

| | | | | |
|---|---|-------------------|--------------|----------|
|  | UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA | | | |
| | Documento | Código | Fecha | Revisión |
| FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO | F-AC-DBL-007 | 10-04-2012 | A | |
| Dependencia | Aprobado | | Pág. | |
| DIVISIÓN DE BIBLIOTECA | SUBDIRECTOR ACADEMICO | | i(73) | |

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

| | | | |
|---|--|------------------|-----------|
| AUTORES | CARLOS JOAQUIN WILLIAM OROZCO JESSICA PAOLA DE ARMAS ALCINA | | |
| FACULTAD | CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS | | |
| PLAN DE ESTUDIOS | ADMINISTRACION DE EMPRESAS | | |
| DIRECTOR | YUREIDY ALEJANDRA ORTEGA RODRIGUEZ | | |
| TÍTULO DE LA TESIS | DETERMINACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE PÚBLICO COLECTIVO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER | | |
| RESUMEN | | | |
| <p>EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER EL TRANSPORTE PÚBLICO DE SERVICIO COLECTIVO ES PRESTADO ACTUALMENTE POR TRES COOPERATIVAS LAS CUALES CUBREN LAS RUTAS O DESPACHOS ESTABLECIDAS LA SOCIEDAD DE TRANSITO DEL MUNICIPIO DE ACUERDO CON LO ESTABLECIDO EN EL DECRETO 1079 DE 2015 PARA LA SATISFACCIÓN DE LA NECESIDAD DE LA COMUNIDAD. EL PRESENTE TRABAJO EVALUO EL NIVEL DE CALIDAD Y PROPUSO UN PLAN DE MEJORAMIENTO PARA SATISFACER LAS NECESIDADES DE LOS USUARIOS.</p> | | | |
| CARACTERÍSTICAS | | | |
| PÁGINAS: | PLANOS: | ILUSTRACIONES:31 | CD-ROM: 1 |



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL, OCAÑA N. DE S.
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088
www.ufpso.edu.co



**DETERMINACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE TRANSPORTE
PÚBLICO COLECTIVO EN OCAÑA, NORTE DE SANTANDER**

AUTORES

**CARLOS JOAQUIN WILLIAM OROZCO
JESSICA PAOLA DE ARMAS ALCINA**

Trabajo de grado presentado para obtener el título de Administrador de Empresas

DIRECTOR

YUREIDY ALEJANDRA ORTEGA RODRIGUEZ

Administradora de Empresas

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Ocaña, Colombia

Agosto, 2017

Índice

| | |
|---|-----------|
| Capítulo 1. Determinación de la Calidad del Servicio de Transporte Público Colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 12 |
| 1.1 Planteamiento del Problema | 12 |
| 1.2 Formulación del Problema..... | 13 |
| 1.3 Objetivos | 13 |
| 1.3.1 Objetivo General | 13 |
| 1.3.2 Objetivos específicos | 13 |
| 1.4 Justificación | 13 |
| 1.5 Delimitaciones | 15 |
| 1.5.1 Operativa..... | 15 |
| 1.5.2 Conceptual. | 15 |
| 1.5.3 Geográfica..... | 15 |
| 1.5.4 Temporal..... | 15 |
| Capítulo 2. Marco Referencial..... | 16 |
| 2.1 Antecedentes | 16 |
| 2.2. Marco Teórico..... | 19 |
| 2.2.1 Poder y satisfacción del cliente..... | 19 |
| 2.2.2 La calidad en el servicio..... | 20 |
| 2.3 Marco Conceptual..... | 22 |
| 2.3.1 La Calidad en los Servicios..... | 22 |
| 2.3.2 Clases Sociales..... | 24 |
| 2.3.3 Clientes Objetivos | 24 |
| 2.3.4 Colectivos. | 24 |
| 2.3.5 Cultura..... | 24 |
| 2.3.6 Cultura Organizacional. | 24 |
| 2.3.7 Deseos..... | 24 |
| 2.3.8 Diferenciación..... | 24 |
| 2.3.9 Empresa..... | 24 |
| 2.3.10 Estrategia. | 25 |
| 2.3.11 Factores Competitivos..... | 25 |
| 2.3.12 Factores Geográficos..... | 25 |
| 2.3.13 Factores Sociales..... | 25 |
| 2.3.14 Factores Tecnológicos..... | 25 |
| 2.3.15 Fortalezas. | 25 |
| 2.3.16 Necesidades..... | 25 |
| 2.3.17 Oportunidades..... | 25 |
| 2.3.18 Posicionamiento..... | 25 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.19 Transporte | 25 |
| 2.3.20 Transporte Público..... | 26 |
| 2.3.21 Valor y Satisfacción..... | 26 |
| 2.3.22 Vehículo de Servicio Público..... | 26 |
| 2.4 Marco Legal | 26 |
| 2.4.1 Constitución Política de Colombia de 1991..... | 26 |
| 2.4.2 Código de Comercio. Contrato de Transporte | 30 |
| 2.4.3 Ley 105 de 1993 Disposiciones Básicas Sector Transporte..... | 30 |
| 2.4.4 Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, modificado por las Leyes 1005 de 2006 y 1383 y 1397 del 2010..... | 30 |
| 2.4.5 Ley 336 de 1996 Disposiciones Generales para los Modos de Transporte..... | 31 |
| 2.4.6 Decreto 170 de 2001 | 31 |
| 2.4.7 Decreto 1079 de 2015 | 32 |
| Capítulo 3. Diseño Metodológico | 33 |
| 3.1 Tipo De Investigación..... | 33 |
| 3.2 Población..... | 33 |
| 3.3 Muestra | 34 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información | 35 |
| 3.5 Procesamiento y análisis de información..... | 35 |
| Capítulo 4. Presentación de Resultados | 36 |
| 4.1 Identificar las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander. | 36 |
| 4.2 Evaluar la calidad del transporte público de servicio colectivo en el Municipio de Ocaña. | 48 |
| 4.3 Recomendar un plan de mejoramiento que permita la prestación de un servicio de transporte público de servicio colectivo de calidad acorde con las necesidades de sus usuarios. | 54 |
| Conclusiones | 61 |
| Recomendaciones | 63 |
| Referencias..... | 64 |
| Apéndices | 67 |

Lista de Tablas

| | |
|--|----|
| Tabla 1. Población por rango de edad..... | 34 |
| Tabla 2. Rango de edad de los usuarios del Transporte Publico servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 37 |
| Tabla 3. Sexo | 38 |
| Tabla 4. Estado Civil..... | 39 |
| Tabla 5 Profesión | 41 |
| Tabla 6. ¿Conoce Usted el Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo En La Ciudad de Ocaña?..... | 42 |
| Tabla 7. Frecuencia de uso del servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña | 43 |
| Tabla 8. Uso del Transporte Publico tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña..... | 44 |
| Tabla 9. Motivos para utilizar el servicio público de transporte publico tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 46 |
| Tabla 10. Recomendaciones de los usuarios del Transporte Publico tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander..... | 49 |
| Tabla 11. Percepción frente al valor del pasaje del transporte publico tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 50 |

Lista de Figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Rango de edad de los usuarios del Transporte Publico servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 37 |
| Figura 2. Sexo | 39 |
| Figura 3. Estado Civil | 40 |
| Figura 4. Profesión..... | 41 |
| Figura 5. ¿Conoce Usted el Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo En La Ciudad de Ocaña?..... | 42 |
| Figura 6. Frecuencia de uso del servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña | 44 |
| Figura 7. Uso del Transporte Publico tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña | 45 |
| Figura 8. Motivos para utilizar el servicio público de transporte publico tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander | 46 |
| Figura 9. Recomendaciones de los usuarios del Transporte Publico tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander..... | 49 |
| Figura 10, Percepción frente al valor del pasaje del transporte público tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 51 |

Lista de Apéndices

| | |
|--|----|
| Apéndice A. Encuesta a usuarios del servicio público de transporte tipo Colectivo en Ocaña, Norte de Santander..... | 68 |
| Apéndice B. Evidencia Fotográfica | 71 |

Introducción

El transporte en el mundo es el paso a la evolución del ser vivo, es el acercamiento al discernimiento y la ardua competencia contra el tiempo, el hombre siempre ha tenido la necesidad de moverse de un lugar a otro por la razón que a este lo impulse, ya como fuese en la antigüedad en busca del alimento, vivienda, protección o en la actualidad por negocios, estudios, comercio entre las miles actividades que el hombre ejerce a diario a través y gracias al transporte con el que contamos. Con esto retomo una frase que alguna vez leí “Los sueños son la meta y la imaginación, el transporte, la realidad y el punto de partida” (Rios, 2012)

En Colombia los sistemas de transporte no son los más eficientes ni eficaces, por falta de infraestructura, financiamiento, estudios, investigaciones y la propia cultura, pero a pesar de esto cuenta con sistemas terrestres, marítimos y aéreos adecuados para cumplir con esta demanda, que de igual manera logra hacer más fácil la vida de la población Colombiana. (Rios, 2012)

En la ciudad de Ocaña, Norte de Santander el servicio de transporte público es prestado actualmente por tres empresas que desde hace ya varios años han estructurado y consolidado en el mercado una organización de vehículos y rutas en busca de satisfacer las necesidades de sus usuarios. Sin embargo no solo la prestación del servicio es importante sino que este valla de la mano con todos los factores que contribuyen a la oferta de un servicio de calidad. Es por ello que la presente investigación se basó en la búsqueda por determinar la calidad del servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña.

Resumen

En Ocaña, Norte de Santander el transporte público de servicio colectivo es prestado actualmente por tres cooperativas las cuales cubren las rutas o despachos establecidas la Sociedad de tránsito del municipio de acuerdo con lo establecido en el Decreto 1079 de 2015 para la satisfacción de la necesidad de la comunidad.

Dichas cooperativas se esmeran por la prestación de un buen servicio de movilidad a través del transporte Colectivo, sin embargo hoy en día la evaluación sobre la calidad del servicio es vital para determinar indicadores de gestión y debilidades en la prestación del servicio. El trabajo investigativo que a continuación se presenta es un estudio para determinar la calidad de la prestación del servicio en la ciudad de Ocaña y se desarrolló a través de la implementación de tres objetivos específicos como Identificar las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander, Evaluar la calidad del transporte público de servicio colectivo en el Municipio de Ocaña y Recomendar un plan de mejoramiento que permita la prestación de un servicio de transporte público de servicio colectivo de calidad acorde con las necesidades de sus usuarios y una metodología cuantitativa con la aplicación del instrumento de investigación encuesta a 378 usuarios en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander.

Los resultados permitieron la caracterización de la población, la identificación de necesidades satisfechas como la movilización e insatisfechas, la evaluación de la calidad del servicio encontrando que para la mayoría de la población se encuentra en un nivel medio y que requiere de su fortalecimiento en aspectos como aumento de rutas, de paraderos, de buses, de mejor servicio por parte de los conductores y finalmente se presenta un plan de mejoramiento como recomendación a las empresas para mejorar la prestación del servicio.

Capítulo 1. Determinación de la Calidad del Servicio de Transporte Público Colectivo en Ocaña, Norte de Santander

1.1 Planteamiento del Problema

Uno de los sectores más dinámicos en Colombia es el transporte o movilidad, con la diversidad de empresas dedicadas a esta modalidad, las personas tienen la capacidad de optar por cualquiera de ellas. Pero los sistemas de transporte en Colombia no son los más eficientes ni eficaces, esto se debe por falta de infraestructura, financiamiento, estudios, investigaciones y la propia cultura de la ciudadanía, pero a pesar de esto cuenta con sistemas terrestres, marítimos y aéreos adecuados para cumplir con esta demanda, que de igual manera logra hacer más fácil la vida de la población colombiana.

En Ocaña, Norte de Santander el transporte público de servicio colectivo es prestado actualmente por tres cooperativas las cuales cubren las rutas o despachos establecidas la Sociedad de tránsito del municipio de acuerdo con lo establecido en el Decreto 1079 de 2015 para la satisfacción de la necesidad de la comunidad.

