear sus funciones con la visión innovadora y estratégica de la empresa.

**Tercera.** En atención a las limitaciones identificadas en la comunicación de la visión del cambio, se recomienda a la empresa Perú Rail implementar un plan estratégico de comunicación interna que contemple medios digitales como un sitio web interno donde se publiquen videos cortos, manuales y noticias sobre los protocolos y objetivos de cada proyecto también es importante difundir cronogramas de proyectos futuros para la preparación correcta de los trabajadores. Asimismo, se sugiere organizar briefings o sesiones periódicas por el cual se pueda aplicar mecanismos de retroalimentación bidireccional donde los trabajadores puedan expresar sus inquietudes, sugerencias y percepciones, promoviendo una comunicación participativa que refuerce la alineación con la estrategia institucional. Así también es importante seleccionar líderes para orientar a sus compañeros en todo momento. Este plan deberá enfocarse en asegurar que todo el personal comprenda con claridad los objetivos del proyecto temático y su rol en la experiencia turística, fomentando así una mayor cohesión y sentido de pertenencia en torno a la propuesta innovadora.

**Cuarta.** Para mejorar los niveles de participación activa y motivación del personal, se sugiere establecer programas de incentivos que reconozcan el compromiso y las buenas prácticas en el servicio, así como promover dinámicas participativas en la toma de decisiones relacionadas con la implementación de nuevos servicios turísticos. Asimismo, resulta clave desarrollar acciones de fortalecimiento de la cultura organizacional, mediante talleres, jornadas de integración y campañas internas que refuercen los valores institucionales y el sentido de propósito colectivo.

**Quinta.** Considerando las limitaciones identificadas en la provisión de recursos y apoyo técnico, se sugiere que la empresa fortalezca los programas de capacitación continua, incorporando contenidos sobre turismo cinematográfico y los nuevos estándares de atención al

turista cinéfilo. Estas capacitaciones deben incluir talleres prácticos que desarrollen las habilidades interpretativas y comunicativas del personal, de modo que puedan transmitir la temática del servicio con empatía, seguridad y coherencia. Asimismo, es fundamental garantizar el suministro oportuno de materiales, uniformes y herramientas de trabajo, asegurando que cada colaborador cuente con los recursos necesarios para desempeñar sus funciones de manera eficiente. Finalmente, se recomienda implementar evaluaciones periódicas de las necesidades del personal, para ajustar los recursos y el apoyo técnico conforme a las demandas reales de los proyectos temáticos que la empresa implemente en el futuro.

## Referencias

- Adan, J., Munar, L., Romero, G., & Gordillo, A. (2022). Nuevos desafíos de las pequeñas y medianas empresas en tiempos. *Universidad Distrital Francisco Jose de Caldas*, 192. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/22487638.17879>
- Albalate, J. (1994). La participación de los trabajadores en la tecnología. *Universidad de Barcelona*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/2865/Tol158..pdf?sequence=1
- Almanza, E. J., Barrientos, C. E., Dueñas, A. O., & Lucas, B. (2022). Cambio estratégico. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/593268026/El-Cambio-Estrategico-Edit-2>
- Araújo, N., Fraiz, J. A., & de Carlos, P. (2020). Turismo cinematográfico en España: Conocimiento del destino y motivación de la visita como determinantes para visitar lugares vistos en series de televisión. *European Research*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2020.100135>
- Arellana, L., Chinchilla, M. F., & Escobar, M. E. (2020). Obstáculos en la implementación de control interno en MIMYPES en Colombia. *Palermo Business*. <https://doi.org/ISSN0328-5715>
- Arias, A. (2014). La gestión de los procesos. *Universidad Complutense de Madrid*, 10. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10142.pdf
- Arias, J. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Vancouver: Enfoques consulting E.I.R.L. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias\_S2.pdf
- Bauzá, R., & Vicens, C. (2020). Cine-turismo: definición, cifras y propuestas de itinerario. *Universitat de les Illes Balears*. Obtenido de [https://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/localsite/collect/turismeCultural/index/assoc/TurismeCultural\\_/2020Tom0/2pp533.dir/TurismeCultural\\_2020Tom02pp533.pdf](https://ibdigital.uib.es/greenstone/sites/localsite/collect/turismeCultural/index/assoc/TurismeCultural_/2020Tom0/2pp533.dir/TurismeCultural_2020Tom02pp533.pdf)
- Becerra, M., & Ogando, R. (2010). La participación de los trabajadores en la toma de decisiones de sus empresas, realidades y regulaciones. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.redalyc.org/pdf/3604/360433574009.pdf
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides, A. (2020). La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización.

- Universidad y Sociedad*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-385.pdf
- Castillo, A. L., & Espinoza, C. X. (2017). *Gestión de operaciones con enfoque en servicios*. Universo Sur. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/666057738/Gestion-de-Operaciones-Con-Enfoque-a-Servicios>
- Charles, R. (2008). Comunicación en procesos de cambio. *Fundación para la motivación de los recursos humanos*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://factorhuma.org/attachments\_secure/article/8281/processos\_canvi\_cast.pdf
- Congreso de la Republica del Perú. (2025, 24 de abril). *Ley que crea incentivos económicos y fiscales para el fomento de las actividades cinematográfica y audiovisuales del Perú*. Perú: Diario el peruano. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/dispositivo/NL/2393829-2>
- Delgado, Y. (2021). Control interno de los procesos operativos para la mejora de la gestion operativa de la empresa hotelera de Lambayeque. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*, 19. Obtenido de <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/3462>
- Delgado, Y. A. (2021). Control interno de los procesos operativos para la mejora de la gestion operativa de la empresa hotelera Libertad de Lambayeque. *Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo*. <https://doi.org/https://orcid.org/0000-0002-7161-4208>
- Escandón, D. M., Hurtado, A., & Salas, J. A. (2014). Barreras logísticas a la exportacion de las Pymes en Colombia. *Administracion y desarrollo*. Obtenido de [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2692326](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2692326)
- Escudero, C., & Cortez, L. (2018). *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Ecuador: UTMACH. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodosCualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf
- Fachelli, S., & López, P. (2015). *Metodologia de la investigacion social cuantitativa*. Barcelona: Creative commons. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua\_a2016\_cap2-3.pdf
- Film in Perú. (2024). *Film in Perú*. Obtenido de <https://filminperu.peru.info/es-pe/preguntas-frecuentes/>

- Flores, C., Muñoz, L., & Jaramillo, J. (2017). Involucramiento laboral y disposición al cambio organizacional en el sector de salud primaria. *Pontificia Universidad Católica de Chile*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6342428>
- Flores, F., Sanhuesa, V., Valdés, H., & Reyes, L. (2022). Metodologías ágiles un análisis de los desafíos organizacionales para su implementación. *Universidad Distrital Francisco José de Caldas*. <https://doi.org/https://doi.org/10.14483/23448350.18332>
- González, B. (2017). Turismo inducido por el cine. Aplicacion al caso de la ciudad de Zaragoza. *Universidad de Zaragoza*. Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/106554>
- Granados, V. M., & Mancilla, M. E. (2010). Control en la administración para una información financiera confiable. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 68-75. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5038311>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodologia de la investigacion*. Mexico: Interamericana editores S.A. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Methodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>
- Huerta, P. (2024). El turismo cinematográfico y las rutas de cine en España: propuesta de un modelo de ruta cinematográfica para la Comunidad Valenciana. *Universidad de Valencia*. Obtenido de <https://roderic.uv.es/items/aa0d999d-3897-457c-bb2e-ea3d5c8ecc86>
- Jímenez, C. (2021). Turismo cinematográfico: El universo Harry Potter. *Universidad de Sevilla*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://idus.us.es/server/api/core/bitstreams/354ac25a-b502-41a4-a6f5-5c28b95945a7/content>
- Jordan, R. (2020). *Ferrocarril del sur y sur oriente y de la region del Cusco*. scribd. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/469496834/Ferrocarril-del-Sur-Y-DEL-CUSCO>
- Kishan, R., Agrawal, S., & Metha, R. (2024). Transforming location into vacation. 22. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/in/pdf/2024/03/transforming-location-into-vacation-a-report-on-film-tourism.pdf.coredownload.inline.pdf>
- Kotter, J. (1997). *El lidel del cambio*. Arrangement with Harvard Business School Press. <https://doi.org/https://es.scribd.com/document/781202255/Kotter-Cap-6-Comunicar-la-vision-de-cambio>

