

Información General

Facultad: Ciencias socioeconómicas y empresariales			
Programa Académico: Tecnología en mercadeo y gestión comercial		Grupo(s) de Investigación: Grupo de Investigación en Marketing Estratégico - GIMA	
Nombre del semillero / Sigla: Semillero de Investigación en Marketing – SEI+MARK		Fecha creación: 07/09/2007	
		Regional: Bucaramanga	
			
Líneas de Investigación: Comportamiento del consumidor, Marketing estratégico, Marketing digital			
Áreas del saber *			
	1. Ciencias Naturales		2. Ingeniería y Tecnologías
	3. Ciencias Médicas y de la Salud		4. Ciencias Agrícolas
	5. Ciencias sociales	X	6. Humanidades

Información del director del Proyecto

Nombre: Cyril Castex	No. de identificación: C.E. 341.723	Lugar de expedición: Bucaramanga
Nivel de Formación Académica (Pregrado / Postgrado / Link de CvLAC):		
Pregrado: Administrador de Empresas		
Postgrado: Magister en Marketing		
Link CvLAC: https://scienti.minciencias.gov.co/cvlac/visualizador/generarCurriculoCv.do?cod_rh=0001616939		
Celular: 301.694.52.98	Correo Electrónico: cgerard@correo.uts.edu.co	

Información de los autores

Nombre y/o firma	No. Identificación y lugar de expedición:	Celular	Correo electrónico
Sergio Andrés Aponte Lamus	1005331609, Girón	3156946815	saaponte@uts.edu.co
Duwan Andrés Castellanos Torres	1005369521, Girón	3044481689	djaviercastellanos@uts.edu.co
Aylén Sofía Montaner Cruz	1007029318, Floridablanca	3015451366	amontaner@uts.edu.co
Olga Alejandra Torres Gómez	1098804020, Bucaramanga	3134445731	oalejandratorres@uts.edu.co

Proyecto

1. Título del Proyecto: Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al cliente de los medios de transporte privado (Uber, Indriver, Didi etc.) accesibles a través de una App, en el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana, año 2022.	Modalidad del Proyecto **				
	PA	PI	TG	RE	Otra. ¿Cuál?
		X			

2. Resumen del trabajo

El presente proyecto pretende evaluar la calidad del servicio al cliente de los medios de transporte privado (Uber, Indriver, Didi etc.) accesibles a través de una App, en el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana, año 2022; con la finalidad de conocer todo lo relacionado con el servicio al cliente tales como quejas, reclamos, inquietudes, inconvenientes encontrados por los clientes, aspectos que se deben mejorar, calidad de la asesoría y tiempo de resolución de solicitudes, entre otros factores.

La metodología utilizada fue una revisión de literatura científica y la aplicación de un instrumento de tipo investigación descriptiva a través de la realización de una encuesta (n=698), que tuvo como objetivo describir sistemáticamente las apreciaciones de los usuarios en relación con la calidad de servicio de las empresas prestadoras de servicio de transporte privado en el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana.

La técnica estadística que se uso fue la aplicación de las funciones asimetría y curtosis para 4 de las 13 preguntas de la encuesta. Los resultados obtenidos permitieron evidenciar las problemáticas encontradas a nivel del servicio al usuario de las empresas prestadoras de servicio de transporte privado. Las conclusiones permitieron obtener informaciones que podrán ayudar estas empresas en su toma de decisión con recomendaciones para mejorar la calidad del servicio al usuario de esta misma.

3. Objetivos

3.1. Objetivo general

Realizar una investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al cliente de los medios de transporte privado (Uber, Indriver, Didi etc.) accesibles a través de una App, en el Municipio de Bucaramanga y su Área Metropolitana, año 2022.

3.2. Objetivos específicos

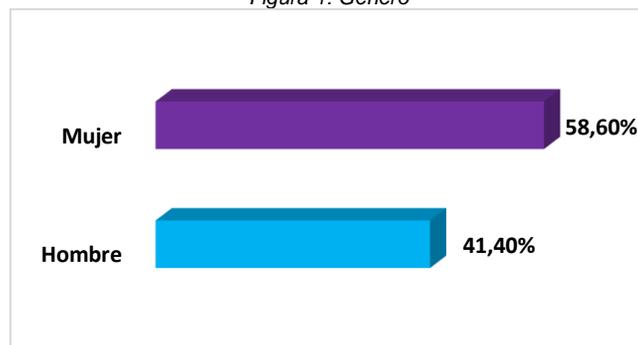
- Diseñar un instrumento, que permita identificar la percepción de los usuarios a nivel de la calidad del servicio al cliente de los medios de transporte privado.
- Conocer las opiniones de los clientes (Necesidades, quejas, reclamos, sugerencias) a través de una investigación de mercados descriptiva.
- Recomendar estrategias para la implementación y/o el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente de los medios de transporte privado.