Dichas cooperativas se esmeran por la prestación de un buen servicio de movilidad a través del transporte Colectivo, pero surgen los siguientes interrogantes ¿cómo se presta este servicio? ¿Cómo lo perciben los usuarios? ¿Están cómodos con él? ¿O acaso no se sienten bien atendidos y buscan otras maneras de satisfacer su necesidad de desplazamiento? Y si se va más allá al indagar ¿Cómo se sienten las personas en este cada vez que lo usan?, ¿Qué creen de él?, ¿Les gusta o no?, si les gusta, ¿Qué es lo que más les gusta? y si no, pues ¿Qué es lo que les causa molestia del mismo? ¿Están satisfechos con él?

De esta forma, en busca de dar respuesta a estos interrogantes el presente proyecto de investigación trabajara para determinar la calidad y la pertinencia del servicio de transporte

tipo colectivo prestado en Ocaña por las empresas legalmente constituidas e identificar las necesidades insatisfechas para finalmente emitir recomendaciones de acuerdo con los resultados obtenidos con el desarrollo de la investigación.

1.2 Formulación del Problema

¿Las cooperativas de transporte público de servicio colectivo prestan con calidad dicho servicio?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la calidad del servicio público de transporte en Ocaña, Norte de Santander

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander.

Evaluar la calidad del transporte público de servicio colectivo en el Municipio de Ocaña.

Recomendar un plan de mejoramiento que permita la prestación de un servicio de transporte público de servicio colectivo de calidad acorde con las necesidades de sus usuarios.

1.4 Justificación

El transporte sostenible surgió de la necesidad de asegurar la movilidad, disminuir la contaminación por emisiones atmosféricas y ruido y lograr ciudades amables para sus

habitantes. Con esta perspectiva el transporte público colectivo urbano tiene una alta importancia y la manera como se lo presta en calidad de servicio es esencial, pues si ésta es adecuada por parte de las empresas se incentivará su uso.

En Colombia solo hasta finales del siglo XIX, en Bogotá, se autorizó a una compañía norteamericana para operar un conjunto de tranvías tirados por caballos. Años después el servicio fue asumido por la municipalidad mediante un sistema eléctrico que operó hasta 1948 debido a su destrucción por la violencia social de la época. En 1950 se inició el servicio formal de autobuses que fue reglamentado durante esa década, lo que impulsó la creación de algunas empresas de transporte

En Ocaña, este servicio ha ido en aumento con el desarrollo de la ciudad y con las necesidades de los pobladores. Actualmente tres empresas prestan el servicio público de transporte tipo colectivo, pero es constante entre los usuarios evidenciar la necesidad de mejorar la prestación de servicio. De esta forma el presente trabajo de investigación se enfocará en determinar la calidad y la pertinencia de este servicio en Ocaña y culminar con la realización de un plan de mejoramiento de acuerdo con la percepción de los usuarios que permita satisfacer las necesidades del cliente y el aumento de los ingresos de los oferentes.

El interés por estudiar la percepción de los usuarios acerca de la calidad del servicio prestado por las empresas de transporte público tipo colectivo debe estar impreso en la identidad de cada una de estas, con el fin de realizar un proceso de mejoramiento continuo en los diferentes elementos que la prestación de este servicio involucra, como lo son vehículos, conductores, tarifas, sistemas de recaudo, frecuencias, rutas y elementos anexos pero obligatoriamente inmersos en el sistema como la infraestructura vial y paraderos

1.5 Delimitaciones

1.5.1 Operativa. Se pueden presentar obstáculos en dicho proceso, debido al suministro de información errónea. Y a la omisión de la misma por parte de la población en Ocaña Norte de Santander. Éstos inconvenientes se manejarán con el respectivo director de la presente propuesta.

1.5.2 Conceptual. En la presente investigación se manejará los siguientes conceptos: Prestación de servicios, servicio de transporte público, movilidad, plan de mejoramiento, necesidades de los usuarios, calidad y pertinencia.

1.5.3 Geográfica. El proyecto se desarrollará en la Ciudad de Ocaña Norte de Santander.

1.5.4 Temporal. El tiempo estipulado para la realización de la propuesta es de 8 semanas contado a partir de la aprobación del proyecto de grado.

Capítulo 2. Marco Referencial

2.1 Antecedentes

“El transporte terrestre cronológicamente se origina con el carro tirado por bueyes, que consistía en un carro de dos ruedas macizo tirado por dos mamíferos, fue el primer medio de transporte terrestre inventado por el ser humano, para esta misma época también se utilizaron los carros tirados por asnos y en la india usaron camellos para este mismo fin” . El segundo medio fue del tren a vapor, que fue construido por el británico Richard Trevithick en 1803 y en 1825 se inaugura en Inglaterra la primera línea pública de ferrocarril para transporte de viajeros, generalmente los viajeros de segunda y tercera clase viajaban descubiertos. “El tercer medio en aparecer fue la bicicleta; en 1839 se conoció la bicicleta equipada con pedales que accionaba la rueda posterior, sin embargo hasta 1861 Pierre Michaux, ideó el accionamiento de la rueda frontal y en 1866 Michaux construyó un taller para fabricar bicicletas metálicas con pedales que llamo “Michaulinas”. El siguiente transporte fue el coche de gasolina de seis cilindros; a finales del siglo XIX se inventaron los primeros automóviles de motores de gasolina, y por último el tren de velocidad, que se inicia 1964 cuando los japoneses dan paso a la era de la “alta Velocidad” con la inauguración del “tren bala”. (Rios, 2012)

En América los orígenes del transporte vienen con el descubrimiento y colonización “La llegada de españoles y portugueses, produjo grandes cambios en los medios de transporte en el continente. Cuando apenas terminaba el renacimiento, el principal medio tecnológico para el transporte fue la carabela, primera nave capaz de salir de los mares para entrar a los océanos, lo que hizo posible esta conquista y las grandes colonizaciones a partir del siglo XVI. Además, del encuentro con Europa, América recibe el aporte del caballo y del buey, medios definitivos para el transporte de arriería. En Colombia, por la red de caminos andinos los pueblos indígenas trasladaban personas, bienes y mercancías a pie y en la espalda, utilizando extensos caminos, puentes de cuerdas y canoas o balsas de madera. El río Magdalena, la principal arteria fluvial del país en su momento, se convirtió en la principal ruta del comercio americano y en la puerta de entrada al nuevo mundo, lo que se suma a su importancia dentro de la historia social y cultural de Colombia. La revolución en el transporte expresada en ferrocarriles y barcos de vapor, se inicia en el país con el ferrocarril de Panamá, el primero en Colombia y cuya construcción se remonta a 1828, y con la navegación a vapor por el Magdalena, autorizada en 1823, y que tarda hasta la década de los años 30 para lograr algunos méritos, aunque su regularización sólo se presentará en la década de 1880, cuando los ferrocarriles empalmen las zonas de montaña con un medio fluvial en el Magdalena, que emplee naves de tamaño más adecuado y dotadas de mejores desarrollos tecnológicos. Así se generará un flujo de carga hacia y desde los mares, desde las zonas manufactureras, centros poblados de relevancia y zonas agrícolas exportadoras. A partir de la crisis económica causada por la recesión del año 1929, se decide fomentar la explosión del transporte carretero, entre cabeceras urbanas. Este nuevo medio en Colombia, facilita trasladar los beneficios del café,

a la economía del campo: además del puesto de salud, el acueducto, la electricidad y la escuela, se abren las vías rurales para el jeep “Willy” y la “Chiva”. Como consecuencia de factores asociados a la primera guerra mundial, en 1920 inicia operaciones la aviación comercial en Colombia con la Sociedad Colombo Alemana de Transporte Aéreo “Scadta”. Se reduce de 2 semanas a 10 horas el tiempo de viaje entre Barranquilla y Bogotá. Como consecuencia de la segunda guerra y atendiendo la seguridad del Canal de Panamá, se cierra Scadta y nace Aerovías Nacionales de Colombia “Avianca”, en 1940.”. (Rios, 2012)

El desarrollo y crecimiento de un país se encuentra estrictamente relacionado con la calidad y eficiencia de los servicios de transporte y de la infraestructura y como bien se sabe los países desarrollados cuentan con la infraestructura adecuada lo que hace que sus economías se muevan al ritmo de la evolución de sus medios de transporte, de aquí radica la importancia del transporte en el mundo y el avance del hombre a través de la historia. “En Colombia se ha tenido grandes avances en el sector transporte, la creación del Ministerio de Obras Públicas en 1905 fue un gran paso en la planeación del sector, y la posterior modificación en 1992 al constituirse como Ministerio de Transporte, son la respuesta a las necesidades y prioridades en materia de infraestructura y transporte del progreso en el país. Pero no solo el marco institucional ha evolucionado, las cifras reflejan un panorama cada vez más amplio del sector, cuya evolución ha sido orientada a la competitividad del país y su fortalecimiento como eje vital de la economía nacional. En Colombia se ha venido extendiendo notablemente la competitividad como eje importante en el desarrollo económico de un país. Para el año 2009, según el Banco Mundial en su publicación del Doing Business, el país pasó de la posición 66 en el año 2008 a 53 en el 24 año 2009, subió 13 puestos, producto entre otros factores de la mejor percepción en la posición en comercio transfronterizo” (Rios, 2012)

“En Colombia el río Magdalena, la principal arteria fluvial del país, se convirtió en la principal ruta del comercio americano y en la puerta de entrada al nuevo mundo. La

revolución en el transporte expresada en ferrocarriles y barcos de vapor, se inicia en el país con el ferrocarril de Panamá, el primero en Colombia y cuya construcción se remonta a 1828”. (Sanchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa, 2016)

Luego, se da el advenimiento de los ferrocarriles de la segunda mitad del siglo XIX, como el Ferrocarril de Antioquia de 1875 obra del cubano Francisco Javier Cisneros. El Ferrocarril del Pacifico, que también emprende Cisneros en 1884. El Ferrocarril (FFCC) de la Sabana que permitirá unir a Bogotá con el río Magdalena en Puerto Salgar y Girardot, se inicia en 1882 y llega a Facatativá en 1889. Esta es obra de los colombianos Indalecio Liévano y Juan Nepomuceno González Vásquez. A partir de la crisis económica causada por la recesión del año 1929, se decide fomentar la explosión del transporte carretero, además del puesto de salud, el acueducto, la electricidad y la escuela, se abren las vías rurales para el Willys y la “Chiva”. (Sanchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa, 2016)

“Como consecuencia de factores asociados a la primera guerra mundial, en 1920 inicia operaciones la aviación comercial en Colombia con la Sociedad Colombo Alemana de Transporte Aéreo “Scadta”. Se reduce de 2 semanas a 10 horas el tiempo de viaje entre Barranquilla y Bogotá. Como consecuencia de la segunda guerra y atendiendo la seguridad del Canal de Panamá, se cierra Scadta y nace Aerovías Nacionales de Colombia “Avianca”, en 1940. Las grandes ciudades han crecido considerablemente en el último siglo, tanto en tamaño como en población. Del mismo modo el transporte terrestre se desarrolló junto con el crecimiento de las enormes áreas metropolitanas, lo cual ha generado la implementación del transporte colectivo, para trasladar a las personas desde sus hogares hasta los centros industriales o comerciales y turísticos”. (Sanchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa, 2016)

La ciudad de Ocaña cuenta con empresas transportadoras de servicio público, como lo son Cootransunidos, Cootranshacaritama, Cootransurbanos y Cootranserpic. Estas cooperativas son creadas en la ciudad, algunas desde hace más de treinta años. De éstas, las empresas que manejan el servicio público urbano son Cootranshacaritama, Cootransurbanos y Cootranserpic, las cuales tienen sus rutas de acuerdo a lo estipulado por la secretaria de transporte. (Sanchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa, 2016)

2.2. Marco Teórico

2.2.1 Poder y satisfacción del cliente

En épocas tan tecnológicas por las que se atraviesan actualmente, los clientes son más exigentes y cuidadosos a la hora de comprar, lo cual indica que el consumidor estará más atento a los precios, y es él quien decide adquirir o no el producto o servicio. Muchas empresas dicen que el cliente es el número uno, pero son pocas empresas las que en realidad lo aplican. En general se puede observar como las compañías desatienden muchos factores mínimos pero en el momento de la verdad con el usuario son estos detalles tales como la recepción tardía de las llamadas, el hacer esperar al cliente, la muestra de desatención, la falta de cortesía, dar información de manera incorrecta es lo que impulsa al cliente a buscar un mejor servicio, y la globalización y las empresas más preparadas están dispuestas a ofrecer y brindarlo a través de un buen servicio. Según Kotler las empresas serias y que si consideran al cliente el número UNO deben realizar varios pasos. (Rios, 2012)