- Kovach, J. (2014). Operational challenges of strategy. *Georgia Institute of Technology*.  
Obtenido de <https://repository.gatech.edu/entities/publication/caba6682-a579-4db4-98f8-d3d6585cb2c2>
- Labrador, O., Bustio, A., Reyes, J., & Lolana, E. (2019). Gestión de la capacitación y capacitación para una mejor gestión en el contexto socioeconómico cubano. *Cooperativismo y desarrollo*.  
<https://doi.org/http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/222>
- Lao-León, Y., Vega-de-la-Cruz, L., Marrero, F., & Pérez, M. (2017). Procedimiento para modelar recursos restrictivos en el sistema logístico de empresas comercializadoras. *Investigacion de operaciones*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362017000100005&script=sci\\_arttext](http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362017000100005&script=sci_arttext)
- Lázaro, B. (2022). Film-induced tourism – the impact the of animation, cartoon, superhero and fantasy movies. *Emerald Publishing Limited*. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2022-0537>
- Leite, R., Scott, A., Scott, J., & Apaza, Y. (2008). *Manual de la Biología y conservacion de los osos de anteojos*. Lima: Renata Leite Pitman. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ruffordorg.s3.amazonaws.com/media/project\\_reports/Manual%20Oso%20de%20Anteojos.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://ruffordorg.s3.amazonaws.com/media/project_reports/Manual%20Oso%20de%20Anteojos.pdf)
- Lewin, K. (1947). *Frontiers in Group Dynamics: Concept, method and reality in social science, socil equibria and social change*. Sage. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/349430927/Frontiers-in-Group-Dynamics-Concept-Method-and-Reality-in-Social-Science-Social-Equilibria-and-Social-Change>
- Maalim, R., Muindi, F., & Achoki, G. (2017). Employee perception of strategic change management at tourism fund Kenya. *Cari journals*. Obtenido de <https://carijournals.org/journals/index.php/JBSM/article/view/60/108>
- Macetas, M., & Carhuancho, I. (2024). Estrategias de comunicación y compromiso organizacional: Impulsores del desempeño laboral. *Espacios*, 3. Obtenido de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0798-10152024000500106](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0798-10152024000500106)
- Martínez, M. (2007). *Manual basico de protocolo empresarial y social*. Diaz de santos. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.editdiazdesantos.com/wwwdat/pdf/9788479788100.pdf>
- Medina, M., Rojas, R., Bustamante, W., Loaiza, R., Martel, C., & Castillo, R. (2023). *Metodología de la Investigacion: Tecnicas e instrumentos de investigacion*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/https://doi.org/10.35622/inudi.b.080>

- Merino, C. (2023). Coeficientes V de Aiken: diferencias en los juicios de validez de contenido. *Universidad Nacional Costa Rica*, 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.15359/mhs.20-1.3>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (11 de enero de 2025). *Promoción de película del oso Paddington alcanzará a 27 millones de personas en el mundo*. Recuperado el 21 de Mayo de 2025, de Gobierno peruano: <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/1089371-ministra-desilu-leon-promocion-de-pelicula-del-oso-paddington-alcanzara-a-27-millones-de-personas-en-el-mundo>
- Ministerio de Cultura. (2019). Qollurit'i, Fe, Tradicion y Cambio. 290. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.culturacusco.gob.pe/dmdocuments/2021/febrero/Libro%20Qoylluriti%20-%20PARTE%201.pdf
- Moreno, L. Á. (2009). Comunicación Efectiva para el Logro de una Visión Compartida. *Cultura científica y tecnológica*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3238707>
- Muller, J., & Kunisch, S. (2018). Perspectivas y debates centrales en Investigación sobre el cambio estratégico. *International journal of management reviews*, 458. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12141>
- Nolasco, M., Choque, R., Choque, C., & Molina, G. (2023). Innovación y emprendimiento en el Perú. *Multidisciplinaria del saber*, 6-9. <https://doi.org/https://doi.org/10.61286/e-rms.v1i.10>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación*. Bogota: Ediciones de la U. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.lopezgalvezasesores.com/descargas/metodologia\_investigaci%C3%B3n.pdf
- OSITRAN. (2022). *Informe de desempeño 2022 Consesión del ferrocarril del Sur y Sur oriente*. Cusco: Gerencia de regulación y estudios económicos. Obtenido de [www.ositran.gob.pe/anterior/wp-content/uploads/2023/07/id-fetransa-2022.pdf](http://www.ositran.gob.pe/anterior/wp-content/uploads/2023/07/id-fetransa-2022.pdf)
- Ostwald, J., Pérez, M., & Botella, J. (2024). *Happy passengers travel more: How to measure and improve Customer Experience by Rail*. Paris. International Union of Railways (UIC).
- Pérez, J., & Camps, V. (2011). Manifestación del Liderazgo Transformacional en un Grupo de Supervisores de Puerto Rico. *Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://scielo.isciii.es/pdf/rpto/v27n1/v27n1a03.pdf

- Perozo, G. (2006). La gestión comunicacional basada en la cultura organizacional e identidad corporativa de la Universidad Nacional Abierta. *Revista de Ciencias Sociales*, 1-2. Obtenido de [https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1315-95182006000200013](https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-95182006000200013)
- Perúrail. (2021). *Política del sistema integrado de gestión*. Cusco: Gerencia general de Perúrail.
- Perúrail. (2025). *Visión*. Recuperado el 21 de mayo de 2025, de <https://www.perurail.com/es/conocenos/>
- Ratthanan, T., Lalitphan, S., & Waresara, W. (2019). Operational Challenges of the Bangkok Airport Rail Link. *Universidad Mahidol*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s40864-019-00121-3>
- Robles, C., Alviter, L., & Martínez, E. (2020). Sentido de pertenencia, relaciones intraorganizacionales y participación activa empresas medianas de manufactura en México. *Universidad EAFIT*. [https://doi.org/DOI: https://doi.org/10.17230/Administer.36.2](https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.17230/Administer.36.2)
- Roffé, M. A., & Ignacio, F. A. (2023). El impacto de las prácticas sostenibles en el desempeño financiero de las empresas: una revisión a la literatura. *Visión de Futuro*,. Obtenido de <https://visiondefuturo.fce.unam.edu.ar/index.php/visiondefuturo/article/view/839/874>
- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2017). Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo. *Espacios*, 1-15. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Ruiz, C. (2002). Confiabilidad. *Universidad Pedagógica Experimental Libertador*, 13. Obtenido de <https://www.calameo.com/read/000261962d0b25b8cdc7b>
- Rustom, A. (2012). *Estadística descriptiva, probabilidad e inferencia*. Santiago de Chile: Departamento de Economía Agraria Facultad de Ciencias Agronómicas Universidad de Chile. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120284/Rustom\\_Antonio\\_Estadistica\\_descriptiva.pdf](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/120284/Rustom_Antonio_Estadistica_descriptiva.pdf)
- Saire, J. (2024). Innovación de actividades recreativas en los parques temáticos: valle de los duendes, morada de los dioses y su influencia en la satisfacción del visitante, provincia del Cusco. *Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco*. Obtenido de [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/9935/253T20241258\\_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y](chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12918/9935/253T20241258_TC.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Sanchez, E. A. (2019). La influencia de las películas y series de televisión en el turismo. *Universidad de Valladolid*. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/37046>