4. Análisis de resultados

4.1. Preguntas demográficas

4.1.1. Género

Figura 1: Género



Fuente: Elaboración propia

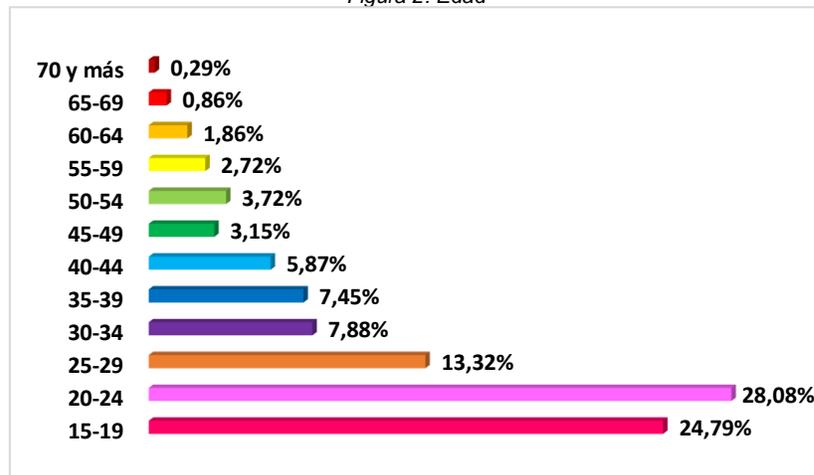
Tabla 1: Género

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	289	41,40%
Mujer	409	58,60%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Edad

Figura 2: Edad



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 2, más del 65% de la muestra tiene menos de 30 años. Es una población joven en búsqueda de transporte rápido y cómodo. En cuanto a la seguridad, son usuarios de transporte informal y en particular mototaxis, ya que tienen una actitud más desafiante ante las leyes y las normas que la población adulta.

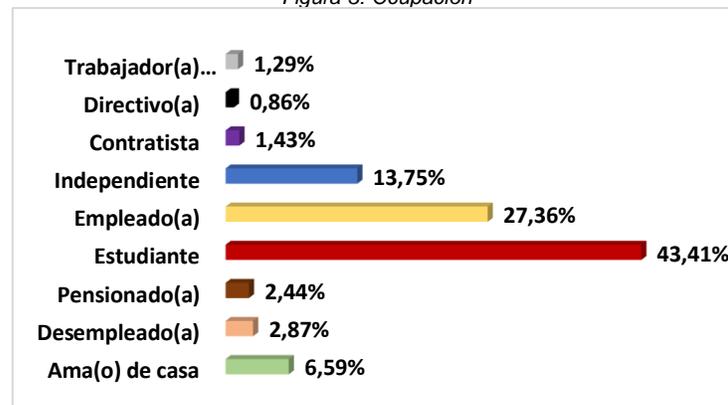
Tabla 2: Edad

Variables	Frecuencia	Porcentaje
15-19	173	24,79%
20-24	196	28,08%
25-29	93	13,32%
30-34	55	7,88%
35-39	52	7,45%
40-44	41	5,87%
45-49	22	3,15%
50-54	26	3,72%
55-59	19	2,72%
60-64	13	1,86%
65-69	6	0,86%
70 y más	2	0,29%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Ocupación

Figura 3: Ocupación



Fuente: Elaboración propia

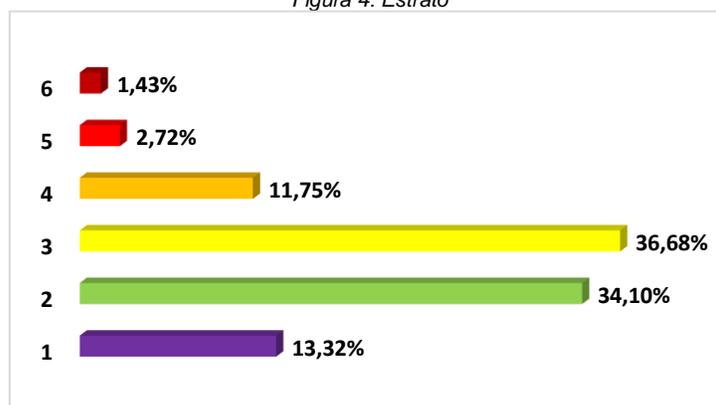
Tabla 3: Ocupación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ama(o) de casa	46	6,59%
Desempleado(a)	20	2,87%
Pensionado(a)	17	2,44%
Estudiante	303	43,41%
Empleado(a)	191	27,36%
Independiente	96	13,75%
Contratista	10	1,43%
Directivo(a)	6	0,86%
Trabajador(a) Informal	9	1,29%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Estrato

Figura 4: Estrato



Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Estrato

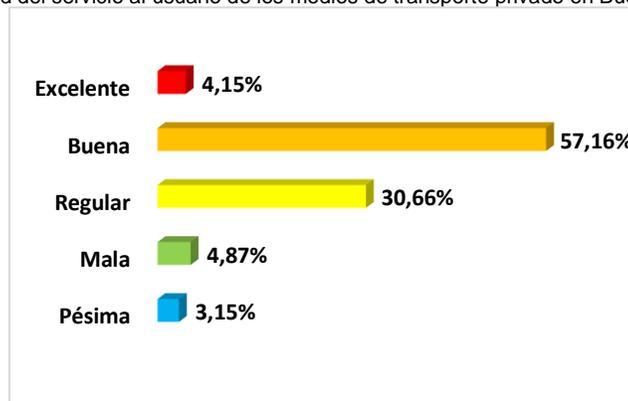
Variable	Frecuencia	Porcentaje
1	93	13,32%
2	238	34,10%
3	256	36,68%
4	82	11,75%
5	19	2,72%
6	10	1,43%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2. Preguntas de la encuesta

4.2.1. Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Figura 5: Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 5, más del 60% de la muestra se encuentra satisfecha con la calidad del servicio al usuario del transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana, mientras que más del 35% se encuentra insatisfecha. La alta tasa de satisfacción evidencia que existen pocas falencias, pero no inexistentes en el servicio al cliente de las empresas de este sector. La investigación permitirá conocer detalladamente cuales aspectos se deben mejorar en prioridad.