Deben llevar un registro del nivel de satisfacción de sus clientes, en relación con el de sus clientes de sus competidores;

Deben desarrollar mapas que muestren todos los puntos de interacción entre su personal y sus clientes, especialmente los puntos de ruptura o desacuerdo con el cliente;

Deben introducir un programa de capacitación fuerte para cultivar actitudes positivas en el personal, incluyendo incidentes críticos y “juego de roles”

Deben supervisar continuamente los niveles de satisfacción del cliente, de manera que se puedan notar los avances y detectar los problemas. (Kotler, 2005)

2.2.2 La calidad en el servicio

Se define calidad como “las cualidades y atributos que definen el ser o esencia de una persona, cosa o situación. La mayor o menor calidad establecen la composición del objeto respecto al modelo ideal. Un producto de mala calidad es aquel que no reúne las características propias de su género” La calidad es un concepto que ha cobrado gran importancia en los últimos tiempos, actualmente las empresas intentan trabajar con la consigna “cero errores” o prevenirlos desde el principio utilizando el término “calidad total”, que sólo ha pretendido que éstas ganen mayor competitividad en sus productos y servicios, logrando así clientes satisfechos, dispuestos a decidir qué es lo que realmente quieren, prefieren y necesitan, además de obtener nuevas estrategias de perfección para llegar a éstos. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

Al momento de evaluar la calidad en el servicio, los clientes tienen, según Víctor Quijano, en cuenta los siguientes aspectos:

Elementos tangibles: se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.) una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa. Es importante mencionar que los

aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación comercial con la empresa, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva a comprar. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

Cumplimiento de promesa: significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Es decir, que si se prometió entregar un pedido a su cliente el viernes a las 8 de la mañana, se deberá cumplir. Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio. El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que motiva a un cliente a volver a adquirir un servicio. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

Actitud de servicio: con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición de quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

Competencia del personal: el cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar con sus conocimientos cuando usted le pida orientación. Muchos clientes ven lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas, si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

Empatía: aunque la mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente, se ha obtenido de parte de los clientes que evalúan este rubro de razonamientos, de acuerdo con tres aspectos diferentes que son:

- **Facilidad de contacto:** facilidad para llegar al negocio. Contacto con el vendedor o empleado en el momento en que el cliente lo requiere. Líneas telefónicas, una buena flota de buses disponibles. Esto evita la molestia del cliente cuando al llamar a los vendedores o empleados sus números telefónicos son de los que siempre están ocupados o de los que nunca contestan y cuando contestan, el cliente no puede encontrar buses con disponibilidad para viajar. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

- **Gustos y necesidades:** el cliente desea ser tratado como si fuera único, que le brindemos los servicios que necesita en las condiciones más adecuadas para él y que les ofrezca algo adicional que necesite; esto es, superar sus expectativas. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

La calidad es un factor clave ya que de ésta van a depender muchas variables dentro de la organización, las cuales si no se controlan afectarán la fidelidad de los clientes y por esto último emigrarían a la competencia. (Leòn Paolomo, j. & Pitalua Pinedo, E., 2011)

2.3 Marco Conceptual

2.3.1 La Calidad en los Servicios. Desde tiempos remotos se ha entendido que la filosofía y las técnicas de calidad solo eran aplicables a empresas industriales. Pero desde siempre han existido organizaciones que se han distinguido de la competencia por una mejor política de servicios que los ha llevado a conseguir una ventaja diferencial en el mercado.

Actualmente, por el alto nivel de vida que ha alcanzado la humanidad, los servicios se han desarrollado abarcando grandes esferas. (Cedeño Millares, R.D. & Carcacés Domínguez, J.)

El servicio es un proceso cuya finalidad es la plena satisfacción del cliente la cual será medida de inicio a fin, independientemente de los aspectos meramente materiales, la gestión de compra, operaciones y el funcionamiento de los factores que interactúan en el proceso. (Cedeño Millares, R.D. & Carcacés Domínguez, J.)

Johnston, (1997) expresa que en las empresas de prestación de servicios existe la calidad de los productos, es decir, la calidad de los tangibles que serían las anexiones que son provistas para el uso o consumo del cliente en el sistema. También hace referencia a la calidad de los intangibles, que sería la forma en que se ofrece el servicio y el trato que se le da al cliente. Por lo visto, este autor integra los dos aspectos para definir dicho constructo. (Cedeño Millares, R.D. & Carcacés Domínguez, J.)

La calidad en la prestación de servicios interrelaciona aspectos comunes de la propia actividad, de orden económico, técnico-organizativo, socio-cultural y socio-psicológico. Existen elementos que interactúan en el proceso de prestación del servicio como son: los humanos, representados por los miembros del colectivo de trabajo que atiende a los usuarios; de organización, descritos por aspectos dinámicos cualitativos de la organización (procedimientos, turnos, vías, métodos de trabajo, etc.); de ambiente, formulados por condiciones físicas, higiénicas y estéticas. (Cedeño Millares, R.D. & Carcacés Domínguez, J.)

2.3.2 Clases Sociales. Divisiones relativamente permanentes y ordenadas de una sociedad, cuyos miembros comparten valores, intereses y conductas similares.

(www.facetvirtual.unt.edu.ar)

2.3.3 Clientes Objetivos. Son los consumidores al que el producto va dirigido. (Rios, 2012)

2.3.4 Colectivos. Carros de tamaño mediano que se dedican al transporte de pasajeros, con una capacidad de movilidad de 12 personas. (Rios, 2012)

2.3.5 Cultura. Conjunto de valores, percepciones, deseos y comportamientos básicos que un miembro de la sociedad aprende de su familia y otras instituciones importantes. (Kloter, P & Armstrong, G., 2001)

2.3.6 Cultura Organizacional. Patrón general de la conducta, creencias y valores compartidos por los miembros de una organización. (Henry Jesús Mendoza Pacheco & otros)

2.3.7 Deseos. Fuerte inclinación que surge de querer conseguir algo para su satisfacción. (Rios, 2012)

2.3.8 Diferenciación. Incluye la capacidad de desarrollar y entregar productos con mayor rapidez, de ganar a través del mejor diseño y estilo de productos, aumentar la oferta con más beneficios y construir una relación redituable a largo plazo con los clientes, (familiarizarse más con el cliente). (Rios, 2012)

2.3.9 Empresa. Organismo creado con una finalidad lucrativa que se encamine al servicio de la población, generando beneficios mutuos tanto económicos como sociales o personales. (Rios, 2012)

2.3.10 Estrategia. Son las acciones que se deben tomar y realizar para lograr a través de ellas el cumplimiento de los objetivos de la organización. (www.gestiopolis.com, s.f.)

2.3.11 Factores Competitivos. Son elementos que determina la competencia, el producto o/y servicio. El mercado, la calidad y todo aquello que sirva de referencia comparativa con los competidores. (Rios, 2012)

2.3.12 Factores Geográficos. Relativo a la ubicación espacio temporal. (Rios, 2012)

2.3.13 Factores Sociales. Relacionado a las preferencias y modos de vida de la gente, incluyendo valores, educación, salud, empleo, seguridad, creencias y cultura. (Rios, 2012)

2.3.14 Factores Tecnológicos. Enfocado al desarrollo de la maquinaria, herramientas tecnológicas y materiales involucrados en los procesos. (Rios, 2012)

2.3.15 Fortalezas. Particularidades internas de la compañía que contribuyen al apoyo y al logro de los objetivos. (Rios, 2012)

2.3.16 Necesidades. Carencia y escasez de bienes y servicios que el ser humano desea adquirir para poder sobre sobrevivir. (Rios, 2012)

2.3.17 Oportunidades. Son los hechos o tendencias que se generan en el entorno de la compañía, que podrían beneficiar el desarrollo de la misma si son aprovechados de manera oportuna y adecuada. (Rios, 2012)

2.3.18 Posicionamiento. Es el lugar que puede ocupar el recuerdo de una marca en la mente del consumidor y que logra alinear al consumidor por elegir esta. (Rios, 2012)

2.3.19 Transporte. Es el acarreo de personas, animales o cosas de un punto a otro a través un medio físico. (Art. 2, Dec. 1809 de 1990). (Rios, 2012)

2.3.20 Transporte Público. El transporte público es una industria encaminada a garantizar la movilización de personas o cosas por medio de vehículos apropiados a cada una de las infraestructuras del sector, en condiciones de libertad de acceso, calidad y seguridad de los usuarios, sujeto a una contraprestación económica. (RESOLUCIÓN 0001069 , 2015)

2.3.21 Valor y Satisfacción. Es la reunión de todos los beneficios que brinda una empresa a sus consumidores de viene o servicios y que logra satisfacerlos plenamente. (Rios, 2012)

2.3.22 Vehículo de Servicio Público. Todo aparato montado sobre ruedas que permite el transporte de personas; animales o cosas de un punto a otro por vía terrestre pública o privada abierta al público. (Art. 2, Dec. 1809 de 1990). (Rios, 2012)

2.4 Marco Legal

2.4.1 Constitución Política de Colombia de 1991.

Artículo 1. Colombia es un Estado social de derecho, organizado en forma de República unitaria, descentralizada, con autonomía de sus entidades territoriales, democrática, participativa y pluralista, fundada en el respeto de la dignidad humana, en el trabajo y la solidaridad de las personas que la integran y en la prevalencia del interés general. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 56. Se garantiza el derecho de huelga, salvo en los servicios públicos esenciales definidos por el legislador.

La ley reglamentará este derecho.

Una comisión permanente integrada por el Gobierno, por representantes de los empleadores y de los trabajadores, fomentará las buenas relaciones laborales, contribuirá a la solución de los conflictos colectivos de trabajo y concertará las políticas salariales y laborales. La ley reglamentará su composición y funcionamiento. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 58. Modificado Acto Legislativo 01 de 1999, Artículo 1º. Se garantizan la propiedad privada y los demás derechos adquiridos con arreglo a las leyes civiles, los cuales no pueden ser desconocidos ni vulnerados por leyes posteriores. Cuando de la aplicación de una ley expedida por motivos de utilidad pública o interés social, resultare en conflicto los derechos de los particulares con la necesidad por ella reconocida, el interés privado deberá ceder al interés público o social.

La propiedad es una función social que implica obligaciones. Como tal, le es inherente una función ecológica.

El Estado protegerá y promoverá las formas asociativas y solidarias de propiedad.

Por motivos de utilidad pública o interés social definidos por el legislador, podrá haber expropiación mediante sentencia judicial e indemnización previa. Este se fijará consultando los intereses de la comunidad y del afectado. En los casos que determine el legislador, dicha expropiación podrá adelantarse por vía administrativa, sujeta a posterior acción contenciosa-administrativa, incluso respecto del precio. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 333. La actividad económica y la iniciativa privada son libres, dentro de los límites del bien común. Para su ejercicio, nadie podrá exigir permisos previos ni requisitos, sin autorización de la ley.

La libre competencia económica es un derecho de todos que supone responsabilidades.

La empresa, como base del desarrollo, tiene una función social que implica obligaciones. El Estado fortalecerá las organizaciones solidarias y estimulará el desarrollo empresarial.

El Estado, por mandato de la ley, impedirá que se obstruya o se restrinja la libertad económica y evitará o controlará cualquier abuso que personas o empresas hagan de su posición dominante en el mercado nacional.

La ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la Nación. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 334. La dirección general de la economía estará a cargo del Estado. Este intervendrá, por mandato de la ley, en la explotación de los recursos naturales, en el uso del suelo, en la producción, distribución, utilización y consumo de los bienes, y en los servicios públicos y privados, para racionalizar la economía con el fin de conseguir el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes, la distribución equitativa de las oportunidades y los beneficios del desarrollo y la preservación de un ambiente sano.

El Estado, de manera especial, intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y asegurar que todas las personas, en particular las de menores ingresos, tengan acceso efectivo a los bienes y servicios básicos. También para promover la productividad y la competitividad y el desarrollo armónico de las regiones. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 336. Ningún monopolio podrá establecerse sino como arbitrio rentístico, con una finalidad de interés público o social y en virtud de la ley.

La ley que establezca un monopolio no podrá aplicarse antes de que hayan sido plenamente indemnizados los individuos que en virtud de ella deban quedar privados del ejercicio de una actividad económica lícita.