- Singer, M. (2016). *Una práctica teoría de las operaciones*. Pontificia Universidad Católica de Chile. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/456636213/Una-Practica-Teoria-de-las-Operaciones-C1-3-pdf>
- Smith, L. E. (2014). Los impactos del turismo motivados por el cine en las experiencias brindadas por guías del patrimonio: El caso de Burghley house, Inglaterra. *Universidad Estatal de Michigan*. Obtenido de [https://d.lib.msu.edu/search?q=Life&subject\\_displayLimit=0&fq=subject\\_display%3AJob%5C%20satisfaction&fq=subject\\_display%3ABurghley%5C%20House%5C%200%5C%28Stamford%2C%5C%20England%5C%29](https://d.lib.msu.edu/search?q=Life&subject_displayLimit=0&fq=subject_display%3AJob%5C%20satisfaction&fq=subject_display%3ABurghley%5C%20House%5C%200%5C%28Stamford%2C%5C%20England%5C%29)
- Sosa, S., & Verano, D. (2014). El cambio estratégico en las empresas públicas desde la perspectiva directiva. *Innovar*, 99-100. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcgclefindmkaj/http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v24n51/v24n51a08.pdf>
- Tamayo, I., Gutiérrez, L., & Martínez, F. (2017). La percepción de la necesidad del cambio estratégico como fuente de ventaja competitiva. Una aproximación teórica. *Universidad de Granada*, 1. Obtenido de [https://www.researchgate.net/publication/28202484\\_La\\_percepcion\\_de\\_la\\_necesidad\\_del\\_cambio\\_estrategico\\_como\\_fuente\\_de\\_ventaja\\_competitiva\\_una\\_aproximacion\\_teorica](https://www.researchgate.net/publication/28202484_La_percepcion_de_la_necesidad_del_cambio_estrategico_como_fuente_de_ventaja_competitiva_una_aproximacion_teorica)
- Tamayo, I., Gutierrez, L., & Martínez, F. J. (2007). La percepción de la necesidad del cambio estratégico como fuente de ventaja competitiva. Una aproximación teórica. *Universidad de Granada*. Obtenido de <file:///C:/Users/ASUS/Downloads/Dialnet-LaPercepcionDeLaNecesidadDelCambioEstrategicoComoF-2476769.pdf>
- The numbers. (2025). *Paddington in Peru*. Obtenido de Servicios de información de Nash: [https://www.the-numbers.com/movie/Paddington-in-Peru-\(2024-United-Kingdom\)#tab=summary](https://www.the-numbers.com/movie/Paddington-in-Peru-(2024-United-Kingdom)#tab=summary)
- Universidad metropolitana de Toronto. (2021). *Una guía para los osos*. Toronto: Pressbooks. Obtenido de <https://pressbooks.library.torontomu.ca/bearguide/>
- Valdez, A. (2019). *Perurail*. Cusco: Perurail. Obtenido de <chrome-extension://efaidnbmnnnibpajpcgclefindmkaj/https://amf.org.mx/wp-content/uploads/2019/04/Perurail.pdf>
- Vasquez, A., Guanuchi, L., Domingo, R., Vera, R., & Holgado, J. (2023). *Métodos de investigación científica*. Puno: Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú S.A.C. <https://doi.org/> <https://doi.org/10.35622/inudi.b.94>
- Velasco, E., Parra, M., Osácar, E., & Beltrán, M. (2021). Análisis del impacto del turismo cinematográfico en los destinos turísticos. *Revista de la Academia de Gestión Estratégica*, 1. Obtenido de <https://www.abacademies.org/articles/analysis-of-the-impact-of-film-tourism-on-tourist-destinations->

11323.html#:~:text=Although%20at%20the%20beginning%2C%20in,by%20films%20and%20TV%20series.

Velezmoro, Y., & Solorzano, J. (2022). Influencia del compromiso organizacional en el desempeño laboral de los trabajadores de una unidad clínico forense de Lima, 2021. *Ciencia Latina*. [https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i5.3361](https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i5.3361)

## Apéndice A - Certificados de validez del instrumento

**Tabla 55**

*Matriz de consistencia*

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variable	Metodología
¿Cuáles son los principales desafíos operativos que enfrenta el personal de Perú Rail durante la implementación del tren temático de Paddington?	Evaluar los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.	El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos operativos en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.	Desafíos operativos	<b>1. Diseño metodológico</b> Enfoque: cuantitativo Alcance: descriptivo Diseño: no experimental <b>2. Tipo de investigación:</b> básica <b>3. Muestra</b> 111 trabajadores Nivel de confianza: 95% Error: 5% <b>4. Técnicas e instrumentos</b> Técnica: encuesta Instrumento: cuestionario de preguntas
¿Cuáles son los desafíos de la implementación del cambio estratégico desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?	-Analizar los desafíos de la implementación del cambio estratégico desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.	-El personal de Perú Rail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos relacionados con la implementación del cambio estratégico en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.	-Desafíos en la implementación del cambio estratégico -Desafíos de la comunicación de la visión del cambio	
- ¿Cuáles son los desafíos de la comunicación de la visión del cambio desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025?	- Analizar los desafíos de la comunicación de la visión del cambio desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.	- El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en la comunicación de la visión del cambio en la implementación del tren temático de Paddington, 2025.	-Desafíos en la participación activa -Desafíos en el apoyo y recursos	
- ¿Cuáles son los desafíos de la participación activa desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025?	- Analizar los desafíos de la participación activa desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.	- El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos respecto a la participación activa en el proceso de implementación del tren temático de Paddington, 2025.		
- ¿Cuáles son los desafíos en el apoyo y los recursos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025?	- Analizar los desafíos del apoyo y los recursos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.	- El personal de Perurail percibe un nivel entre medio y alto de desafíos en cuanto al acceso al apoyo y los recursos durante la implementación del tren temático de Paddington, 2025.		

## Apéndice B - Certificados de validez del instrumento

### Figura 21

Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco  
Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo  
Escuela Profesional de Turismo

#### Constancia de juicio de experto

Yo, Víctor Hugo Pérez Cevallos, con D.N.I. N° 23817399,  
especialista en Turismo y Economía, ostento  
el grado académico de Magister y  
ejercer la carrera profesional en Turismo.

Por medio de la presente hago constar que he revisado, con fines de validación, los instrumentos de medición cuestionario tipo escala para encuesta para el trabajo de investigación intitulado: Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington, 2025; los mismos que serán aplicados a los trabajadores de la empresa Perú Rail que participaron en la implementación del tren temático de Paddington, por la Bachiller Jessenia Wendy Pineda Quispe con DNI 70914593, como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Turismo.

En Cusco, a los 27 días del mes de mayo del año 2025.  
Atentamente

  
Firma  
DNI.....23817399.....

Figura 22

Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail

N°	Dimensiones / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Dimensión 1. Desafíos en la implementación del cambio estratégico</b>							
1	Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	X		X		X		
2	Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	X		X		X		
3	Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.	X		X		X		
4	Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.	X		X		X		
5	El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.	X		X		X		
6	Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.	X		X		X		
	<b>Dimensión 2. Desafíos en la comunicación de la visión del cambio</b>							
7	Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.	X		X		X		
8	Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático.	X		X		X		
9	Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.	X		X		X		
10	Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.	X		X		X		
11	Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.	X		X		X		
12	La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.	X		X		X		

Figura 23

Certificado de validez: Mg Víctor Hugo Pérez Cevallos

	Dimensión 3. Desafíos en la participación activa	SI	No	SI	No	SI	No	SI	No
13	Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.	X		X		X		X	
14	Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos.	X		X		X		X	
15	Percibi un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.	X		X		X		X	
16	El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.	X		X		X		X	
17	Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.	X		X		X		X	
18	Proporcione ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.	X		X		X		X	
	<b>Dimensión 4. Desafíos en el apoyo y recursos</b>								
19	Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.	X		X		X		X	
20	La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.	X		X		X		X	
21	Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.	X		X		X		X	
22	Recibi la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.	X		X		X		X	
23	Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.	X		X		X		X	
24	Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.	X		X		X		X	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): No presenta observaciones

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [X]  No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Dni/ Mg: Victor Hugo Pérez Cevallos DNI: 23 843 99

Especialidad del validador: Mg. Psicólogo

[Firma] ..... de junio del 2025

Firma del Exponente Informante

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.  
<sup>3</sup>Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.



**Figura 24**

*Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez*



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco  
Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo  
Escuela Profesional de Turismo

**Constancia de juicio de experto**

Yo, Carlos Alejandro Dávila Núñez, con D.N.I. N° 46133307,  
especialista en Gestión Pública, ostento  
el grado académico de Economista y  
ejercí la carrera profesional en Unsaac.

Por medio de la presente hago constar que he revisado, con fines de validación, los instrumentos de medición cuestionario tipo escala para encuesta para el trabajo de investigación intitolado: Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington, 2025; los mismos que serán aplicados a los trabajadores de la empresa Perú Rail que participaron en la implementación del tren temático de Paddington, por la Bachiller Jessenia Wendy Pineda Quispe con DNI 70914593, como requisito para optar el título profesional de Licenciada en Turismo.

En Cusco, a los 27 días del mes de mayo del año 2025.  
Atentamente

  
Firma  
DNI. 46133307.....