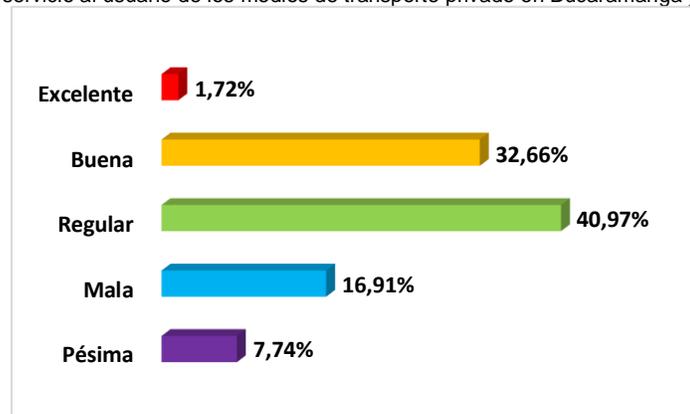
Tabla 7: Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	22	3,15%
Mala	34	4,87%
Regular	214	30,66%
Buena	399	57,16%
Excelente	29	4,15%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana en las horas pico

Figura 6: Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana en las horas pico



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 6, se observa que más del 65% de la muestra se encuentra insatisfecha con la calidad del servicio al usuario del transporte privado en Bucaramanga en las horas pico, mientras que casi el 35% se encuentra satisfecha. Esto confirma que el principal fuerte del transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana es la comodidad que representan estos vehículos en comparación con el transporte público, sacando de una situación "mala" un poco de aprobación en los consumidores.

Esto comprueba lo encontrado en el apartado anterior, con el mismo índice de insatisfacción, debido a la incomodidad generada por la multitud, y los trancones inherentes a estas horas pico. No obstante, se puede decir que la ventaja que tiene este tipo de transporte en comparación con el transporte es la comodidad, debido a que la mayoría de los vehículos privados están acondicionados con herramientas extras.

Tabla 5: Calificación de la calidad del servicio al usuario de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana en las horas pico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	54	7,74%
Mala	118	16,91%
Regular	286	40,97%
Buena	228	32,66%
Excelente	12	1,72%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Clasificación de los medios de transporte en Bucaramanga y su Área Metropolitana, de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado

Tabla 6: Clasificación de los medios de transporte en Bucaramanga y su Área Metropolitana, de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado

	Transporte privado	Taxi	Bus	Metrolinea	Mototaxi
Escala	26,69	21,74	19,00	17,63	17,36
Asimetría	-0,8347	-0,1437	0,0344	0,0741	0,2555
Curtosis	0,6170	-0,4785	-0,3358	-0,6665	-0,6446

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 6 y según la clasificación de Escala, la cual permite expresar lo que dicen los encuestados, los medios de transporte favoritos en Bucaramanga y su Área Metropolitana de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado, son el *Transporte privado* y el *Taxi*. Después de la aplicación de la función Curtosis, que permite diferenciar científicamente lo que los encuestados dicen de lo que piensan y/o hacen realmente, se evidencia que, si bien el *Transporte privado* queda el favorito, en realidad, los encuestados prefieren el *Bus* al *Taxi*.

El éxito del Transporte privado se debe a la disponibilidad y la comodidad de los vehículos y el precio competitivo. El segundo medio de transporte más apreciado en términos de calidad del servicio al cliente es el *Bus* clásico. Aunque en ocasiones el estado del vehículo es dudoso, es uno de los medios de transporte favorito de los bumangueses. Por lo tanto, no es el preferido, ya que el número de buses queda insuficiente, particularmente en las horas pico, lo que induce unos sobrecupos de pasajeros y por ende genera incomodidad. Para lo que concierne los *Taxis*, no son tan populares, puesto que se observa una falta de amabilidad de los conductores.

Además, muchos de ellos no quieren movilizar el cliente hacia el sitio deseado. Esto explica el éxito del Transporte privado, donde no existe este tipo de limitación. El *Metrolínea* no ha convencido a los bumangueses, ya que su llegada no genero un valor añadido para los usuarios. Igualmente, constituye una explicación al crecimiento del transporte informal, puesto que la puesta en marcha de este sistema de transporte masivo integrado (Metrolínea) cambió la estructura del transporte como se conocía antes en Bucaramanga, suprimiendo buses formales, rutas y destinos.