La organización, administración, control y explotación de los monopolios rentísticos estarán sometidos a un régimen propio, fijado por la ley de iniciativa gubernamental.

Las rentas obtenidas en el ejercicio de los monopolios de suerte y azar estarán destinadas exclusivamente a los servicios de salud.

Las rentas obtenidas en el ejercicio del monopolio de licores, estarán destinadas preferentemente a los servicios de salud y educación.

La evasión fiscal en materia de rentas provenientes de monopolios rentísticos será sancionada penalmente en los términos que establezca la ley.

El Gobierno enajenará o liquidará las empresas monopolísticas del Estado y otorgará a terceros el desarrollo de su actividad cuando no cumplan los requisitos de eficiencia, en los términos que determine la ley.

En cualquier caso se respetarán los derechos adquiridos por los trabajadores.

(Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

Artículo 365. Los servicios públicos son inherentes a la finalidad social del Estado. Es deber del Estado asegurar su prestación eficiente a todos los habitantes del territorio nacional.

Los servicios públicos estarán sometidos al régimen jurídico que fije la ley, podrán ser prestados por el Estado, directa o indirectamente, por comunidades organizadas, o por particulares. En todo caso, el Estado mantendrá la regulación, el control y la vigilancia de dichos servicios. Si por razones de soberanía o de interés social, el Estado, mediante ley

aprobada por la mayoría de los miembros de una y otra cámara, por iniciativa del Gobierno decide reservarse determinadas actividades estratégicas o servicios públicos, deberá indemnizar previa y plenamente a las personas que en virtud de dicha ley, queden privadas del ejercicio de una actividad lícita. (Asamblea Nacional Constituyente , 1991)

2.4.2 Código de Comercio. Contrato de Transporte

Artículo 1°. Definición y Perfeccionamiento, El transporte es un contrato por medio del cual una de las partes se obliga para con la otra, a cambio de un precio, a conducir de un lugar a otro, por determinado medio y en el plazo fijado, personas o cosas y a entregar éstas al destinatario. El contrato de transporte se perfecciona por el solo acuerdo de las partes y se prueba conforme a las reglas legales. En el evento en que el contrato o alguna de sus cláusulas sean ineficaces y se hayan ejecutado prestaciones, se podrá solicitar la intervención del juez a fin de que impida que una parte se enriquezca a expensas de la otra. (Congreso de la Republica , 1971)

2.4.3 Ley 105 de 1993 Disposiciones Básicas Sector Transporte

Por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones. (Ley 105, 1993)

2.4.4 Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, modificado por las Leyes 1005 de 2006 y 1383 y 1397 del 2010

Por medio de la cual se adopta el Código Nacional de Tránsito Terrestre, tiene como fin regular la circulación de los peatones, usuarios, pasajeros, conductores, motociclistas, ciclistas, agentes de tránsito (en términos generales lo que ha de englobarse dentro del

concepto de actores del tránsito) y vehículos por las vías públicas y ciertas vías privadas.
(Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito, 2002)

2.4.5 Ley 336 de 1996 Disposiciones Generales para los Modos de Transporte

Artículo 1º-La presente ley tiene por objeto unificar los principios y los criterios que servirán de fundamento para la regulación y reglamentación del transporte público aéreo, marítimo, fluvial, férreo, masivo y terrestre y su operación en el territorio nacional, de conformidad con la Ley 105 de 1993, y con las normas que la modifiquen o sustituyan.

Artículo 2º- La seguridad especialmente la relacionada con la protección de los usuarios, constituye prioridad esencial en la actividad del sector y del sistema de transporte.

Artículo 3º- Reglamentado por el Decreto Nacional 3083 de 2007. Para los efectos pertinentes, en la regulación del transporte público las autoridades competentes exigirán y verificarán las condiciones de seguridad, comodidad y accesibilidad requeridas para garantizarles a los habitantes la eficiente prestación del servicio básico y de los demás niveles que se establezcan al interior de cada modo, dándole la prioridad a la utilización de medios de transporte masivo. En todo caso, el Estado regulará y vigilará la industria del transporte en los términos previstos en los artículos 333 y 334 de la Constitución Política. (Congreso de la Republica , 1996)

2.4.6 Decreto 170 de 2001

El presente decreto tiene como objeto reglamentar la habilitación de las empresas de transporte público colectivo terrestre automotor de pasajeros del radio de acción metropolitano, distrital y/o municipal y la prestación por parte de éstas, de un servicio

eficiente, seguro, oportuno y económico, bajo los criterios básicos de cumplimiento de los principios rectores del transporte. (Decreto 170 , 2001)

2.4.7 Decreto 1079 de 2015

El Gobierno Nacional, a través del Ministerio de Transporte, debe velar por la regulación económica y por la formulación y adopción de políticas, planes y programas en materia de transporte, tránsito e infraestructura, el Presidente de la Republica en ejercicio de su facultad reglamentaria, expidió el *Decreto Único reglamentario del Sector Transporte*, cuyo objeto es la compilación orgánica y sistematizada de la normatividad emitida por el Gobierno Nacional. (Decreto 1079, 2015)

Capítulo 3. Diseño Metodológico

3.1 Tipo De Investigación

La Investigación analítica-descriptiva busca detallar características, actitudes predominantes de los usuarios frente a su opinión relacionada a la calidad del servicio, las preferencias y su aceptación dentro del mercado y detectar las oportunidades que pueden beneficiar la empresa y las amenazas que debe evitar la misma. (Sanchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa, 2016)

Ante dicha descripción el proyecto de investigación se realizó con los parámetros establecidos bajo la investigación descriptiva, porque su metodología permite recaudar información básica del proyecto, en busca de desarrollar los objetivos específicos planteados y determinar la Calidad del Servicio de Transporte Público Tipo Colectivo en Ocaña, Norte de Santander

3.2 Población

La población del proyecto estuvo conformada por los usuarios del transporte público urbano tipo colectivo en la ciudad de Ocaña, Norte de Santander (CARRASCAL, 2016). Esta información se obtuvo a través del Plan de Desarrollo 2016-2019. De acuerdo con el rango de edad el SISBEN proporciona la siguiente información:

Tabla 1.*Población por rango de edad*

| Población por rango de edad | |
|-----------------------------|---------------|
| 18 a 20 años | 5.825 |
| 21 a 30 años | 16.898 |
| 31 a 40 años | 13.866 |
| 41 a 50 años | 11.352 |
| 51 a 60 años | 8.556 |
| 61 y +: | 8.882 |
| Total | 65.379 |

Nota fuente: (CARRASCAL, 2016)

3.3 Muestra

n = muestra

N = población dada en el estudio = 65.379

Zc = Indicador de confianza = 95% = 1.96

p = Proporción de aceptación = 50% = 0.5

q = Proporción de rechazo = 50% = 0.5

E = Error poblacional dispuesto a asumir = 6% = 0.06

$$n = \frac{N * (Zc)^2 * p * q}{E^2}$$

$$N - 1 * (E)^2 + (Zc)^2 * p * q$$

$$n = \frac{65.379 * (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}{0.06^2}$$

$$65.379 - 1 * (0.05)^2 + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 378$$

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información

Se utilizó como instrumento el cuestionario considerando que es la mejor alternativa para recaudar la información necesaria, así como la necesidad de conocer estadísticas sobre la pertinencia y calidad del transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña. La aplicación se dará mediante el instrumento de cuestionario, dirigido a los usuarios del transporte público de Ocaña desde la edad de 18 años.

De la misma forma se aplicó la técnica de análisis documental la cual es requerida para elaborar el marco referencial (histórico, conceptual y legal).

3.5 Procesamiento y análisis de información

La información recolectada mediante la técnica utilizada se analizó cuantitativamente, a través del conteo de respuestas y la respectiva tabulación; asimismo, se interpretó cualitativamente, mediante la descripción de los posibles variables incidentes en cada uno de los interrogantes efectuados.

Capítulo 4. Presentación de Resultados

El transporte sostenible surgió de la necesidad de asegurar la movilidad, disminuir la contaminación por emisiones atmosféricas y ruido y lograr ciudades amables para sus habitantes. Con esta perspectiva el transporte público colectivo tiene una alta importancia y la manera como se lo presta en calidad de servicio es esencial, pues si ésta es adecuada por parte de las empresas se incentivará su uso.

En Ocaña, Norte de Santander este servicio ha ido en aumento con el desarrollo de la ciudad y con las necesidades de los pobladores. Actualmente tres empresas prestan el servicio público de transporte tipo colectivo y es de esta forma que el presente trabajo investigativo ha determinado a través de los siguientes objetivos la calidad del servicio público de transporte en Ocaña, Norte de Santander”.

A continuación se desarrollara cada uno de los objetivos planteados en busca de dar respuesta a la formulación de la investigación:

4.1 Identificar las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander.

De acuerdo con los objetivos planteados se dio inicio al desarrollo de la investigación identificando las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuario del servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña. De esta manera se dio aplicación al instrumento de investigación denominado encuesta obteniendo la siguiente caracterización de los usuarios.

Inicialmente se indago con los usuarios frente al rango de edad para de esta forma caracterizar los usuarios que más utilizan este medio de transporte.

Tabla 2.

Rango de edad de los usuarios del Transporte Publico servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

| Rango de Edad | Porcentaje | Frecuencia |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| 18 a 20 años | 62% | 236 |
| 21 a 30 años | 15% | 58 |
| 31 a 40 años | 4% | 17 |
| 41 a 50 años | 7% | 26 |
| 51 a 60 años | 5% | 18 |
| Mayor de 60 años | 6% | 23 |
| Total general | 100% | 378 |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

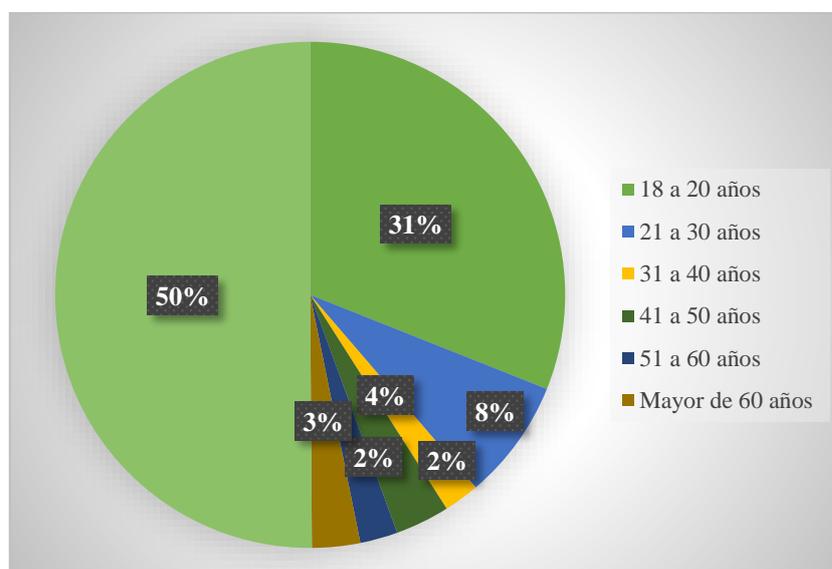


Figura 1. Rango de edad de los usuarios del Transporte Publico servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Evidencian los resultados de acuerdo con la **Tabla 2** que en Ocaña en un 62% los usuarios que más utilizan el servicio de transporte público tipo colectivo tiene un rango de edad entre 18 a 20 años. De los mismos usuarios el 15 % presenta una edad de 21 a 30 años. Tan solo el 4% oscila entre la edad de 31 a 40 años. Para el rango de 41 a 50 años se encuentra un 7% y para la edad de 51 a 60 solo el 5%. Finalmente el 6 % de la población encuestada se encuentra en el rango de mayor de 60 años.

Dentro de la caracterización de la población encuesta también se determinó la variable del sexo. Encontrado de esta forma que actualmente en Ocaña son las mujeres las que más utilizan el medio de transporte público tipo colectivo. A continuación la **tabla 3** muestra los resultados.

De esta manera se evidencia que de los 378 usuarios encuestados el 66% pertenece al sexo femenino y el 34% al sexo masculino.

Tabla 3.