Figura 25

Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail

N°	Dimensiones / Items	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<b>Dimensión 1. Desafíos en la implementación del cambio estratégico</b>							
1	Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	X		X		X		
2	Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	X		X		X		
3	Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.	X		X		X		
4	Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.	X		X		X		
5	El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.	X		X		X		
6	Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.	X		X		X		
	<b>Dimensión 2. Desafíos en la comunicación de la visión del cambio</b>	Si	No	Si	No	Si	No	
7	Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.	X		X		X		
8	Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático.	X		X		X		
9	Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.	X		X		X		
10	Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.	X		X		X		
11	Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.	X		X		X		
12	La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.	X		X		X		

Figura 26

Certificado de validez: Mg Carlos Alejandro Dávila Núñez

Dimensión 3. Desafíos en la participación activa		SI	No	SI	No	SI	No
13	Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.	X		X		X	
14	Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos.	X		X		X	
15	Percibi un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.	X		X		X	
16	El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.	X		X		X	
17	Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.	X		X		X	
18	Proporcioné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.	X		X		X	
Dimensión 4. Desafíos en el apoyo y recursos							
19	Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.	X		X		X	
20	La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.	X		X		X	
21	Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.	X		X		X	
22	Recibi la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.	X		X		X	
23	Recibi apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.	X		X		X	
24	Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.	X		X		X	


Observaciones (precisar si hay suficiencia): Se presenta observaciones

Opinión de aplicabilidad:   Aplicable    Aplicable después de corregir    No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Carlos Alejandro Dávila Núñez   DNI: 4613 3307

Especialidad del validador: Gestión Pública

..27...de...mayo del 2025

  
Firma del Exerto Informante

<sup>1</sup>Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>Ciudad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

## Apéndice C - Solicitud a la empresa Perú Rail para la aplicación del instrumento

### Figura 27

*Solicitud a la empresa Perú Rail para la aplicación del instrumento*

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN ANTONIO ABAD DEL CUSCO**

<ul style="list-style-type: none"> <li>• APARTADO POSTAL N° 921 - Cusco - Perú</li> <li>• FAX: 238156 - 238173 - 222512</li> <li>• RECTORADO Calle Tigre N° 127 Teléfonos: 222271 - 224891 - 224181 - 254398</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CIUDAD UNIVERSITARIA Av. De la Cultura N° 733 - Teléfonos: 228661 - 222512 - 232370 - 232375 - 252210</li> <li>• CENTRAL TELEFÓNICA: 232398 - 252210 243835 - 243836 - 243837 - 243838</li> <li>• LOCAL CENTRAL Plaza de Armas s/n Teléfonos: 222271 - 224881 - 25398</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MUSEO INKA Cuesta del Almirante N° 103 - Teléfono: 237380</li> <li>• CENTRO AGRONÓMICO DE K'AYRA San Jerónimo s/n Cusco - Teléfonos: 277145 - 277246</li> <li>• COLEGIO "FORTUNATO L. HERRERA" Av. de la Cultura N° 721 "Estadio Universitario" - Teléfono: 227192</li> </ul>
---	---	--

---

**DIRECCIÓN DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**

*Cusco, 29 de mayo del 2025*

**OFICIO N° 068 - 2025-EPTU-FAT**

Señor  
**Juan Diego Dongo**  
JEFE DE RECURSOS HUMANOS DE LA EMPRESA PERÚ RAIL

Atención  
SUB GERENTA DE VENTAS  
Marcela Aybar Lizarbe  
Presente.

**Asunto : Solicito autorización para aplicar instrumento.**

**Ref. : Resolución N° D - 175-2025-EPTU-FAT**

*De mi especial consideración;*  
*Es grato dirigirme a usted, a fin de saludarlo cordialmente a nombre de la Escuela Profesional de Turismo - UNSAAC, así mismo solicito a vuestra representada autorización para aplicar instrumento a fin de obtener el resultado del desafío operativo desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, mismo que contribuirá en el contenido de la investigación.*

*El desarrollo del trabajo de investigación **DESAFÍOS OPERATIVOS DESDE LA PERSPECTIVA DEL PERSONAL EN LA IMPLEMENTACIÓN DEL TREN TEMÁTICO DE PADDINGTON POR PERÚ RAIL, 2025**, es elaborada por la Bachiller en Turismo **JESSENIA WENDY PINEDA QUISPE** con código de matrícula N° 183538.*

*Quedando muy agradecido por la atención que brinda al presente, aprovecho la oportunidad para expresarle mi afecto.*

*Atentamente,*



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y TURISMO  
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO  
DIRECCIÓN DE CUENTAS  
DIRECCIÓN

CC.  
Archivo.  
ARC/pcc



PERU RAIL S.A.  
02/06/25  
RECIBIDO  
10282

**Apéndice D - Documento emitido del total de trabajadores en la implementación del tren temático de Paddington**

**Figura 28**

*Constancia ratificada por el gerente de recursos humanos de la empresa tercerizada de Perú rail*

**VALIDACION DE LA POBLACIÓN**

El área de recursos humanos de la empresa Manpower con número RUC 20304289512 empresa que laboro con Perurail como empresa tercerizada informan que durante la implementación del tren temático de Paddington laboraron un total de 154 trabajadores en el área de servicio de atención al pasajero. Información que se le da a la Br. Jessenia Wendy Pineda Quispe para que pueda realizar su trabajo de investigación titulado "Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perurail, 2025.

Cusco, 11 de agosto del 2025

Atentamente,

  
Area de recursos humanos  
Manpower group  
  
-----  
*Eduardo Begazo Aragon*  
GERENTE ZONAL CUSCO  


## Apéndice E - Cuestionario físico



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco Facultad de  
Administración y Turismo  
Escuela Profesional de Turismo

**Medición:** Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail, 2025

**Versión del instrumento:** 1.0 /

**Fecha:** [20-05-2025]

### Perspectiva del personal sobre los desafíos operativos de la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail. (PDIT-PR)

Investigador responsable:

Br. Jessenia Wendy Pineda Quispe

183538@unsaac.edu.pe | WhatsApp: 955192024

Consentimiento informado

Estimado/a participante:

Este cuestionario tiene como objetivo conocer su perspectiva sobre los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail. Su participación es **voluntaria, anónima y confidencial**. Los datos serán utilizados exclusivamente con fines científicos. Tiempo estimado: 8 minutos. Instrucciones:

Complete sus datos demográficos, **marque con una "X"**:

Sección A (Cuestionario). Datos sociodemográficos

**Edad:** \_\_ años

Sexo:

Masculino  Femenino

**Tiempo que labora en la empresa Perú Rail:**

Menos de 3 meses  4–6 meses  7–12 meses  más de 2 años  Ex trabajador

**¿Usted vio la película Paddington en Perú?**

Sí  No

**Grado de instrucción:**

Secundaria completa  Técnico  Universitario  Bachiller  Licenciado  Magister

**¿Tu formación académica está relacionado con el turismo?**

Sí  No

**¿En qué área o departamento trabaja?**

Servicio de atención al pasajero  Administrativo  Marketing  Contabilidad  Almacén  Reservas

**Nivel de cargo:**

Asistente  Host  Músico  Agente de embarque  supervisor

**Idiomas que domina**

Inglés  Portugués  Francés  Alemán

## Sección B. Escala que mide los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington.

Instrucciones:

Lea cada afirmación y **marque con una "X"** el número que mejor represente su nivel de acuerdo:

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

N°	Ítem	1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1. Desafíos en la implementación del cambio estratégico</b>						
1	Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 2. Desafíos en la comunicación de la visión del cambio</b>						
7	Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8	Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9	Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10	Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11	Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12	La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 3. Desafíos en la participación activa</b>						
13	Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14	Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15	Percibí un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Proporcione ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 4. Desafíos en el apoyo y recursos</b>						
19	Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Agradecimiento

Gracias por su valiosa participación. Sus respuestas ayudarán a medir la perspectiva sobre los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail.

## Apéndice F - Cuestionario digital

Figura 29

Cuestionario digital

**Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco**  
**Facultad de Administración y Turismo**  
**Escuela Profesional de Turismo**

**Medición: Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail, 2025**  
**Versión del instrumento: 1.0**  
 Perspectiva del personal sobre los desafíos operativos de la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail. (PDIT-PR)  
**Investigador responsable:**  
 Br. Jessenia Wendy Pineda Quespe  
 183538@unsaac.edu.pe  
 WhatsApp: 955192024

**Consentimiento informado**

Estimado/a participante: Este cuestionario tiene como objetivo conocer su perspectiva sobre los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington por Perú Rail. Su participación es **VOLUNTARIA, ANÓNIMA Y CONFIDENCIAL**. Los datos serán utilizados exclusivamente con fines científicos. Tiempo estimado: 8 minutos.