4.2.4. Clasificación de las empresas de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana, de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado

Tabla 7: Clasificación de las empresas de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana, de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado

	Indriver	Uber	Didi	Maxim	Cabify
Escala	26,53	22,72	20,58	18,12	16,85
Asimetría	-0,8479	-0,3080	0,0166	0,2150	0,3346
Curtosis	0,6896	-0,7835	-0,7476	-0,5126	-0,5102

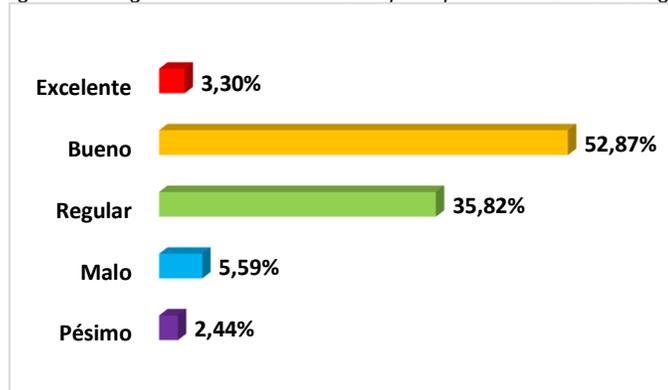
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 7 y según la clasificación Escala, las empresas de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana que proporcionan la mejor calidad de servicio son Indriver y Uber. Después de la aplicación de la función Curtosis, si bien Indriver queda líder, la segunda más favorita es Cabify. Se puede interpretar que el liderazgo de Indriver se debe al precio y la comodidad que se maneja, sobrepasando a su competencia más grande.

A pesar de que la Uber se encuentra en el último puesto, es la segunda empresa más conocida, pero se está quedando atrás de su competencia, principalmente por problemas legales que ha tenido en el país, lo cual ha bajado el número de conductores y usuarios en la plataforma. Frente a los otros medios de transportes privados, se puede intuir que la baja calificación obtenida en la encuesta se debe principalmente a la falta de conocimiento de la población respecto a estos mismos y por consiguiente a la falta seguridad que pueden generar en los usuarios.

4.2.5. Calificación del grado de seguridad los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Figura 7: Calificación del grado de seguridad los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 7, se aprecia que más del 55% de la muestra se encuentra satisfecha con el grado de seguridad los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana, mientras que más del 40% se encuentra insatisfecha. Se puede interpretar que los usuarios tienen duda en la seguridad a la hora de movilizarse con transporte privado y esto se debe a varios factores. En primer lugar, existe una falta de respeto de las normas de tráfico por parte de los automovilistas y de los motociclistas. Segundo, se observa que las autoridades locales carecen de medios para impedir estos comportamientos.

Dicho de otra manera, se nota que no hay autoridad de parte de la policía para hacer respetar estas reglas y normas, lo que da como consecuencia una cierta anarquía en las calles de Bucaramanga y su Área Metropolitana. Si se agrega a esto la forma de manejar de los conductores y la escasez de vías de circulación, los riesgos de robos y asaltos (Incluso en los medios de transporte privados), es normal que los usuarios no se sientan seguros. Por ello, se recomienda a las autoridades locales de la policía ser más severas con las infracciones generadas.

En lugar de levantar un comparendo, que en muchas ocasiones se puede evitar o reducir mediante corrupción, se debería inmovilizar el vehículo por un tiempo determinado para que los conductores aprendan. El otro punto, sería revisar todos los ejes de circulación y hacer que el tráfico sea más suave y cómodo para todos los usuarios, ya que el fenómeno de trancón se observa en todas las partes de la ciudad y esto, cual que sea el horario.

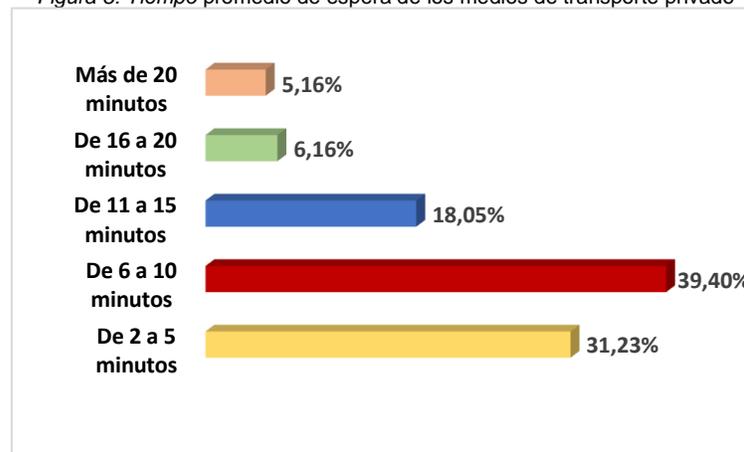
Tabla 8: Clasificación del grado de seguridad los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	17	2,44%
Malo	39	5,59%
Regular	250	35,82%
Bueno	369	52,87%
Excelente	23	3,30%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.6. Tiempo promedio de espera de los medios de transporte privado

Figura 8: Tiempo promedio de espera de los medios de transporte privado



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 8, más del 70% de la muestra considera el tiempo promedio de espera de los medios de transporte privado como aceptable, mientras que casi el 30% lo considera aceptable. Se puede interpretar que, la búsqueda de un buen precio en los transportes privados, puede conllevar un tiempo considerable. Esto se debe a factores económicos de Colombia, que provoca analizar los costos de todos los aspectos relacionados con la vida cotidiana y buscar bajarlos lo más que se pueda. Los administrativos de las aplicaciones de transporte privados deberían tener esto en cuenta e implementar una solución que beneficie y agilice el proceso de espera. Mejorando estos tiempos de frecuencia, se verá un aumento en la calidad del servicio y una mejor satisfacción de los usuarios.