Sexo

| Sexo | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Femenino | 248 | 66% |
| Masculino | 130 | 34% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

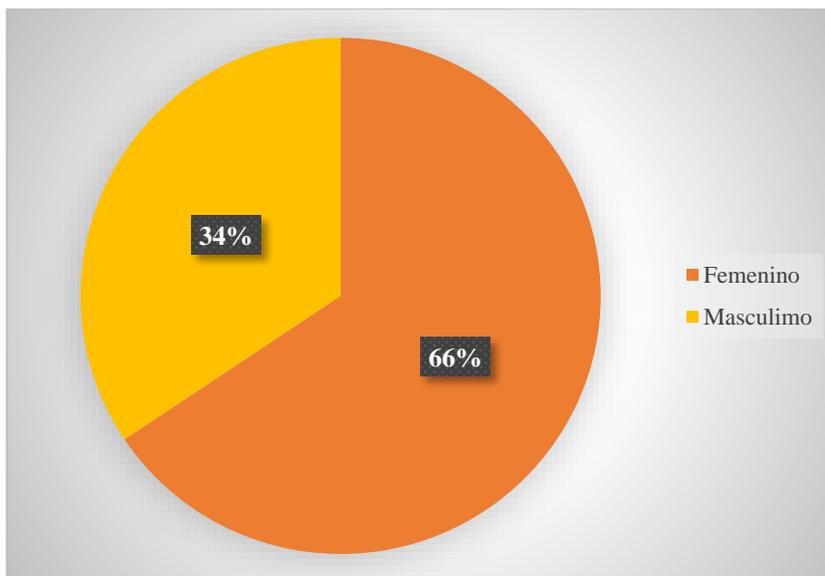


Figura 2. Sexo

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Ahora dentro del mismo trabajo de identificación y caracterización de la población para evidenciar sus necesidades el estado civil fue determinante para de esta forma percibir su relación con la usabilidad del transporte público y su percepción frente a la calidad del servicio. Como resultados se obtuvo la siguiente muestra estadística:

Tabla 4.

Estado Civil

| Estado civil | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|------------|-------------|
| Casado | 50 | 13% |
| Otro | 1 | 0% |
| Separado | 5 | 1% |
| Soltero | 262 | 69% |
| Unión Libre | 50 | 13% |
| Viudo | 10 | 3% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

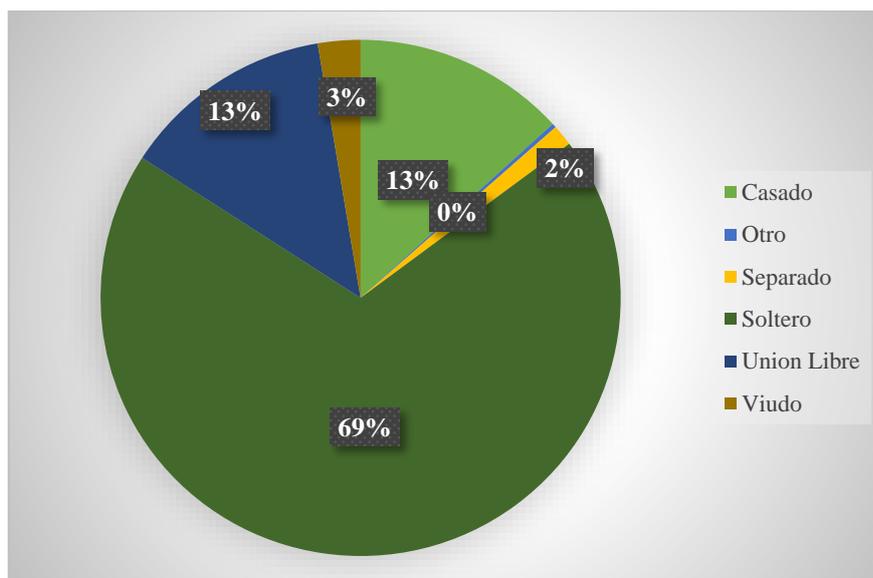


Figura 3. Estado Civil

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

De acuerdo con dicha muestra es posible percibir que los usuarios de este servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña es parte de las necesidades principalmente de las personas que se encuentran solteras, tal como lo demuestra la **Tabla 4** el 69% de la población encuesta se encuentra soltera, el 13% casado, el otro 13% en unión libre o unión marital de hecho y el resto de la población en estados como el separado en 1% y el viudo en un 3%.

Otro factor determinante a la hora de evaluar la percepción frente a la calidad de la prestación de un servicio es la profesión y oficio de desempeña el encuestado o la población. De esta manera se pudo determinar en el presente trabajo investigativo que las profesiones y oficios que desempeñan las personas encuestadas se encuentra en un 10% como amas de casa, el 8% se encuentra desempleado en busca de oportunidades, el 24% de la población están empleados y muchos de ellos utilizan el medio de transporte colectivo para desplazarse hasta su lugar de trabajo, son estudiantes de Bachillerato el 10%. Con una estadística

mayoritaria encontramos a los Estudiantes Universitarios con un total de 29%, profesionales el 6%, Técnico el 6% y finalmente quienes trabajan y estudian con un 7%.

Tabla 5

Profesión

| Profesión | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| Ama de casa | 38 | 10% |
| Buscando Trabajo | 30 | 8% |
| Empleado | 89 | 24% |
| Estudiante de Bachillerato | 36 | 10% |
| Estudiante Universitario | 111 | 29% |
| Otro | 1 | 0% |
| Profesional | 24 | 6% |
| Técnico | 21 | 6% |
| Trabaja y estudia | 28 | 7% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

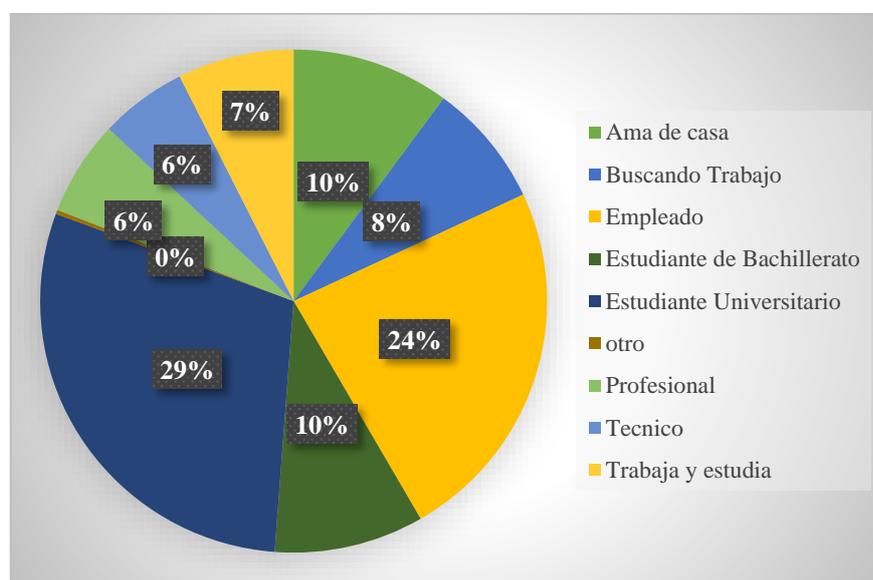


Figura 4. Profesión

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

De esta manera esta muestra estadística no permite evidenciar que el servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña es una necesidad básica de quienes estudian principalmente los universitarios quienes deben desplazarse hasta la zona del Algodonal donde funciona la UFPSO y debido al largo recorrido recurren a esta forma de movilizarse para adquirir sus conocimientos.

Posterior a la delimitación de las características de los usuarios frente a la edad, el sexo, su estado civil y la profesión se evidenciará la usabilidad del servicio por parte de quienes respondieron la encuesta aplicada.

Tabla 6.

¿Conoce Usted el Servicio de Transporte Público Tipo Colectivo en la ciudad de Ocaña?

| Respuesta | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| No | 31 | 8% |
| Si | 347 | 92% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

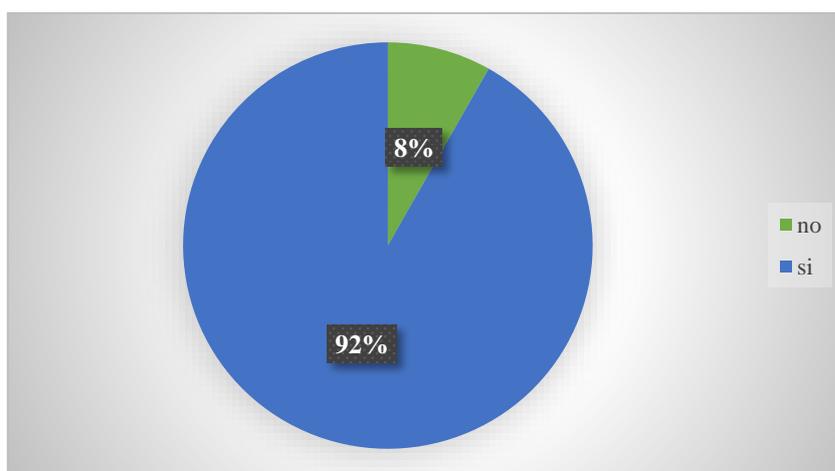


Figura 5. *¿Conoce Usted el Servicio de Transporte Público Tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña?*

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Se planteó frente a los usuarios del servicio de transporte público en Ocaña el interrogante frente a si conocían o no este servicio. Para el 92% de la población encuestada si conocen del servicio y solo para 8% no es conocido. De esta forma es posible que se infiera que su posicionamiento en el mercado es ampliamente conocido, es decir que actualmente la mayoría de la población ocañera sabe de la existencia, lo ha utilizado y ha satisfecho sus necesidades a través de la prestación de dicho servicio vital para la movilización de la población y para el desarrollo de las actividades propias de cada ciudadano. De esta manera es posible concluir que hoy en día este se ha convertido en un indispensable servicio que permite que los hogares ocañeros se puedan movilizar de forma segura y rápida hacia sus destinos y que por otra parte estimula la economía del municipio.

Otro interrogante planteado es la frecuencia frente al uso del servicio de transporte público tipo colectivo. De acuerdo con las respuestas entregadas por los usuarios la mayoría ha utilizado el servicio.

Tabla 7.

Frecuencia de uso del servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña

| Frecuencia de uso del Transporte Publico | Frecuencia | Porcentaje |
|---|-------------------|-------------------|
| A veces | 92 | 24% |
| Cuatro días a la semana | 13 | 3% |
| Dos días a la semana | 73 | 19% |
| No responde | 15 | 4% |
| Todos los días de la semana | 70 | 19% |
| Tres días a la semana | 73 | 19% |
| Un día a la semana | 7 | 2% |
| Una vez al mes | 29 | 8% |
| Una vez cada quince días | 6 | 2% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

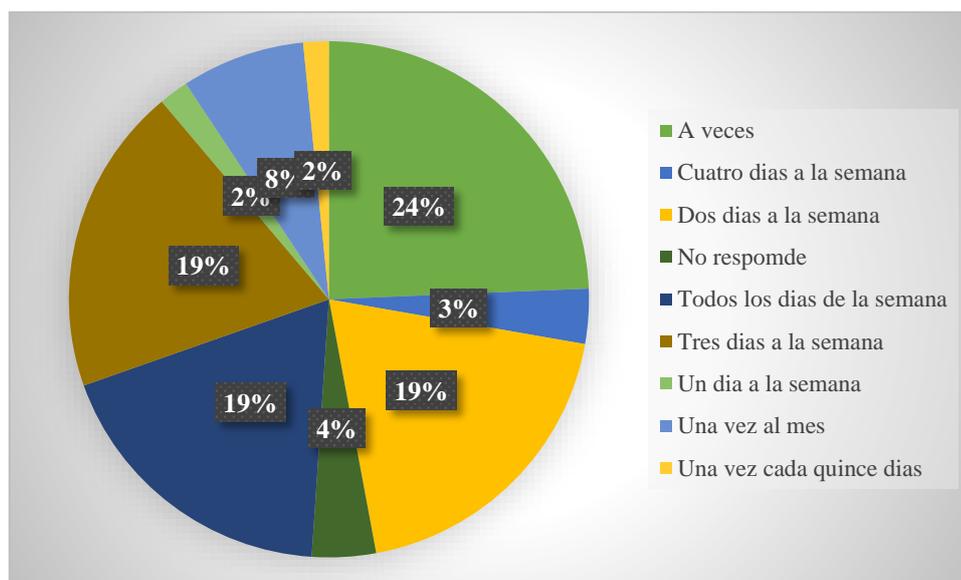


Figura 6. Frecuencia de uso del servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Para el 24% su respuesta fue a veces frente a la frecuencia del uso del servicio. Cuatro días a la semana para el 3%, Dos días a la semana para el 19%, No respondieron el 4%, todos los días de la semana el 19%, Tres días a la semana el 19%, Un día a la semana el 2%, Una vez al mes el 8% y finalmente Una vez cada quince días el 2%.