**Instrucciones:**

Complete sus datos sociodemográficos, responda y seleccione la respuesta adecuada:

**Sección A. Datos sociodemográficos**

---

Desafíos operativos del tren temático de Paddington  
 Bachiller  
 Licenciado  
 Magister

\* 6. ¿Tu formación académica está relacionada con el turismo?  
 Sí  
 No

\* 7. ¿En qué área o departamento trabaja?  
 Servicio de atención al pasajero  
 Administrativo  
 Marketing  
 Contabilidad  
 Almacén  
 Reservas

\* 8. Nivel de cargo  
 Asistente  
 HCT  
 Múscico  
 Agente de embarque  
 Supervisor

---

Desafíos operativos del tren temático de Paddington

\* 1. Edad:

---

\* 2. Sexo

Femenino     Masculino

\* 3. Tiempo que labora en Perú Rail

Menos de 1 mes  
 1-4 meses  
 7-12 meses  
 más de 2 años  
 Ex trabajador

\* 4. ¿Usted vió la película Paddington en Perú?

Sí  
 No

\* 5. Grado de instrucción

Secundaria completa  
 Técnico  
 Universitario

---

Desafíos operativos del tren temático de Paddington

**9. Idiomas que domina**

Español  
 Inglés  
 Portugués  
 Francés  
 Quechua

**Sección B. Escala que mide los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington.**

**Instrucciones:**  
Lea cada afirmación y seleccione la respuesta que mejor represente su nivel de acuerdo.

	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

\* Dimensión 1. Desafíos en la implementación del cambio estratégico

	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Senti que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en el trabajo diario.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

---

Desafíos operativos del tren temático de Paddington

Nota. Link del cuestionario: (<https://wen252000.questionpro.com/t/AcLCBZ6VGK>)

**Figura 30**  
*Cuestionario digital*

Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna. El uso de nuevos insumos (vajilla, uníformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades. Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.

Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático. Recibí apoyo a pedido por parte de mis supervisores durante la implementación. Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.

**\* Dimensión 2. Desafíos en la comunicación de la visión del cambio**

Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente. Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático. Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno. Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva. Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades. La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.

**\* Dimensión 3. Desafíos en la participación activa**

Desafíos operativos del tren temático de Paddington

Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático. Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos. Percibí un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático. El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios. Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior. Proporcioné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.

**\* Dimensión 4. Desafíos en el apoyo y recursos**

Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático. La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación. Me sentí preparado para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.

Nota. Link del cuestionario: (<https://wen252000.questionpro.com/t/AcLCBZ6VGK>)



3	2	1	4	2	3	2	1	2	2	4	5	3	5	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	2	2	2	2	9																		
2	3	1	3	2	2	1	1	2	1	3	5	4	4	3	5	3	4	3	5	2	4	5	3	4	3	2	4	3	4	2	4	3	3	2	2	2	1	8																		
3	3	4	2	2	3	1	2	1	1	2	1	4	4	2	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	8																	
3	4	4	2	2	3	1	2	1	1	2	1	4	4	2	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	8																	
3	5	5	1	2	1	5	1	1	2	1	5	3	1	5	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	3	0																	
2	5	1	2	1	5	1	1	2	1	5	3	1	5	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	2	2	3	0																	
3	6	0	1	1	2	2	1	1	1	1	4	5	5	2	3	3	4	2	4	3	4	3	5	3	4	4	3	1	4	3	3	1	2	3	2	2	2	1	7																	
2	0	1	1	2	2	1	1	1	1	4	5	5	2	3	3	4	2	4	3	4	3	5	3	4	4	3	1	4	3	3	1	2	3	2	2	2	1	7																		
3	7	6	2	2	2	3	2	1	2	1	4	5	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1	3	3	3	2	3	4	2	2	1	8														
3	7	6	2	2	2	3	2	1	2	1	4	5	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1	3	3	3	2	3	4	2	2	1	8														
3	8	9	1	4	2	4	2	1	2	2	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	5	4	3	3	4	4	4	4	4	1	3	3	2	1	2	1	2	1	8															
3	9	2	2	1	2	2	1	1	1	1	3	4	5	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	1	2	3	2	1	1	1	1	7																
2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	3	4	5	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	1	2	3	2	1	1	1	1	7																
4	0	3	2	3	2	3	1	1	2	1	4	5	5	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	2	2	1	1	2	7																
2	3	2	3	2	3	1	1	2	1	4	5	5	3	3	2	3	4	3	3	4	2	3	2	3	4	2	2	4	4	3	3	4	4	2	2	1	1	2	7																	
4	1	3	1	3	1	4	1	1	2	1	3	4	4	2	3	3	4	5	3	2	3	3	4	5	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	1	7														
3	0	1	3	1	4	1	1	2	1	3	4	4	2	3	3	4	5	3	2	3	3	4	5	3	2	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	1	7															
4	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	1	2	2	2	2	2	8																
2	8	1	2	1	2	1	1	1	1	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	5	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	1	2	2	2	2	2	8																
4	2	2	3	2	3	1	1	2	1	4	3	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	8																
4	3	7	2	2	3	2	3	1	1	2	1	4	3	3	4	3	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	0	3	1	0	4																
4	4	3	1	5	1	5	2	1	5	1	3	2	1	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	9														
4	4	3	1	5	1	5	2	1	5	1	3	2	1	5	5	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	9														
4	5	9	2	4	1	4	1	1	5	1	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	9													
4	5	9	2	4	1	4	1	1	5	1	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	9												
4	6	3	1	4	1	5	1	1	1	1	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	9											
4	6	3	1	4	1	5	1	1	1	1	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	9										
4	7	2	2	4	1	4	1	1	4	1	5	3	1	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9												
2	6	2	4	1	4	1	1	4	1	5	3	1	5	1	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9												
4	8	2	4	1	4	1	1	2	1	5	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9												
4	8	3	2	4	1	4	1	1	2	1	5	1	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	9												
4	9	2	2	3	1	4	1	1	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9								
4	9	6	2	3	1	4	1	1	2	1	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9							
5	0	2	1	3	1	3	2	1	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9						
5	0	5	2	1	3	1	3	2	1	3	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9				
5	1	7	2	3	1	5	1	6	5	1	4	3	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9				
5	1	7	2	3	1	5	1	6	5	1	4	3	2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9			
5	2	6	1	4	1	3	1	1	4	1	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9		
5	2	6	1	4	1	3	1	1	4	1	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	2	2	9
5	3	7	2	1	2	1	2	1	1	2	1	4	5	5	3	3	3	4	4	2	3	4	3	5	4	2	3	2	3	4	3	3	1	3	4	2	2	1	3	4	2	2	1	3	4	2	2	1	1	8						
5	3	7	2	1	2	1	2	1	1	2	1	4	5	5	3	3	3	4	4	2	3	4	3	5	4	2	3	2	3	4	3	3	1	3	4	2	2	1	3	4	2	2	1	3	4	2	2	1	1	8						
5	4	1	1	1	3	1	1	2	1	3	5	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	4	2	2	1	2	1	3	4	2	2	1	2	1	3	4	2	2	1	7					
5	4	1	1	1	3	1	1	2	1	3	5	4	4	3	3	4	2	2	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	4	2	2	1	2	1	3	4	2	2	1	2	1	3	4	2	2	1	7					
5	5	5	2	1	3	1	2	1	1	2	1	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	3	2	2	1	1	8						
5	5	5	2	1	3	1	2	1	1	2	1	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3																										



## Apéndice H - Libro de códigos de SPSS

Edad		
Atributos estándar	Posición	Valor
Edad	Posición	2
	Etiqueta	Edad
	Tipo	Número
	Formato	F3
	Medición	Escala
	Rol	Entrada
N	Válidos	111
	Perdido	0
Tendencia y dispersión centrales	Media	26,40
	Desviación estándar	4,055
	Percentil 25	24,00
	Percentil 50	26,00
	Percentil 75	28,00

Sexo				
Atributos estándar	Posición	Valor	Recuento	Porcentaje
	Posición	3		
	Etiqueta	Sexo		
	Tipo	Número		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Masculino	56	50,5%
	2	Femenino	55	49,5%

Grado de instrucción				
Atributos estándar	Posición	Valor	Recuento	Porcentaje
	Posición	7		
	Etiqueta	Grado de instrucción		
	Tipo	Número		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Secundaria completa	0	0,0%
	2	Técnico	38	34,2%
	3	Universitario	41	36,9%
	4	Bachiller	22	19,8%
	5	Licenciado	10	9,0%
	6	Magister	0	0,0%

¿Usted vio la película de Paddington in Perú?				
Atributos estándar	Posición	Valor	Recuento	Porcentaje
	Posición	6		
	Etiqueta	¿Usted vio la película Paddington en Perú?		
	Tipo	Número		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Si	75	67,6%
	2	No	36	32,4%