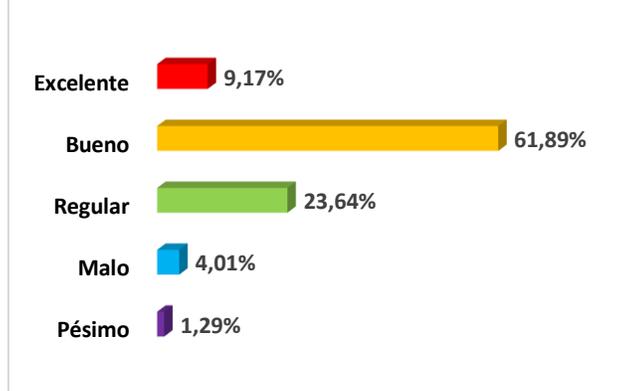
Tabla 9: Tiempo promedio de espera de los medios de transporte privado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
De 2 a 5 minutos	218	31,23%
De 6 a 10 minutos	275	39,40%
De 11 a 15 minutos	126	18,05%
De 16 a 20 minutos	43	6,16%
Más de 20 minutos	36	5,16%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.7. Calificación el grado de limpieza y el estado de los vehículos de estos medios de transporte

Figura 9: Calificación el grado de limpieza y el estado de los vehículos de estos medios de transporte



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 9, más del 70% de la muestra se encuentra satisfecha con el grado de limpieza y de las condiciones generales de las unidades de transporte privado, mientras que más del 25% se encuentra insatisfecha. Esto se debe a la modernidad y seguridad de estos vehículos, considerando además aspectos de confort, tales como como el aire acondicionado, asientos cómodos, además de otras fuentes de seguridad.

A menudo, estos accesorios se van desgastando por el uso cotidiano, lo que induce una mala percepción por parte de los usuarios. Se puede decir que el mercado del transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana, es constantemente renovado, por la fuerte competencia en este sector. Las empresas de transporte privado deberían exigir la limpieza muy frecuente de los vehículos y la renovación de todos los aspectos relacionados con la comodidad del usuario.

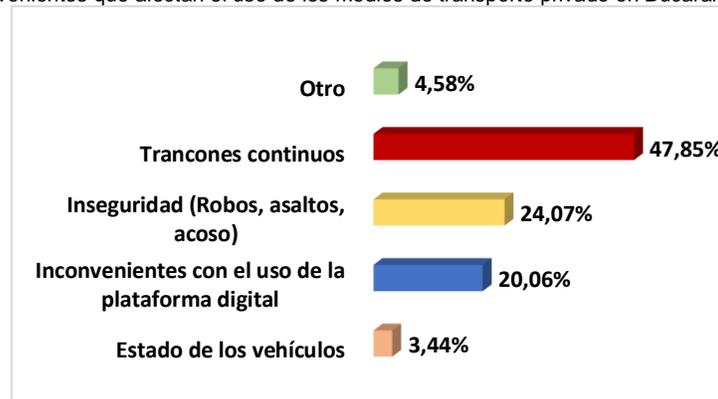
Tabla 10: Calificación el grado de limpieza y el estado de los vehículos de estos medios de transporte

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	9	1,29%
Malo	28	4,01%
Regular	165	23,64%
Bueno	432	61,89%
Excelente	64	9,17%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.8. Principales inconvenientes que afectan el uso de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Figura 10: Principales inconvenientes que afectan el uso de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 10, se observa que más del 45% de la muestra considera que el inconveniente principal que afecta el uso del transporte público de Bucaramanga y su Área Metropolitana radica en los trancones continuos, mientras que casi el 25% considera que radica en la inseguridad y más del 20% en los inconvenientes con el uso de la plataforma. Para lo que concierne a los trancones, se puede interpretar que la ciudad de Bucaramanga y su Área Metropolitana está experimentando un incremento poblacional continuo además de renovaciones constante de vías por parte del gobierno local que buscan solventar este problema a futuro, pero que genera trancones y esto concuerda con la ineficiencia de movilidad en las horas pico. En cuanto a los trancones continuos, se puede hacer referencia a los análisis realizados en los apartados 4.2.2 y 4.2.5. En cuanto a los inconvenientes con el uso de las plataformas digitales, las empresas de transporte privado deberían simplificar la forma de acceder a estas mismas, poniendo en valor las opciones que permiten acceder directamente al pedido de un vehículo.

Tabla 11: Principales inconvenientes que afectan el uso de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estado de los vehículos	24	3,44%
Inconvenientes con el uso de la plataforma digital	140	20,06%
Inseguridad (Robos, asaltos, acoso)	168	24,07%
Trancones continuos	334	47,85%
Otro	32	4,58%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.9. Clasificación de las variables que generan más satisfacción a nivel de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Tabla 12: Clasificación de las variables que generan más satisfacción a nivel de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

	Comodidad	Precio	Rapidez	Disponibilidad	Atención al cliente
Escala	25,51	23,86	23,84	23,61	23,71
Asimetría	-0,5094	-0,3361	-0,4841	-0,2461	-0,4238
Curtosis	-0,2815	-0,5688	-0,5271	-0,4711	-0,3964