Una vez evaluada la frecuencia se preguntó sobre si se da uso o no al servicio de transporte. Los resultados se evidencian en el **Tabla 8**

Tabla 8.

Uso del Transporte Público tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña

| Uso del transporte público | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------------|------------|-------------|
| No | 64 | 17% |
| Si | 314 | 83% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

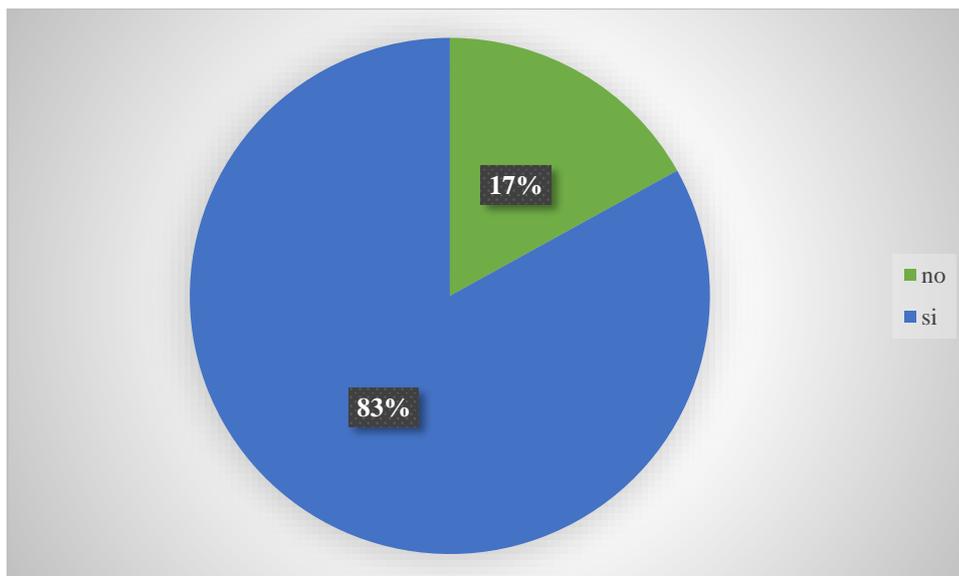


Figura 7. Uso del Transporte Publico tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Continuando con el desarrollo del objetivo encontramos que el 83% de la población si utiliza el servicio de transporte público, lo que confirma nuevamente el respaldo que los ocañeros frente al uso frecuente de este servicio es alto, lo que evidencia que es una necesidad para la población y que además este servicio debe contar con las condiciones que satisfagan al usuario. Para el 17% de los encuestados este servicio no está dentro de sus necesidades diarias, es decir que no hacen uso del mismo.

Finalmente y no menos importante en la identificación de las necesidades satisfechas e insatisfechas de los usuarios es importante conocer porque hacen uso de este servicio, es decir las motivaciones para acceder al servicio de forma tan constante y de con tal alto porcentaje de usuarios. Los ciudadanos encuestados que fueron un total de 378 manifestaron tal como lo demuestra la **Tabla 9** las siguientes motivaciones:

Tabla 9.

Motivos para utilizar el servicio público de transporte publico tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander

| Motivos | Frecuencia | Porcentaje |
|--|------------|-------------|
| Este dia lo dedico a diligencias personales | 87 | 23% |
| Me gusta pasear en el Servicio de Transporte Público Colectivo | 29 | 8% |
| Me voy a una cafetería, un bar | 34 | 9% |
| No responde | 14 | 4% |
| Otro | 110 | 29% |
| Porque me encuentro con mis amigos | 18 | 4% |
| Porque no encuentro parqueadero | 1 | 0% |
| Porque tengo pico y placa | 85 | 22% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander



Figura 8. Motivos para utilizar el servicio público de transporte publico tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

De acuerdo con los resultados encontrados el servicio de transporte público tipo colectivo en Ocaña, satisface en gran medida la necesidad de movilización a los usuarios del

servicio que en su mayoría son estudiantes universitarios y empleados que tienen los recursos económicos para disponer o adquirir un medio de transporte para su desplazamiento diario en la ciudad de Ocaña. Manifestaron los usuarios en la opción otro que la principal causa para utilizar el servicio de transporte público es la baja posibilidad o nula de tener un medio alternativo que les permita llegar a su destino de estudio o laboral. El 29% de los encuestado afirmaron con la respuesta otro que el transporte público satisface su necesidad de movilización principalmente por este motivo. Otra motivación es la de dedicarse a diligencias personales que lo hace un 23%. El 8% manifiesta que lo hace porque le gusta pasear. El 9% porque visita cafeterías o bares. El 4% no respondió. Otro 4% responde que lo hace para encontrarse con sus amigos y un 22% porque tiene pico y placa.

De esta forma es posible concluir frente al primer objetivo planteado que actualmente el servicio de transporte público tipo colectivo que se presta en Ocaña por las empresas acreditadas, lo hace en un alto porcentaje con personas de la edad entre 18 y 20 años de acuerdo a la muestra encuestada, que también en su mayoría son de sexo femenino, estado civil soltero y de profesión estudiantes universitarios y empleados. De la misma manera fue posible identificar que entre las necesidades que este servicio satisface se encuentran la de movilización principalmente por razones como no contar con otro medio o cuando su transporte tiene pico y placa. De la misma forma este medio les permite a sus usuarios satisfacer la necesidad de recreación a través de paseos y encuentros con los amigos en cafeterías o bares y finalmente porque es de fácil de acceso cuando el tráfico y la debilidad en parqueaderos de la ciudad no les permite movilizarse en su propio vehículo. Como debilidades o insatisfacción manifiestan los usuarios a través de las observaciones en la encuesta aplicada que la calidad del servicio desmejora con la mala atención de los conductores, el exceso de velocidad y la falta de regulación para las rutas y estacionamientos.

4.2 Evaluar la calidad del transporte público de servicio colectivo en el Municipio de Ocaña.

Un elemento característico y definitorio de las sociedades avanzadas es el aumento de la movilidad y de la densidad del tejido de relaciones de todo tipo. Los sistemas de transporte y de comunicación se convierten en una estructura básica del desarrollo económico y social.

El transporte cumple una función importante para aquellos que han de realizar sus desplazamientos cotidianos de manera recurrente para ir de su domicilio al trabajo, de compras, para acceder a los distintos equipamientos y servicios, etc. También para los que el transporte forma parte de su sistema de trabajo, por constituir ellos la mano de obra de los servicios de transporte, públicos o privados, ya sea de personas o de mercancías. La concentración de la población y de la actividad económica en las ciudades, sobre todo en las grandes regiones funcionales urbanas, las convierte en lugares donde se manifiesta de manera privilegiada la importancia de este servicio. La calidad de vida y las posibilidades de desarrollo de las ciudades dependen cada vez más de un correcto funcionamiento de su sistema de transporte. (Ministerio de Fomento, 2001)

Ante esta situación, evaluar la calidad de la prestación del servicio de transporte público tipo colectivo en Ocaña, es un eje transversal en el desarrollo de la presente investigación. Manifiestan los usuarios además de las percepciones expresadas mediante el primer objetivo que el servicio de transporte es ampliamente utilizado en la ciudad por sus habitantes como una necesidad de movilización pero que este requiere de un reajuste en diversos aspectos para asegurar la calidad del mismo. De esta manera se preguntó a los usuarios sobre cuáles serían las recomendaciones que ellos harían frente al servicio que prestan las tres empresas en la ciudad de Ocaña. La **Tabla 10** evidencia los siguientes resultados:

Tabla 10.

Recomendaciones de los usuarios del Transporte Publico tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander

| Recomendaciones | Frecuencia | Porcentaje |
|-------------------------------------|-------------------|-------------------|
| Aumentar el número de paraderos | 20 | 6% |
| Aumentar el número de Rutas | 105 | 28% |
| Aumentar la frecuencia de los buses | 200 | 53% |
| No responde | 28 | 7% |
| Otro | 25 | 6% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

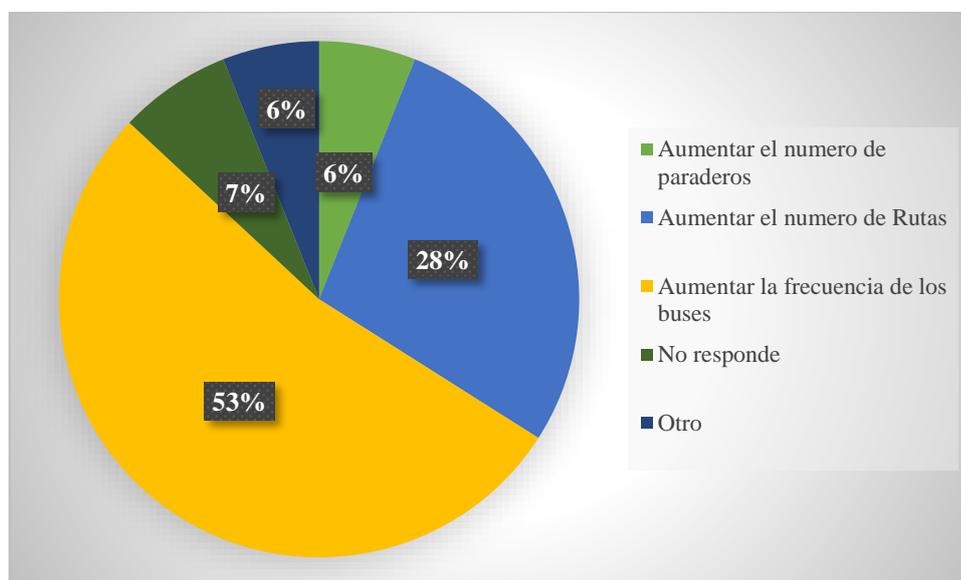


Figura 9. Recomendaciones de los usuarios del Transporte Publico tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Para los usuarios encuestados el 6% cree que el servicio presente debilidad en cuando el número de paraderos y por ello recomienda su aumento. Frente a las rutas el 28 % de la población recomienda aumentarlas de igual porque manifiestan que existen otros medios de transporte que si les prestan el servicio hasta el lugar hacia donde movilizan. Otra necesidad

que refieren los usuarios es la de aumentar la frecuencia de buses expresado por el 53% de los encuestados. Finalmente no respondieron el 7% y otra recomendación el 6%.

De esta manera y frente al interrogante planteado los ciudadanos que aceptaron responder a la encuesta encuentran inconformidad y deficiencia en algunos aspectos de la prestación del servicio público de transporte tipo colectivo en la ciudad de Ocaña. Argumentan en sus respuestas que se requiere que el servicio sea prestado por conductores respetuosos de los usuarios y de kilometraje con el aceleran sus vehículos, y que además recepten los sitios indicados para hacer sus respectivas paradas.

Dentro de esta misma labor los usuarios manifestaron su percepción frente a otro aspecto supremamente relevante y el valor del pasaje. La **Tabla 11** y la **Grafica 12** evidencian los siguientes resultados:

Tabla 11.