Tiempo que labora en Perú Rail				
Atributos estándar	Posición	Valor	Recuento	Porcentaje
	Posición	4		
	Etiqueta	Tiempo que labora en la empresa Perú Rail		
	Tipo	Número		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Menos de 3 meses	12	10,8%
	2	4-6 meses	20	18,0%
	3	7-12 meses	43	38,7%
	4	más de 2 años	25	22,5%
	5	Ex trabajador	11	9,9%

¿Tu formación académica esta relacionado con el turismo?				
Atributos estándar	Posición	Valor	Recuento	Porcentaje
	Posición	8		
	Etiqueta	¿Tu formación académica está relacionado con el turismo?		
	Tipo	Número		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Si	96	86,5%
	2	No	15	13,5%

**¿En que área o departamento trabaja?**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	9		
	Etiqueta	¿En que área o departamento trabaja?		
	Tipo	Numerico		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Servicio de atención al pasajero	109	98,2%
	2	Administrativo	0	0,0%
	3	Marketing	0	0,0%
	4	Contabilidad	0	0,0%
	5	Almacén	0	0,0%
	6	Reservas	2	1,8%

**P1**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	12		
	Etiqueta	Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.		
	Tipo	Numerico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%
	2	Casi nunca	5	4,5%
	3	A veces	33	29,7%
	4	Casi siempre	59	53,2%
	5	Siempre	14	12,6%

**Nivel de cargo**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	10		
	Etiqueta	Nivel de cargo		
	Tipo	Numerico		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Asistente	28	25,2%
	2	Host	57	51,4%
	3	Músico	4	3,6%
	4	Agente de embarque	14	12,6%
	5	Supervisor	8	7,2%

**P2**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	13		
	Etiqueta	Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.		
	Tipo	Numerico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	3	2,7%
	2	Casi nunca	3	2,7%
	3	A veces	40	36,0%
	4	Casi siempre	23	20,7%
	5	Siempre	42	37,8%

**Idiomas extranjeros que dominan**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	11		
	Etiqueta	Idioma extranjero que domina		
	Tipo	Numerico		
	Formato	F2		
	Medición	Nominal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Inglés	95	85,6%
	2	Portugués	13	11,7%
	3	Francés	3	2,7%
	4	Alemán	0	0,0%

P3				
		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	14		
	Etiqueta	Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	8	7,2%
	2	Casi nunca	11	9,9%
	3	A veces	51	45,9%
	4	Casi siempre	30	27,0%
	5	Siempre	11	9,9%

P5				
		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	16		
	Etiqueta	El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	2	1,8%
	2	Casi nunca	4	3,6%
	3	A veces	39	35,1%
	4	Casi siempre	34	30,6%
	5	Siempre	32	28,8%

P4				
		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	15		
	Etiqueta	Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%
	2	Casi nunca	6	5,4%
	3	A veces	31	27,9%
	4	Casi siempre	48	43,2%
	5	Siempre	26	23,4%

P6				
		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	17		
	Etiqueta	Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	2	1,8%
	2	Casi nunca	4	3,6%
	3	A veces	53	47,7%
	4	Casi siempre	31	27,9%
	5	Siempre	21	18,9%

<b>P7</b>					<b>P9</b>					
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	18			Atributos estándar	Posición	20			
	Etiqueta	Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.				Etiqueta	Recibi la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.			
	Tipo	Numérico				Tipo	Numérico			
	Formato	F2				Formato	F2			
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal			
	Rol	Entrada				Rol	Entrada			
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%	Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%	
	2	Casi nunca	4	3,6%		2	Casi nunca	11	9,9%	
	3	A veces	35	31,5%		3	A veces	28	25,2%	
	4	Casi siempre	44	39,6%		4	Casi siempre	50	45,0%	
	5	Siempre	28	25,2%		5	Siempre	21	18,9%	

<b>P8</b>					<b>P10</b>					
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	19			Atributos estándar	Posición	21			
	Etiqueta	Comprendi completamente el propósito del nuevo servicio temático.				Etiqueta	Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.			
	Tipo	Numérico				Tipo	Numérico			
	Formato	F2				Formato	F2			
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal			
	Rol	Entrada				Rol	Entrada			
Valores válidos	1	Nunca	2	1,8%	Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%	
	2	Casi nunca	4	3,6%		2	Casi nunca	7	6,3%	
	3	A veces	22	19,8%		3	A veces	43	38,7%	
	4	Casi siempre	45	40,5%		4	Casi siempre	34	30,6%	
	5	Siempre	38	34,2%		5	Siempre	27	24,3%	

## P11

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	22		
	Etiqueta	Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%
	2	Casi nunca	8	7,2%
	3	A veces	24	21,6%
	4	Casi siempre	55	49,5%
	5	Siempre	24	21,6%

## P13

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	24		
	Etiqueta	Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%
	2	Casi nunca	3	2,7%
	3	A veces	12	10,8%
	4	Casi siempre	47	42,3%
	5	Siempre	48	43,2%

## P12

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	23		
	Etiqueta	La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%
	2	Casi nunca	5	4,5%
	3	A veces	45	40,5%
	4	Casi siempre	35	31,5%
	5	Siempre	25	22,5%

## P14

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	25		
	Etiqueta	Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos.		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F2		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%
	2	Casi nunca	18	16,2%
	3	A veces	45	40,5%
	4	Casi siempre	26	23,4%
	5	Siempre	21	18,9%

P15					P18				
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	26			Atributos estándar	Posición	29		
	Etiqueta	Percibi un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.				Etiqueta	Proporcioné ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.		
	Tipo	Númérico				Tipo	Númérico		
	Formato	F2				Formato	F2		
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada				Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	3	2,7%	Valores válidos	1	Nunca	10	9,0%
	2	Casi nunca	5	4,5%		2	Casi nunca	11	9,9%
	3	A veces	29	26,1%		3	A veces	31	27,9%
	4	Casi siempre	52	46,8%		4	Casi siempre	42	37,8%
	5	Siempre	22	19,8%		5	Siempre	17	15,3%

P16					P19				
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	27			Atributos estándar	Posición	30		
	Etiqueta	El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.				Etiqueta	Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.		
	Tipo	Númérico				Tipo	Númérico		
	Formato	F2				Formato	F2		
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada				Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%	Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%
	2	Casi nunca	2	1,8%		2	Casi nunca	1	0,9%
	3	A veces	43	38,7%		3	A veces	27	24,3%
	4	Casi siempre	48	43,2%		4	Casi siempre	55	49,5%
	5	Siempre	18	16,2%		5	Siempre	28	25,2%

P17					P20				
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	28			Atributos estándar	Posición	31		
	Etiqueta	Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.				Etiqueta	La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.		
	Tipo	Númérico				Tipo	Númérico		
	Formato	F2				Formato	F2		
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada				Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Nunca	6	5,4%	Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%
	2	Casi nunca	16	14,4%		2	Casi nunca	4	3,6%
	3	A veces	36	32,4%		3	A veces	35	31,5%
	4	Casi siempre	33	29,7%		4	Casi siempre	50	45,0%
	5	Siempre	20	18,0%		5	Siempre	21	18,9%

P21					P24				
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	32			Atributos estándar	Posición	35		
	Etiqueta	Me senti preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.				Etiqueta	Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.		
	Tipo	Numérico				Tipo	Numérico		
	Formato	F2				Formato	F2		
	Medición	Ordinal				Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada			Rol	Entrada			
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%	Valores válidos	1	Nunca	1	0,9%
	2	Casi nunca	4	3,6%		2	Casi nunca	4	3,6%
	3	A veces	22	19,8%		3	A veces	37	33,3%
	4	Casi siempre	48	43,2%		4	Casi siempre	48	43,2%
	5	Siempre	37	33,3%		5	Siempre	21	18,9%

P22					D2V1					
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	33			Atributos estándar	Posición	37			
	Etiqueta	Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.				Etiqueta	Desafíos en la comunicación de la visión del cambio			
	Tipo	Numérico				Tipo	Numérico			
	Formato	F2				Formato	F2			
	Medición	Ordinal				Medición	Escala			
	Rol	Entrada			Rol	Entrada				
Valores válidos	1	Nunca	8	7,2%	N	Validos	111			
	2	Casi nunca	20	18,0%		Perdido	0			
	3	A veces	28	25,2%		Tendencia y dispersión centrales	Media	22,88		
	4	Casi siempre	39	35,1%			Desviación estándar	3,907		
	5	Siempre	16	14,4%			Percentil 25	20,00		
				Percentil 50	23,00					
					Percentil 75	25,00				