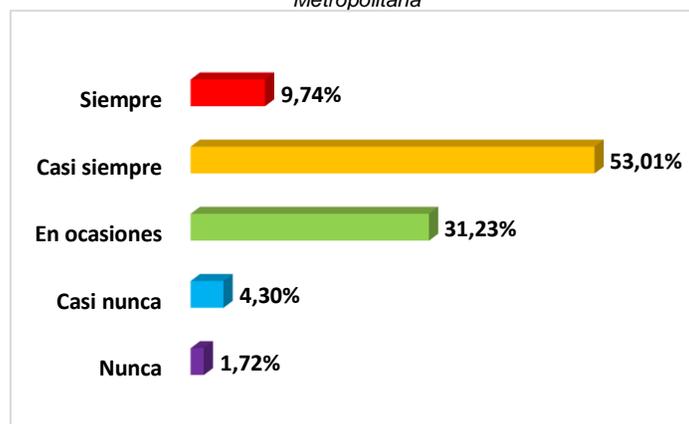
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 12 y según la clasificación de Escala, las variables que generan más satisfacción a nivel de los medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana son la *Comodidad*, el *Precio* y la *Rapidez*. El cálculo de asimetría que permite conocer las tendencias a corto y mediano plazo, evidencia que, si se hace la misma pregunta al mismo tipo de muestra dentro de 1 a 2 años, si bien los encuestados contestarán *Comodidad* como variable favorita, las dos siguientes serán *Rapidez* y *Atención al cliente*.

Después de la aplicación de la función Curtosis, se observa que, en realidad, las variables que generan más satisfacción son la *Comodidad*, la *Atención al cliente* y la *Disponibilidad*. Las empresas de transporte privado deberían revisar los precios aplicados, ya que, en algunas ocasiones son iguales o superiores a los de los taxis. Para lo que concierne la rapidez, se puede hacer referencia al análisis realizado en el apartado 4.2.2, agregando que la falta de rapidez se debe también al tiempo de búsqueda de un vehículo cercano que ofrece un precio competitivo.

4.2.10. Función apropiada y merecedora a los usuarios por parte de las empresas de medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Figura 11: Función apropiada y merecedora a los usuarios por parte de las empresas de medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 11, se aprecia que más del 60% de la muestra considera que las empresas de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana realizan una función apropiada y merecedora a los usuarios, mientras que más del 35% considera lo contrario. En este caso, se confirma que la mayoría de los encuestados percibe que los usuarios de medios de transporte privado los están tratados de forma digna y son considerados como personas. Tal como se ha mencionado anteriormente, esta percepción positiva tiene varios fundamentos si se realiza una comparación con los medios de transporte público: Condiciones de viajes indignas debido al número excesivo de personas en un mismo medio de transporte, falta de atención y de amabilidad por parte de los conductores, forma de manejar el vehículo y demora en la espera.

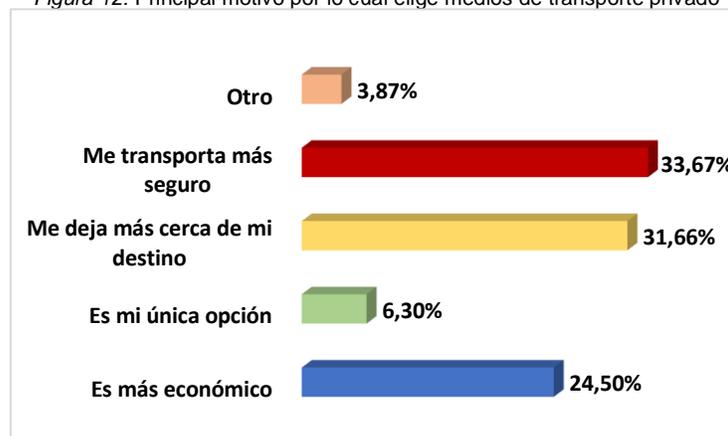
Tabla 13: Función apropiada y merecedora a los usuarios por parte de las empresas de medios de transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	12	1,72%
Casi nunca	30	4,30%
En ocasiones	218	31,23%
Casi siempre	370	53,01%
Siempre	68	9,74%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.11. Principal motivo por lo cual elige medios de transporte privado

Figura 12: Principal motivo por lo cual elige medios de transporte privado



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 12, más del 30% de la muestra, prefiere un medio de transporte privado porque lo transporta más seguro, mientras que para más del 30% es la opción que deja más cerca del destino y casi el 25% considera que es la opción más económica. Es evidente que cada ciudadano no dispone de un vehículo propio y que, en este caso, existen dos opciones: Usar los medios de transporte privado o usar los medios de transporte público (Como Bus y Metrolínea,.) ya que son mucho más económicos que los taxis. El otro punto es que a los bumanguenses no les gusta caminar y por ello buscan el medio de transporte que les permita llegar más cerca de su hogar y de su trabajo.

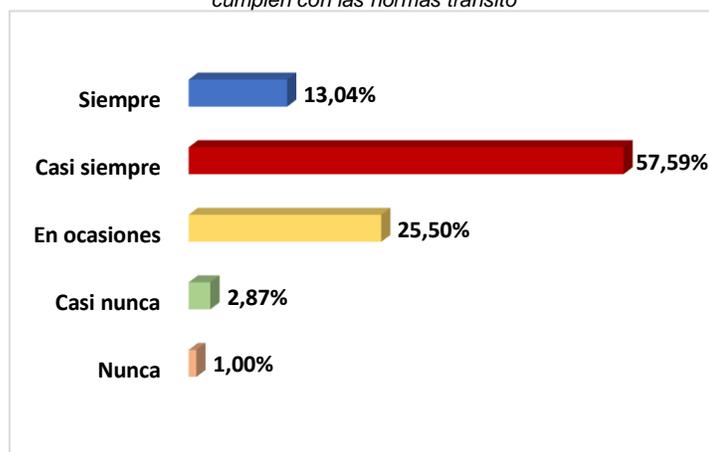
Tabla 14: Principal motivo por lo cual elige medios de transporte privado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Es más económico	171	24,50%
Es mi única opción	44	6,30%
Me deja más cerca de mi destino	221	31,66%
Me transporta más seguro	235	33,67%
Otro	27	3,87%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.12. Frecuencia con la que los conductores de medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana manejan de forma correcta y cumplen con las normas tránsito