Percepción frente al valor del pasaje del transporte público tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander

| Percepción frente al valor del pasaje | Frecuencia | Porcentaje |
|--|-------------------|-------------------|
| Costoso | 131 | 35% |
| Económico | 78 | 21% |
| Indiferente | 17 | 4% |
| Medianamente costoso | 32 | 8% |
| Medianamente Económico | 92 | 24% |
| No responde | 28 | 7% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

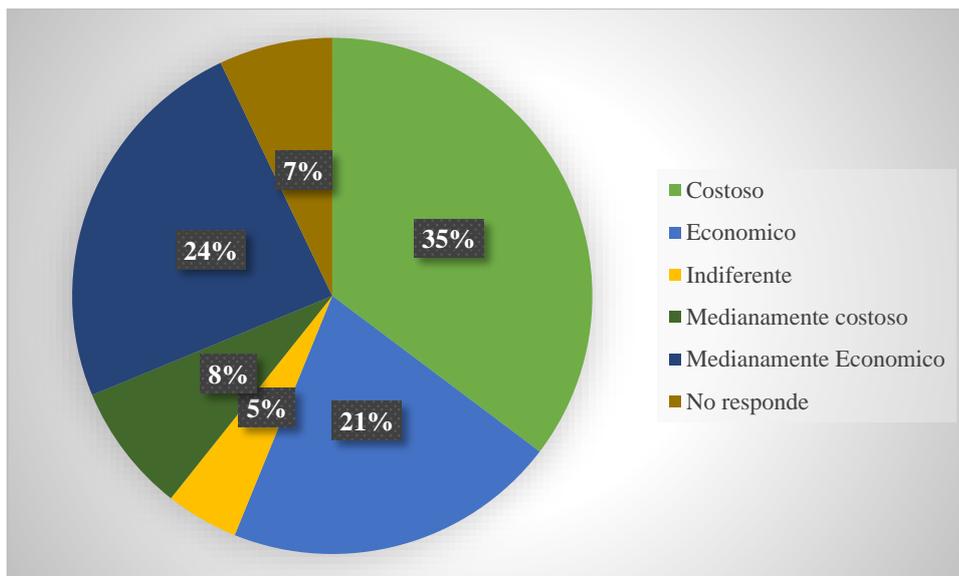


Figura 10, Percepción frente al valor del pasaje del transporte público tipo colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

De acuerdo con los 378 usuarios encuestados el 35% de estos manifestó que el valor del pasaje en el transporte público tipo colectivo es costoso y para el 8% medianamente costoso. Para el 21% es Económico y para el 24% medianamente económico. Para un 4% es indiferente y el 8% no responde frente a este interrogante.

Las empresas están atravesando cambios importantes en la última década, producidos, entre otros, por la globalización de la economía, las innovaciones tecnológicas y las mayores exigencias de los usuarios. Estos cambios conllevan la adaptación de las empresas y a estrategias de competencia por la participación en los mercados, que se manifiestan principalmente en la forma como llegan a sus clientes y que han hecho que el servicio sea una de las armas que tienen las compañías que son líderes en el mercado.

A través de estas evidencias, la calidad del servicio se ha constituido como un factor esencial para la competitividad y requisito indispensable para el éxito comercial en los

mercados actuales y tanto es su importancia, que toda empresa de servicios que desee la aprobación del mercado debe tener una directriz orientada a mejorar la calidad de su prestación.

A partir de los resultados expresados por los usuarios es posible identificar que actualmente la prestación del servicio es de calidad sin embargo presente una serie de deficiencias como en todos los procesos que requiere de un plan de mejoramiento que permita satisfacer a los usuarios del servicio de transporte público tipo Colectivo en Ocaña, Norte de Santander.

Afirman los usuarios del transporte público de acuerdo a su percepción frente a la calidad que este se encuentra en un nivel medio de acuerdo con el 67% de los encuestados. En un nivel Alto para el 16%. En un nivel Muy Alto para el 11% y en un nivel bajo para el 4% y muy bajo solo para el 2%.

Tabla 12. Nivel de percepción frente a la calidad del servicio de transporte público tipo colectivo

| Nivel | Frecuencia | Porcentaje |
|----------------------|-------------------|-------------------|
| Alto | 59 | 16% |
| Bajo | 15 | 4% |
| Medio | 255 | 67% |
| Muy Alto | 40 | 11% |
| Muy Bajo | 9 | 2% |
| Total general | 378 | 100% |

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

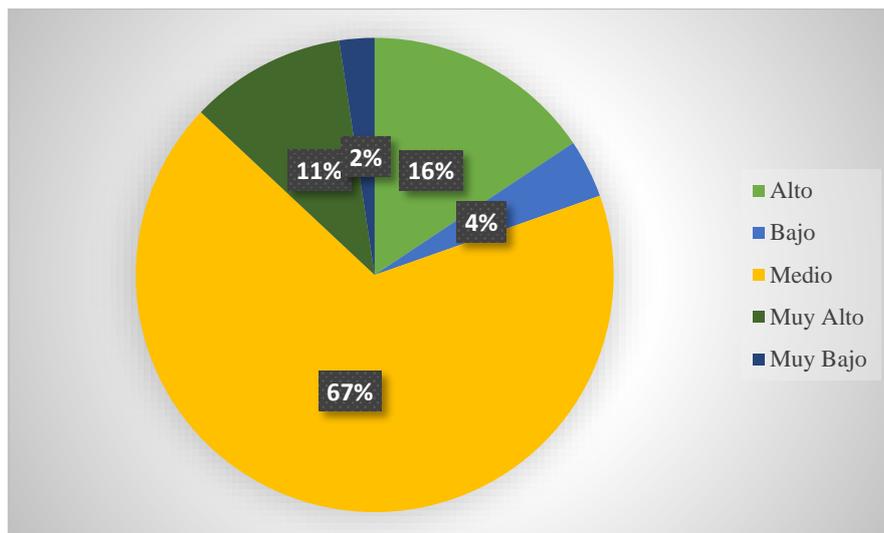


Figura 11. Nivel de percepción frente a la calidad del servicio de transporte publico tipo colectivo

Nota fuente: encuesta realizada a usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander

Concluye la presente evaluación evidenciando que actualmente los usuarios se sienten satisfechos en su mayoría con la prestación del servicio público de transporte tipo colectivo pero que con urgencia de un mejoramiento que permite elevar los niveles de calidad de medio que dio como resultado la evaluación a alto o muy alto. Manifiestan los usuarios que este mejoramiento requiere de un trato por parte de los conductores que son los encargados de prestar el servicio, además requieren de un parque automotor con vehículos grandes, donde se respete los derechos de los usuarios, donde no se escuchen canciones a alto volumen que hacen deficiente el servicio y además insatisfacen al cliente, requieren de controles en la velocidad, también una revisión a las rutas, a los paraderos y a las revisiones de los autobuses que solo con la observación perciben una contribución a la destrucción del medio ambiente. De esta manera se finaliza la evaluación con un nivel satisfactorio de los usuarios, requerimientos para mejorar el servicio y un nivel medio de calidad para los usuarios frente a la prestación del servicio.

4.3 Recomendar un plan de mejoramiento que permita la prestación de un servicio de transporte público de servicio colectivo de calidad acorde con las necesidades de sus usuarios.

Como se ha expresado en los planteamientos anteriores la evaluación de la calidad en la prestación de los servicios es un factor determinante hoy en día para la satisfacción de las necesidades de los usuarios. En el transporte público y especialmente en el municipio de Ocaña la prestación de este servicio es ofertado por tres empresas transportadoras, las cuales gozan de gran prestigio y posicionamiento entre la población ocañera. Sin embargo existen hallazgos o falencias que a través de las constantes evaluaciones del servicio son factibles de percibir para posteriormente mejorar y de esta forma obtener mejores resultados para el usuario y para la empresa.

Actualmente en Ocaña y de acuerdo al Plan Maestro de Movilidad el sistema de rutas está compuesto por catorce (14) rutas que van desde La Ondina hasta la Universidad Francisco de Paula Santander y el Batallón. Cada ruta inicia en el sector de La Ondina, donde están ubicados los puntos de despacho, recorren la ciudad de norte a sur, llegan al centro donde descargan e inician el viaje del centro hacia el sur de la ciudad. El mobiliario urbano conformado por Bahías de parqueo o paraderos y andenes se encuentran deteriorados, sin demarcación y los pocos que hay no son respetados por las mismas empresas de transporte urbano legalmente constituidas ni por los mismos usuarios de este sistema de transporte. (CARRASCAL, 2016)

Así mismo la ciudad no cuenta con la infraestructura física ni demarcación que exige el manual de accesibilidad del Ministerio de Transporte (señalización, accesos, rampas etc.) que les permita usar de manera adecuada los servicios de transporte o de movilidad a la población en situación de discapacidad (auditiva, silla de ruedas, visual). No existe infraestructura –

vendedor ambulante, identificándose puntos críticos en algunos sectores como El Mercado, El Cementerio Central, Las Llanadas, Calle 11, Ciudadela Norte, la Rotina entre otros adecuada para el paso de peatones, por lo que constantemente existe el conflicto peatón – vehículo/ peatón. (CARRASCAL, 2016)

Ocaña tiene zonas de demanda peatonal que se convierten en otro de los inconvenientes que registra la movilidad, estos puntos están determinados en sectores como la zona Centro, el Mercado Público, la Ciudadela Norte, La Rotina, Entrada al Hospital Emiro Quintero Cañizares, Avenida Francisco Fernández de Contreras con sus intersecciones de los barrios El Lago, Las Palmeras, entrada Primero de Mayo y Seguro social y algunos barrios ubicados cerca al centro de la ciudad. (CARRASCAL, 2016)

De igual manera según el plan maestro de movilidad del año 2010, teniendo en cuenta las condiciones de operación, de seguridad vial para los usuarios de configuración y disponibilidad de la infraestructura existente, se han identificado diez (10) puntos que se consideran críticos para la movilidad debido a sus características de operación inadecuada como son: La Ondina, Redoma Primero de Mayo, Tejarito, Cementerio Central, La Rotina, Martinete, Entrada al barrio La Popa, redoma del Seguro Social, Acolsure, Las Llanadas y Ciudadela Norte. (CARRASCAL, 2016)

A este diagnóstico se le suman los nuevos puntos críticos concentrados en el mercado público, Calle del Dulce Nombre y el centro de la ciudad en el tramo comprendido entre calles 9, 10, 11 y 12 con carreras 9, 10, 11, 12, 13,14 y 15. (CARRASCAL, 2016)

De acuerdo con el análisis realizado basados en el instrumento de investigación y el argumentado en el plan de desarrollo del municipio de Ocaña 2016-2019 en busca de determinar la percepción de los usuarios del servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña a través de la aplicación del instrumento de investigación llamado encuesta se obtuvo como resultado un total de 378 encuestas aplicadas que permitieron la elaboración del siguiente plan de mejoramiento de acuerdo a las observaciones que expresaron los usuarios frente a las falencias que presenta el servicio y que no permite que su satisfacción sea en un nivel alto o muy alto. Frente a las falencias presentadas a continuación se presenta la tabla adecuada con los hallazgos y con las acciones de mejora se proponen:

| FUENTE | TIPO HALLAZGO | DESCRIPCIÓN DEL HALLAZGO | * ACCIÓN DE MEJORA |
|---|------------------------------|--|---|
| | NC/OM | | |
| Encuesta aplicada a usuarios del Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander | OPORTUNIDAD DE MEJORA | Fallas en la atención para con los usuarios. | <p>Se requiere un trabajo de observación en busca de identificar las nuevas expectativas de los clientes, estudiar la competencia y observar en que se puede estar fallando o que se está haciendo bien, para hacerlo excelente.</p> <p>Implementar estrategias semestrales para medir la fuerza de venta, buscar el uso de espacios muertos que pueden servir para mejorar el servicio.</p> <p>Empoderar a los empleados para que laboran con sentido de pertenecía y compromiso comprometidos con los objetivos de cada empresas; a través de charlas, de capacitación, motivación por parte de la empresa.</p> <p>Diseñar de un plan estratégico de seguridad vial con el acompañamiento de la oficina de transito de la ciudad de Ocaña con el objetivo de mejorar la</p> |

| | | | |
|---|------------------------------|---|---|
| | | | problemática de atascamiento y de esta manera prestar un mejor servicio. |
| Encuesta aplicada a usuarios del Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander | OPORTUNIDAD DE MEJORA | Desconfianza en el manejo y la velocidad de los colectivos | <p>Llevar a cabo capacitaciones para fortalecer el servicio al cliente e implementar estrategias que se acomoden al presupuesto de la empresa y mejoren la prestación del servicio, reorganizar la accesibilidad a los vehículos, aplicar otra encuesta que mida la calidad nuevamente dentro de 6 meses, para tomar medidas al respecto.</p> <p>Tomar controles en cuanto a la velocidad con la que se conducen los vehículos.</p> |
| Encuesta aplicada a usuarios del Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander | OPORTUNIDAD DE MEJORA | Insatisfacción en la planeación y organización de Rutas y paraderos | <p>Realizar compras anuales de vehículos destinados a la prestación del servicio.</p> <p>Mejorar los servicios actuales, dando relevancia al transporte colectivo de pasajeros.</p> <p>Mejorar la satisfacción del cliente en la asesoría y el servicio: hablando con educación y respecto al cliente, ayudándolo con todas sus inquietudes, dar información correcta y oportuna.</p> |

| | | | |
|--|-------------------------------------|--|--|
| <p>Encuesta aplicada a usuarios del Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo de Ocaña, Norte de Santander</p> | <p>OPORTUNIDAD DE MEJORA</p> | <p>Falta de accesibilidad para conseguir un colectivo en cuanto a rutas, paraderos y parque automotor.</p> | <p>Mejorar el parque las condiciones físicas del parque automotor.</p> <p>Dar prioridad a fortalecer el contacto directo que se tiene con los usuarios en brindar un servicio agradable, excelente y amable, donde todo gira alrededor del cliente, “porque se cree que son los clientes quienes le dan vida a la empresa, por tal razón se quiere generar un valor a sus sueños, comprometiendo las empresas a brindar un servicio satisfactorio y seguro”.</p> |
|--|-------------------------------------|--|--|

De la misma forma ya para finalizar el presente objetivo se recomienda asumir estrategias como adquirir tecnología para lograr prestar un servicio con calidad, fortalecer el mercado existente y abrir nuevos mercados para implementar estrategias agresivas de marketing, realizar capacitaciones en pro de fortalecer la calidad del servicio para con el usuarios en aéreas relacionadas con atención y servicio al cliente y brindar un servicio que logre posicionarse y a través de tácticas de servicio al cliente y el valor agregado, con el objetivo de lograr sus metas como empresas y de que el usuario en la ciudad de Ocaña se sienta satisfecho, cómodo y agradado con el servicio y de esta manera no elija tomar otras opciones formales o informales como sucede actualmente con el fenómeno del mototacixmo.