P23					D3V1					
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	34			Atributos estándar	Posición	38			
	Etiqueta	Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.				Etiqueta	Desafíos en la participación activa			
	Tipo	Numérico				Tipo	Numérico			
	Formato	F2				Formato	F2			
	Medición	Ordinal				Medición	Escala			
	Rol	Entrada			Rol	Entrada				
Valores válidos	1	Nunca	0	0,0%	N	Validos	111			
	2	Casi nunca	8	7,2%		Perdido	0			
	3	A veces	36	32,4%		Tendencia y dispersión centrales	Media	21,99		
	4	Casi siempre	43	38,7%			Desviación estándar	3,791		
	5	Siempre	24	21,6%			Percentil 25	20,00		
				Percentil 50	22,00					
					Percentil 75	25,00				

D4V1			D2V1A				
		Valor			Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	39	Atributos estándar	Posición	42		
	Etiqueta	Desafíos en el apoyo y recursos	Etiqueta	Desafíos en la comunicación de la visión del cambio (Agrupada)			
	Tipo	Númérico	Tipo	Númérico			
	Formato	F2	Formato	F5			
	Medición	Escala	Medición	Ordinal			
	Rol	Entrada	Rol	Entrada			
N	Válidos	111	Valores válidos	1	Muy bajo	2	1,8%
	Perdido	0		2	Bajo	9	8,1%
Tendencia y dispersión centrales	Media	22,65		3	Medio	42	37,8%
	Desviación estándar	3,714		4	Alto	38	34,2%
	Percentil 25	20,00		5	Muy alto	20	18,0%
	Percentil 50	23,00					
	Percentil 75	25,00					

Variable			D3V1A				
		Valor			Recuento	Porcentaje	
Atributos estándar	Posición	40	Atributos estándar	Posición	43		
	Etiqueta	Desafíos operativos	Etiqueta	Desafíos en la participación activa (Agrupada)			
	Tipo	Númérico	Tipo	Númérico			
	Formato	F3	Formato	F5			
	Medición	Escala	Medición	Ordinal			
	Rol	Entrada	Rol	Entrada			
N	Válidos	111	Valores válidos	1	Muy bajo	5	4,5%
	Perdido	0		2	Bajo	16	14,4%
Tendencia y dispersión centrales	Media	89,61		3	Medio	42	37,8%
	Desviación estándar	11,692		4	Alto	34	30,6%
	Percentil 25	80,00		5	Muy alto	14	12,6%
	Percentil 50	90,00					
	Percentil 75	98,00					

DIV1A				D4V1A					
		Valor	Recuento	Porcentaje			Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	41			Atributos estándar	Posición	44		
	Etiqueta	Desafíos en la implementación del cambio estratégico (Agrupada)			Etiqueta	Desafíos en el apoyo y recursos (Agrupada)			
	Tipo	Númérico			Tipo	Númérico			
	Formato	F5			Formato	F5			
	Medición	Ordinal			Medición	Ordinal			
	Rol	Entrada			Rol	Entrada			
Valores válidos	1	Muy bajo	3	2,7%	Valores válidos	1	Muy bajo	5	4,5%
	2	Bajo	12	10,8%		2	Bajo	22	19,8%
	3	Medio	47	42,3%		3	Medio	39	35,1%
	4	Alto	35	31,5%		4	Alto	28	25,2%
	5	Muy alto	14	12,6%		5	Muy alto	17	15,3%

**VIA**

		Valor	Recuento	Porcentaje
Atributos estándar	Posición	45		
	Etiqueta	Desafíos operativos (Agrupada)		
	Tipo	N Numérico		
	Formato	F5		
	Medición	Ordinal		
	Rol	Entrada		
Valores válidos	1	Muy bajo	1	0,9%
	2	Bajo	14	12,6%
	3	Medio	44	39,6%
	4	Alto	37	33,3%
	5	Muy alto	15	13,5%

Apéndice I – Evidencia del cuestionario físico aplicado a los encuestados

Figura 32

Cuestionario físico sobre los desafíos operativos

8. ¿En qué área o departamento trabaja?  
 Servicio de atención al pasajero  Administrativo  Marketing  Contabilidad  Almacén  Reservas


9. Nivel de cargo:  
 Asistente  Host  Músico  Agente de embarque  supervisor

10. Idiomas que domina  
 Español  Inglés  Portugués  Francés  Quechua

Sección B. Escala que mide los desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington.

Instrucciones:  
 Lea cada afirmación y marque con una "X" el número que mejor represente su nivel de acuerdo.

	1	2	3	4	5
	Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
<b>Dimensión 1. Desafíos en la implementación del cambio estratégico</b>					
1 Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
2 Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4 Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
5 El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
6 Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Dimensión 2. Desafíos en la comunicación de la visión del cambio</b>					
7 Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
8 Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
9 Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
10 Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11 Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
12 La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
<b>Dimensión 3. Desafíos en la participación activa</b>					
13 Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
14 Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>



Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco  
 Facultad de Administración y Turismo  
 Escuela Profesional de Turismo

Medición: Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington por Peru rail, 2025.  
 Versión del instrumento: 1.0 /  
 Fecha: [20-05-2025]

Perspectiva del personal sobre los desafíos operativos de la implementación del tren temático de Paddington por Peru Rail. (PDIT-PR)

Investigador responsable:  
 Br. Jessena Wendy Pineda Quispe  
 183538@unsaac.edu.pe | WhatsApp: 955192024

Consentimiento informado

Estimado participante  
 Este cuestionario tiene como objetivo conocer su perspectiva sobre los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington por Peru rail. Su participación es voluntaria, anónima y confidencial. Los datos serán utilizados exclusivamente con fines científicos. Tiempo estimado: 8 minutos

Instrucciones:  
 Complete sus datos demográficos, marque con una "X"

Sección A (Cuestionario). Datos sociodemográficos

1. Edad: 26 años  
 2. Sexo:  Masculino  Femenino

3. Tiempo que labora en la empresa Peru Rail:  
 Menos de 3 meses  4-6 meses  7-12 meses  más de 2 años  Ex trabajador

4. ¿Usted participó en la implementación del tren temático de Paddington?  
 Sí  No

5. ¿Usted vio la película Paddington en Perú?  
 Sí  No

6. Grado de instrucción:  
 Secundaria completa  Técnico  Universitario  Bachiller  Licenciado  Magister

7. ¿Tu formación académica está relacionado con el turismo?  
 Sí  No

Figura 33

*Cuestionario físico sobre los desafíos operativos*

15	surgidos. Percibí un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16	El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Proporcione ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<b>Dimensión 4. Desafíos en el apoyo y recursos</b>						
19	Conté con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Me senti preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
22	Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Agradecimiento**

Gracias por su valiosa participación. Sus respuestas ayudarán a medir la perspectiva sobre los desafíos operativos durante la implementación del tren temático de Paddington por Perú rail.

Apéndice J – Evidencia de la aplicación de datos en SPSS

Figura 34

Aplicación del SPSS – Vista de variables

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Pérdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	ID	Numérico	4	0	ID	Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
2	EDAD	Numérico	3	0	Edad	Ninguno	Ninguno	3	Derecha	Escala	Entrada
3	SEXO	Numérico	2	0	Sexo	{1, Masculin...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
4	TIEMPOQU...	Numérico	2	0	Tiempo que lab...	{1, Menos d...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
5	¿USTEDPA...	Numérico	2	0	¿Usted particip...	{1, Si}...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
6	¿USTEDVI...	Numérico	2	0	¿Usted vio la p...	{1, Si}...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
7	GRADODEL...	Numérico	2	0	Grado de instru...	{1, Secunda...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
8	¿TUFORMA...	Numérico	2	0	¿Tu formación ...	{1, Si}...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
9	¿ENQUEÁ...	Numérico	2	0	¿En qué área o...	{1, Servicio ...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
10	NIVELDEC...	Numérico	2	0	Nivel de cargo	{1, Asistent...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
11	IDIOMASEX...	Numérico	2	0	Idioma extranje...	{1, Inglés}...	Ninguno	12	Derecha	Nominal	Entrada
12	P1	Numérico	2	0	Las funciones a...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
13	P2	Numérico	2	0	Senti que la car...	{1, Nunca}...	Ninguno	5	Derecha	Ordinal	Entrada
14	P3	Numérico	2	0	Presenté difícil...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
15	P4	Numérico	2	0	Los protocolos ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
16	P5	Numérico	2	0	El uso de nuev...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
17	P6	Numérico	2	0	Las condicione ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
18	P7	Numérico	2	0	Los objetivos d...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
19	P8	Numérico	2	0	Comprendí com...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
20	P9	Numérico	2	0	Recibí la inform...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
21	P10	Numérico	2	0	Las dudas o co...	{1, Nunca}...	Ninguno	6	Derecha	Ordinal	Entrada
22	P11	Numérico	2	0	Durante la impl...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
23	P12	Numérico	2	0	La información ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
24	P13	Numérico	2	0	Participé activa...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
25	P14	Numérico	2	0	Mi opinión fue t...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
26	P15	Numérico	2	0	Percibí un alto ...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
27	P16	Numérico	2	0	El equipo mostr...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
28	P17	Numérico	2	0	Durante el servi...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada

Nota. Imagen recopilada del software SPSS.