Figura 13: Frecuencia con la que los conductores de medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana manejan de forma correcta y cumplen con las normas tránsito



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 13, más del 70% de la muestra considera que los conductores de medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana manejan de forma correcta y cumplen con las normas tránsito, mientras que casi el 30% opina lo contrario. Se puede interpretar que, en función de la aplicación de las normas de tránsito entre los conductores de transporte privado, en general gran parte de este rubro se apegan a las normas de tránsito establecidas. Esto se debe principalmente al gran número de comparendos que se colocan día a día en el Área metropolitana por parte de las autoridades de tránsito, lo cual genera miedo a los conductores.

Es de resaltar que, al ser plataformas ilegales, esto influye de manera directa en la actitud del conductor para evitar conflictos con las autoridades. Otro punto que se puede tener en cuenta, es el aumento de accidentes de tránsito en los últimos años en el Departamento de Santander, lo cual ha logrado poner en modo de alarma o precaución a los conductores, incitándolos principalmente a tomar más precauciones a la hora de manejar y por consiguiente a respetar un poco más las normas de tránsito.

Tabla 15: Calificación de la forma de manejar de los conductores de unidades de transporte público en Bucaramanga

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	7	1,00%
Casi nunca	20	2,87%
En ocasiones	178	25,50%
Casi siempre	402	57,59%
Siempre	91	13,04%
Total	698	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.13. Clasificación de los aspectos que se deberían mejorar en el servicio de los medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana

Tabla 16: Clasificación de los aspectos que se deberían mejorar en el servicio de los medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana

	Seguridad del cliente al usar el servicio	Trato del personal hacia los usuarios	Vehículos más recientes y limpios	Tiempo de llegada de los vehículos	Forma de manejar y cumplimiento con las normas de tránsito
Escala	22,87	22,10	21,97	21,95	21,41
Asimetría	-0,1902	-0,1473	-0,2025	-0,1413	-0,1111
Curtosis	-0,5326	-0,4690	-0,7716	-0,5516	-0,5834

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 16 y según la clasificación de Escala, los aspectos que se deberían mejorar en el servicio de los medios de transporte privado de Bucaramanga y su Área Metropolitana son la *Seguridad del cliente al usar el servicio* y el *Trato del personal hacia los usuarios*. El cálculo de asimetría evidencia que, si se hace la misma pregunta al mismo tipo de muestra dentro de 1 a 2 años, los encuestados contestarán *Vehículos más recientes y limpios* y *Seguridad del cliente al usar el servicio*. La aplicación de la función Curtosis, confirma que estas dos variables son las que más se deben mejorar.

Para lo que concierne el estado de los vehículos, se puede hacer referencia al análisis realizado en el apartado 1.2.7. Respecto a la *Seguridad del cliente al usar el servicio*, las empresas de transporte privado deberían seleccionar más cuidadosamente a los conductores, pidiéndoles todas las certificaciones legales demostrando un pasado judicial y disciplinario impecable. Es solo con estas herramientas de control que se podrá garantizar la seguridad de todos los usuarios.

4. Conclusiones

De acuerdo con el resultado de la investigación, se puede concluir lo siguiente:

- Más de la mitad de la muestra es joven en búsqueda de transporte rápido y cómodo.
- En cuanto a la seguridad, son usuarios de transporte informal y en particular mototaxis, ya que tienen una actitud más desafiante ante las leyes y las normas que la población adulta.
- El principal fuerte del transporte privado en Bucaramanga y su Área Metropolitana es la comodidad que representan estos vehículos en comparación con el transporte público.
- La ventaja que tiene este tipo de transporte en comparación con el transporte es la comodidad, debido a que la mayoría de los vehículos privados están acondicionados con herramientas extras.
- Los medios de transporte favoritos en Bucaramanga y su Área Metropolitana de acuerdo con la calidad del servicio proporcionado son el transporte privado y el bus. Por lo contrario, los menos favoritos son el Metrolínea, el mototaxi y el taxi.
- Las empresas de transporte privado favoritas son Indriver y Cabify. Es de resaltar que Uber, que es el retador de Indriver no goza de una popularidad muy alta, ya que por problemas legales que ha tenido en el país, ha debido que bajar su número de conductores, lo que hizo decrecer el número de usuarios en la plataforma.
- Los usuarios tienen duda en la seguridad a la hora de movilizarse con transporte privado, debido a la falta de respeto de las normas de tráfico por parte de los automovilistas y de los motociclistas y la falta de autoridad de la policía. Y a esto se puede agregar la forma de manejar de los conductores, la escasez de vías de circulación y los riesgos de robos y asaltos.
- El tiempo promedio de espera de los medios de transporte privado está considerado como aceptable por una mayoría de la muestra.
- La muestra considero que los vehículos de estas empresas son modernos y seguros considerando además aspectos de confort, tales como como el aire acondicionado.
- Los tres principales inconvenientes que afectan el uso de los medios de transporte privado son los trancones continuos, la inseguridad y los inconvenientes con el uso de la plataforma.
- Las variables que generan más satisfacción a nivel de los medios de transporte privado son la comodidad, la atención al cliente y la disponibilidad. Por lo contrario, los aspectos menos favoritos son el precio y la rapidez.
- La mayoría de los encuestados percibe que los usuarios de medios de transporte privado los están tratados de forma digna y son consideras como personas.
- Los motivos que hacen elegir los medios de transporte privado a los usuarios son el grado de seguridad proporcionado en comparación con los medios de transporte público y piratas, la cercanía del destino y la economía.
- Gran parte de los conductores de las empresas de transporte privado se apegan a las normas de tránsito establecidas. Esto se debe principalmente al gran número de comparendos que se colocan día a día en el Área Metropolitana por parte de las autoridades de tránsito, lo cual genera miedo a los conductores.
- Los dos aspectos que se deben mejorar en las empresas de transporte privado son tener vehículos más recientes y limpios y la seguridad del cliente al usar el servicio.