Conclusiones

El transporte cumple una función importante para aquellos que han de realizar sus desplazamientos cotidianos de manera recurrente para ir de su domicilio al trabajo, de compras, para acceder a los distintos equipamientos y servicios, etc. También para los que el transporte forma parte de su sistema de trabajo, por constituir ellos la mano de obra de los servicios de transporte, públicos o privados, ya sea de personas o de mercancías. La concentración de la población y de la actividad económica en las ciudades, sobre todo en las grandes regiones funcionales urbanas, las convierte en lugares donde se manifiesta de manera privilegiada la importancia de este servicio. (Ministerio de Fomento, 2001)

El trabajo de investigación a través del desarrollo de un trabajo de grado implica llevar a cabo la realización de los objetivos que se plantean. En el área de los servicios la presente investigación fue importante en busca de determinar la calidad del servicio público de transporte en Ocaña, Norte de Santander.

Concluye el presente trabajo como primera medida que en el planteamiento de identificar las necesidades satisfechas e insatisfechas en los usuarios del transporte público servicio colectivo en Ocaña, Norte de Santander, se encontró que actualmente el servicio es vital para el desarrollo económico y social del municipio y además que este es quien satisface prioritariamente la necesidad de movilización de los usuarios del mismo. Sin embargo dentro del proceso fue posible percibir que los usuarios evidencian falencias en aspectos como el servicio al cliente, rutas que les permitan llegar hasta el lugar de destino, exceso de velocidad, falta de paraderos y falta de buses.

Ante esta problemática se procedió a evaluar la calidad del transporte público de servicio colectivo en el Municipio de Ocaña, lo que permitió que se identificara que para la

mayoría de la población el nivel de calidad es medio y se requieren cambios en busca de mejorar. Para la mayoría de usuarios el pasaje es costoso y medianamente económico y además presente falencias en la atención del conductor, al exceso de velocidad y al estado actual del parque automotor.

Posteriormente a través de este se pudo determinar la percepción de los usuarios del servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña a través de la aplicación del instrumento de investigación llamado encuesta se obtuvo como resultado un total de 378 encuestas aplicadas que permitieron la elaboración del siguiente plan de mejoramiento de acuerdo a las observaciones que expresaron los usuarios frente a las falencias que presenta el servicio y que no permite que su satisfacción sea en un nivel alto o muy alto.

De esta manera el trabajo finaliza evidenciando que las empresas que ofrecen el servicio de transporte público tipo colectivo en la ciudad de Ocaña debe volcar su mirada frente a la percepción de los usuarios y de esta forma trabajar por fortalecer sus debilidades y por seguir en la mejora continua con el objetivo de brindar un servicio de calidad que satisfaga las necesidades del usuario y que mantenga la atracción del cliente para que no tome como opción para movilizarse otras opciones de transporte.

Recomendaciones

Se recomienda asumir estrategias como adquirir tecnología para lograr prestar un servicio con calidad, fortalecer el mercado existente y abrir nuevos mercados para implementar estrategias agresivas de marketing, realizar capacitaciones en pro de fortalecer la calidad del servicio para con el usuarios en aéreas relacionadas con atención y servicio al cliente y brindar un servicio que logre posicionarse y a través de tácticas de servicio al cliente y el valor agregado, con el objetivo de lograr sus metas como empresas y de que el usuario en la ciudad de Ocaña se sienta satisfecho, cómodo y agradado con el servicio y de esta manera no elija tomar otras opciones formales o informales como sucede actualmente con el fenómeno del mototacismo

Referencias

Asamblea Nacional Constituyente. (1991). Constitución Política de Colombia. Bogotá: Leyer.

CARRASCAL, M. D. (2016). Plan de Desarrollo del Municipio de Ocaña. Norte de Santander, Ocaña. Obtenido de <http://ocana-nortedesantander.gov.co/apc-aa-files/38656632356330656332656230383763/plan-de-desarrollo-es-la-hora-de-ocaa-2016-2019.pdf>

Cedeño Millares, R.D. & Carcacés Domínguez, J. (s.f.). LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE. Cuba: Universidad de Holguín “Oscar Lucero Moya”. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm>

Congreso de la Republica . (1971). Código de Comercio. Bogotá.

Congreso de la Republica. (20 de diciembre de 1996). Ley 336 de 1996. Bogotá.

Decreto 1079 (Ministerio de Transporte 26 de mayo de 2015). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/DECRETO%201079%20DE%202015%20Abril%2018%20de%202017.pdf>

Decreto 170 (Presidencia de la Republica. Ministerio de Transporte 05 de febrero de 2001). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Decreto_170_2001.pdf

Henry Jesús Mendoza Pacheco & otros. (s.f.). COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL, CULTURA ORGANIZACIONAL Y TEORÍAS DEL COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/AnexoSociologia.pdf>

Kotler, P & Armstrong, G. (2001). Marketing: Edición para Latinoamérica. México: Pearson Educacion. Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <https://books.google.com.co/books?id=J0zqsnlGXqEC&pg=PA138&lpg=PA138&dq=>

Cultura.+Conjunto+de+valores,+percepciones,+deseos+y+comportamientos+b%C3%A1sicos+que+un+miembro+de+la+sociedad+aprende+de+su+familia+y+otras+instituciones+importantes&source=bl&ots=y

León Palomo, j. & Pítala Pinedo, E. (2011). “EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE EN LA TERMINAL DE TRANSPORTE DE CARTAGENA”. Cartagena: Universidad de Cartagena.

Ley 105 (Congreso de la Republica 30 de diciembre de 1993). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/Ley_336_1996.pdf

Ley 769 de 2002 Código Nacional de Tránsito (06 de Agosto de 2002). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de file:///C:/Users/ADMIN/Downloads/LEY%20769%20DE%202002.pdf

Ministerio de Fomento. (2001). NECESIDADES FORMATIVAS EN EL SECTOR DEL TRASNPORTE EN COLOMBIA. Recuperado el 10 de Julio de 2017, de <https://www.fomento.gov.es/NR/rdonlyres/00C7AC87-5A78-4426-93D5-99E9F5963EA9/8678/formacion.pdf>

RESOLUCIÓN 0001069 (23 de abril de 2015). Recuperado el 12 de Mayo de 2017, de <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal.jsp?i=61717>

Ríos, J. A. (2012). PROPUESTA PARA FORTALECER LA CALIDAD DEL SERVICIO AL USUARIO EN LA EMPRESA DE TRANSPORTE PÚBLICO SÍQUIMA EXPRESS S.A CON BASE EN LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PLAN DE MARKETING A PARTIR DE JUNIO DEL AÑO 2012. Bogotá: UNIVERSIDAD DE LA SALLE.

Sánchez Rodriguez, M.A. & Trillos Arenas, Karen Josefa. (2016). EVALUACIÓN DEL IMPACTO FINANCIERO QUE GENERA EL TRANSPORTE INFORMAL EN LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE URBANO DE LA CIUDAD DE OCAÑA, NORTE DE SANTANDER. Recuperado el 22 de Mayo de 2017, de

<http://repositorio.ufpso.edu.co:8080/dspaceufpso/bitstream/123456789/1206/1/28797.pdf>

www.facetvirtual.unt.edu.ar. (safe). Recuperado el 12 de mayo de 2017, de Mercados de consumo y comportamiento de compra de los consumidores:
http://www.facetvirtual.unt.edu.ar/pluginfile.php/27708/mod_resource/content/0/Marketing%2002.pdf

Apéndices

Apéndice A. Encuesta a usuarios del servicio público de transporte tipo Colectivo en Ocaña, Norte de Santander

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS
PLAN DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

Encuesta Dirigida a Usuarios del Transporte Publico Tipo Colectivo en Ocaña, Norte de Santander

1. Marque con una X la edad en la usted se encuentra:

- (1). ____ 18 – 20 años (2). ____ 41 – 50 años
(3). ____ 21 – 30 años (4). ____ 51 – 60 años
(5). ____ 31 – 40 años (6). ____ Mayor de 60 años

2. Indique por favor su sexo y Estado civil

a. Sexo: (1) ____ Masculino (2) ____ Femenino

b. Estado Civil

- (1). ____ Soltero(a) (2). ____ Casado(a)
(3). ____ Separado(a) (4). ____ Unión Libre
(5). ____ Viudo(a) (2). ____ Otro _____

3.Cuál es su Ocupación

- (1). ____ Estudiante Bachillerato (2). ____ Estudiante Universitario
(3). ____ Empleado(a) (4). ____ Trabaja y Estudia
(5). ____ Buscando Trabajo (6). ____ Técnico
(7). ____ Profesional
(9). ____ Jubilado (10). ____ Ama de Casa

4. ¿Conoce Usted el Servicio de Transporte Publico Tipo Colectivo En La Ciudad de Ocaña?

_____ Si

_____ No

5. ¿Utiliza Usted el Transporte Publico tipo Colectivo en la Ciudad de Ocaña?

Si. _____ No _____

6. Cada cuánto utiliza Usted el servicio de transporte publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña

(1) _____ Todos los días de la semana

(2) _____ Cuatro días a la semana

(3) _____ Tres días a la semana

(4) _____ Dos días a la semana

(5) _____ Un día a la semana

(6) _____ Una vez cada quince

(7) _____ Una vez al mes (8) _____ A veces

7. Por favor indicarme la razón o las razones por las cuales sólo utiliza el SERVICIO DE TRANSPORTE PUBLICO TIPO COLECTIVO

1. _____ Porque tengo pico y placa

2. _____ Este día lo dedico a diligencias personales

3. _____ Me gusta pasear en el SERVICIO DE TRANSPORTE PUBLICO COLECTIVO

4. _____ Porque no encuentro parqueadero

5. _____ Porque me encuentro con mis amigos

6. _____ Me voy a una cafetería, un bar

7. _____ Otro, _____

8. ¿Qué sugerencias tiene Usted para mejorar el Servicio del Transporte Publico tipo colectivo en la ciudad de Ocaña?

1. _____ Aumentar el número de rutas
2. _____ Aumentar el número de paraderos
3. _____ Aumentar la frecuencia de los buses
4. _____ Otro, _____

9. Considera Usted que el valor del pasaje en el transporte público tipo colectivo en Ocaña es:

Económico_____

Medianamente Económico_____

Costoso_____

Medianamente costoso_____

Indiferente_____

10. Considera usted que el nivel de calidad del servicio prestado en Ocaña por el transporte público tipo colectivo es:

- Muy bajo
- Bajo
- Medio
- Alto
- Muy Alto

Observaciones

Gracias por su Colaboración

Apéndice B. Evidencia Fotográfica