Figura 35

Aplicación del SPSS – Vista de variables

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
28	P17	N Numérico	2	0	Durante el servi...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
29	P18	N Numérico	2	0	Proporción de...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
30	P19	N Numérico	2	0	Conté con todo...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
31	P20	N Numérico	2	0	La infraestructu...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
32	P21	N Numérico	2	0	Me sentí prepar...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
33	P22	N Numérico	2	0	Recibí la capac...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
34	P23	N Numérico	2	0	Recibí apoyo a...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
35	P24	N Numérico	2	0	Ante la presenc...	{1, Nunca}...	Ninguno	12	Derecha	Ordinal	Entrada
36	D1V1	N Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
37	D2V1	N Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
38	D3V1	N Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
39	D4V1	N Numérico	2	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
40	VARIABLE	N Numérico	3	0		Ninguno	Ninguno	12	Derecha	Escala	Entrada
41											
42											
43											
44											

Nota. Imagen recopilada del software SPSS.

### Apéndice K - Validación por contenido de la variable desafíos operativos

**Tabla 56**

*Tabla de V de Aiken - Validación de jueces*

Items	Juez1			Juez2				Suma			Pertinencia		Relevancia		Claridad		
	J1-P	J1-R	J1-C	J2-P	J2-R	J2-C		P	R	C	Sí	P	Sí	P	Sí	P	
1	1	1	1	1	1	1	D1	2	2	2	1	1	1		1		
2	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
3	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
4	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
5	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
6	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
7	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
8	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
9	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1	1		1	
10	1	1	1	1	1	1											
11	1	1	1	1	1	1											
12	1	1	1	1	1	1											
13	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
14	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
15	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
16	1	1	1	1	1	1											
17	1	1	1	1	1	1											
18	1	1	1	1	1	1											
19	1	1	1	1	1	1											
20	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
21	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
22	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
23	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		
24	1	1	1	1	1	1		2	2	2	1		1		1		

*Nota.* Cuadro realizado en Microsoft Excel.

**Apéndice L – Resultados de la prueba de confiabilidad del instrumento Alfa de Cronbach**

**Tabla 57**

*Alfa de Cronbach ítem por ítem*

	Estadísticas de total de elemento			Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	
Las funciones asignadas para implementar el servicio temático estuvieron claramente definidas.	89,53	196,602	,643	,930
Sentí que la carga de trabajo se incrementó significativamente con el servicio temático.	89,33	212,368	,003	,940
Presenté dificultades en la aplicación de los nuevos procedimientos en mi trabajo diario.	90,53	224,120	-,362	,946
Los protocolos operativos fueron comunicados de forma clara y oportuna.	89,43	194,530	,737	,929
El uso de nuevos insumos (vajilla, uniformes, materiales) fue integrado sin mayores dificultades.	89,40	194,386	,667	,929
Las condiciones logísticas (la coordinación entre trabajadores, el tiempo de cada actividad y la distribución de materiales) fueron planificadas y eficientes en la práctica.	89,67	191,264	,733	,928

Los objetivos del servicio temático fueron comunicados de manera clara y consistente.	89,47	191,913	,796	,927
Comprendí completamente el propósito del nuevo servicio temático.	89,03	199,689	,550	,931
Recibí la información necesaria a través de canales adecuados y en el momento oportuno.	89,53	186,809	,822	,926
Las dudas o consultas sobre el proyecto fueron atendidas de manera efectiva.	89,57	188,806	,819	,927
Durante la implementación, se mantuvo una comunicación constante sobre ajustes y novedades.	89,33	190,851	,805	,927
La información proporcionada me permitió anticipar adecuadamente los cambios operativos.	89,40	191,697	,742	,928
Participé activamente en las actividades relacionadas con la implementación del servicio temático.	89,17	199,385	,530	,931
Mi opinión fue tomada en cuenta ante los desafíos operativos surgidos.	90,00	192,690	,715	,929
Percibí un alto nivel de compromiso por parte de todo el equipo en la ejecución del proyecto temático.	89,50	194,259	,638	,930
El equipo mostró disposición y apertura para adaptarse a los cambios.	89,40	196,869	,730	,929

Durante el servicio, tuve la libertad de tomar decisiones para resolver problemas sin consultar a un superior.	90,10	203,128	,301	,935
Proporcione ideas o sugerencias para mejorar aspectos operativos del nuevo servicio sin que me lo solicitaran.	89,83	198,902	,465	,933
Conte con todos los materiales y equipos necesarios para brindar el servicio temático.	89,13	201,223	,565	,931
La infraestructura disponible facilitó el cumplimiento de mis funciones durante la implementación.	89,27	198,133	,682	,930
Me sentí preparado(a) para interactuar con los pasajeros en el contexto del nuevo servicio.	88,93	204,685	,527	,932
Recibí la capacitación necesaria para la implementación correcta de los protocolos del servicio temático.	89,53	188,878	,729	,928
Recibí apoyo adecuado por parte de mis supervisores durante la implementación.	89,43	191,702	,820	,927
Ante la presencia de dificultades, recibí una orientación clara por parte de mis supervisores.	89,67	189,471	,799	,927

*Nota.* Imagen recopilada del software SPSS.

## Apéndice M – Declaración jurada de la autenticidad de la tesis


Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco  
Facultad de Administración y Turismo  
Escuela Profesional de Turismo

### DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE LA TESIS

Yo, **Jessenia Wendy Pineda Quispe**, identificada con DNI N.º 70914593, egresada de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Administración y Turismo de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, **DECLARO BAJO JURAMENTO** que:

1. Soy autora del trabajo titulado: **"Desafíos operativos desde la perspectiva del personal en la implementación del tren temático de Paddington"**, presentado bajo la **modalidad de titulación por tesis**, con el propósito de optar por el **Título Profesional de Licenciada en Turismo**.
2. El presente trabajo de investigación es de mi **autoría original**, no ha sido comprado, encargado a terceros, ni ha sido objeto de plagio total o parcial.
3. No hemos efectuado **pago alguno al asesor(a) de tesis** por el acompañamiento académico brindado, más allá de lo que establecen las obligaciones institucionales de la UNSAAC.
4. Nuestro asesor(a) designado(a) ha realizado un **seguimiento académico y metodológico permanente**, garantizando la rigurosidad científica y la coherencia del proceso investigativo.
5. He utilizado las **Normas APA en su última versión** para citar y referenciar adecuadamente las fuentes consultadas, respetando en todo momento los derechos de autor.
6. Los **instrumentos de medición** empleados en la investigación fueron **validados por especialistas competentes**, garantizando su **pertinencia, relevancia y claridad** para los objetivos y alcance del estudio.
7. La información, datos, resultados, conclusiones y documentos presentados son **fidedignos, íntegros y no han sido manipulados, falsificados o distorsionados** para alterar la validez del estudio.
8. La tesis no ha sido publicada ni presentada anteriormente en ninguna otra institución de educación superior, ni en medios físicos o electrónicos.
9. Hemos cumplido con todas las disposiciones, reglamentos y normativas establecidas por la **Facultad de Administración y Turismo** y la **Escuela Profesional de Turismo** de la UNSAAC.
10. Asumimos la **responsabilidad académica, ética y legal** derivada de cualquier incumplimiento de lo declarado, incluyendo las consecuencias administrativas y pecuniarias que correspondan, así como los daños y perjuicios ocasionados a terceros, a la universidad o a la administración pública.

Cusco, 20 de agosto de 2025

<p><b>Firma del Tesista 1</b> Jessenia Wendy Pineda Quispe DNI N.º 70914593</p>	
---	---