5. Recomendaciones

De acuerdo con los resultados del estudio, se recomienda a las empresas de transporte privado implementar las siguientes estrategias y tácticas:

- Tener en cuenta que los factores económicos inducen la búsqueda de las tarifas más bajas.
- Implementar una solución que beneficie y agilice el proceso de espera. Mejorando estos tiempos de frecuencia, se verá un aumento en la calidad del servicio y una mejor satisfacción de los usuarios.
- Exigir la limpieza muy frecuente de los vehículos y la renovación de todos los aspectos relacionados con la comodidad del usuario.
- Simplificar la forma de acceder a las plataformas digitales, poniendo en valor las opciones que permiten acceder directamente al pedido de un vehículo.
- Revisar los precios aplicados, ya que, en algunas ocasiones son iguales o superiores a los de los taxis.

- Sensibilizar a los conductores a nivel del respecto de las normas de tránsito y sancionarlos en caso de violación de dichas normas.
- Seleccionar más cuidadosamente a los conductores, pidiéndoles todas las certificaciones legales demostrando un pasado judicial y disciplinario impecable. Es solo con estas herramientas de control que se podrá garantizar la seguridad de todos los usuarios.

6. Bibliografía

- Assoul, D. (2020). *Fidélisation de la clientèle au sein des compagnies d'assurance*. Bejaia: Université Abderrahmane Mira.
- Benyoussef, A. (2017). Service orientation as a strategic marketing tool: The moderating effect of business sector. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 40-61.
- Bolton, R. (2018). Customer experience challenges: bringing together digital, physical and social realms. *Journal of Service Management*, 1-62.
- Carmen, R. (2016). Customer loyalty using customer relationship management. *Management Strategies Journal*, 285-288.
- Duran, D. (2021). *Investigación de mercados para evaluar la calidad del servicio al usuario de las empresas prestadoras de servicio de transporte público en la ciudad de Bucaramanga, año 2021*. Bucaramanga: Unidades Tecnológicas de Santander.
- East, R. (2016). *Consumer behaviour: Applications in marketing*. London: Sage.
- Esmailpour, M. (2017). Investigating the impact of service quality dimensions on reputation and brand trust. *Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 7-17.
- Ferrer, G. (2016). *Investigación comercial*. Madrid: Esic.
- Gheorghe, L. (2018). Management model of ecotourism services quality analyze. *Romanian Statistical Review*, 46-57.
- Hanana, E. (2016). Proposition d'un instrument de mesure de la qualité de service perçue par les usagers des administrations publiques Marocaines. *European Cientific Journal*, 289-306.
- Jouny, E. (2017). Determinants of services co-creation with business customers. *Journal of Services Marketing*, 85-103.
- Khalouki, H. (2016). Les déterminants de la qualité dans les services. *Revue d'Etudes en Management et Finance d'Organisation*, 1-16.
- Kunz, W. (2017). Customer engagement in a big data world. *Journal of Services Marketing*, 161-171.
- Mbassi, J. (2019). Public Service Quality and Citizen-Client's Satisfaction in Local Municipalities. *Journal of Marketing Development and Competitiveness*, 110-123.
- Mohammedil, N. (2018). *Essai de diagnostic de la politique de fidélisation dans le secteur des assurances*. Bejaia: Université Abderrahmane Mira de Bejaia.
- N'Goala, G. (2019). *Augmented Customer Strategy: CRM in the Digital Age*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Omar, A. (2017). Extensive knowledge in marketing management. *Economic and Social Development: Book of Proceedings*, 314-321.
- Othman, B. (2019). The influences of service marketing mix on customer loyalty towards Umrah travel agents: Evidence from Malaysia. *Management Science Letters*, 865-876.
- Reic, I. (2016). *Events marketing management: A consumer perspective*. New York: Routledge.
- Valentini, T. (2016). Satisfacción des visiteurs et comportement du personnel de contact. *Management Avenir*, 141-157.
- Vargo, S. (2017). Service-dominant logic 2025. *International Journal of Research in Marketing*, 46-67.
- Zghidi, A. (2017). Service orientation as a strategic marketing tool: the moderating effect of business sector. *nternational Business Journal*, 1-21.

8. Anexos: Corresponde a las evidencias de realización y resultados de proyecto y a las herramientas desarrolladas y/o utilizadas en su ejecución.

* *Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)*

** *PA: Plan de Aula, PI: Proyecto integrador, TG: Trabajo de Grado, RE: Reda*