

ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS
USUARIOS DEL TERMINAL DE TRANSPORTE TERRESTRE DE DUITAMA

Presentado por:

JULIETH CORINA FONSECA RIVERA

HEIDY JULIET SANCHEZ BUITRAGO

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TEGNOLOGICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TUNJA

2015

ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS
USUARIOS DEL TERMINAL DE TRANSPORTE TERRESTRE DE DUITAMA

Presentado por:

JULIETH CORINA FONSECA RIVERA

HEIDY JULIET SANCHEZ BUITRAGO

Director:

HECTOR HUGO MORA

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA Y TECNOLÓGICA DE COLOMBIA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TUNJA

2015

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. Introducción.....	10
2. Tema.....	12
3. Planteamiento del problema.....	13
3.1 Formulación del problema.....	15
4. Justificación.....	16
5. Objetivos.....	18
5.1 Objetivo general.....	18
5.2 Objetivos específicos.....	18
6. Marco de referencia.....	19
6.1 Marco teórico.....	19
6.1.2 Investigación de mercados	19
6.1.3 El mercado.....	19
6.1.4 El mercado objetivo.....	19
6.1.5 Análisis del mercado	19
6.1.6 Necesidades y el consumidor.....	20
6.1.7 Identificar necesidades y deseos.....	20
6.1.8 Porque los negocios necesitan comprender el reconocimiento de la necesidad.....	21
6.1.9 Diseño de la investigación de mercados.....	21

6.1.10 Clasificación de los diseños de la investigación de mercados.....	21
6.1.11 Investigación exploratoria.....	21
6.1.12 Investigación concluyente.....	22
6.1.13 Investigación descriptiva.....	22
6.1.14 Diseños transversales.....	22
6.1.15 Diseños transversales simples.....	23
6.1.16 Diseños transversales múltiples.....	23
6.1.17 Investigación causal.....	23
6.1.18 Variables de segmentación de mercados.....	24
6.1.19 variables demográficas.....	24
6.1.20 Variables geográficas.....	24
6.1.21 Variables pictográficas.....	24
6.1.22 Variables de posición del usuario o de uso.....	24
6.1.23 Los servicios.....	25
6.1.24 Características de los servicios.....	25
6.1.25 Desarrollo de un concepto de servicio para un segmento específico.....	26
6.1.26 Sistemas de medición y satisfacción de clientes.....	27

6.1.27 Calidad de servicio percibida por el cliente.....	27
6.2 Marco conceptual.....	29
6.3 Marco geográfico.....	33
6.3.1 localización de la ciudad de Duitama.....	33
6.3.2 localización del terminal de transporte.....	34
6.3.3Población total Duitama.....	35
6.4 Marco legal.....	36
7 .Diseño metodológico.....	39
7.1 Tipo de investigación.....	39
7.1.2 Método de investigación.....	39
7. 2 Fuentes de información.....	39
7.2.1Fuentes primarias.....	39
7.2.2Fuentes secundarias.....	39
7.3 Población universo.....	39
7.3.1 Tipo de muestreo.....	39
7.3.2Tamaño de la muestra.....	40
8. Cronograma de actividades.....	42
9. Resultados de la encuesta realizada a los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad Duitama.....	43
9.1 Genero de los encuestados.....	44
9.2 Edad de los encuestados.....	45

9.3 Lugar de procedencia.....	46
9.4 Ciudad de destino.....	47
9.5 Aseo en el terminal de transporte.....	48
9.6 Atención al cliente.....	49
9.7 Seguridad.....	50
9.8 Movilidad.....	51
9.9 Puntualidad en los itinerarios.....	53
9.10 Servicio de baños.....	54
9.11 Frecuencia en el servicio de transporte.....	55
9.12 Tiempo utilizando el terminal de transporte.....	56
10. Plan de mejoramiento.....	57
10.1 Deficiencias en el servicio.....	57
10. 2 Oportunidades y estrategias para mejorar.....	58
10.2 .1 Seguridad.....	58
10. 2. 2 Atención al cliente.....	59
10.2.3 Aseo.....	60
10.2.4 Servicio de baños.....	60
10.2.5 Movilización.....	60
10.2.6 Puntualidad en los itinerarios.....	61

10.2.7Actividades para mejorar.....	61
11. Conclusiones.....	66
12. Recomendaciones.....	67
Bibliografía.....	68
Infografía.....	70
Anexos.....	71

Lista de tablas	Pág.
Tabla 1. Tabla poblacional de Duitama 2014.....	35
Tabla 2. Cronograma de actividades.....	42
Tabla 3. Actividades para mejorar.....	61

Lista de imágenes	Págs.
Ilustración 1. Mapa. Localización.....	33
Ilustración 2. Ubicación del Terminal.....	34

1. Introducción

Este trabajo se hace con el fin de generar un proyecto de investigación - acción, el cual debe generar nuevas alternativas para el buen manejo y desarrollo, del terminal de transportes que corresponde a la ciudad de Duitama. El cual se encuentra ubicado en el centro de la ciudad. Por lo que resulta ser un problema de seguridad ya que dentro y fuera de este, encontramos diversas formas de actividad mercantil que corresponden al personal civil, para el sustento como forma de rebusque en las calles. Por lo que encontramos y es visible, la gran cantidad de personas que se sitúan en este establecimiento, y de cierto modo es una incomodidad para los usuarios del servicio de transporte terrestre. Ya que el usuario, quiere tener un viaje que presente comodidad; es decir los pasajeros no esperan que en su viaje encuentren inconvenientes de ningún tipo y que su seguridad sea garantizada.

Por lo que se derivan ciertos inconvenientes que hacen constar la mala organización y el mal servicio de estas empresas de transportes por lo que el mismo terminal de transportes de la ciudad de Duitama, genera una mala administración que no logra crear alternativas para un mejor manejo de este.

Es así como se pretende identificar las necesidades y expectativas de los usuarios lo cual permitirá tener una visión más clara acerca del comportamiento de los usuarios frente a los servicios que el terminal le ofrece y de esta manera determinar el grado de satisfacción.

Lo que se quiere hacer con el desarrollo de este proyecto, es generar alternativas de cambio que garanticen tanto la seguridad, como el manejo de mercados que se encuentran dentro del terminal de transportes, también el buen manejo de la empresas de transporte terrestre que prestan el

servicio, generando una nueva forma de establecer una clasificación, más alta de las rutas, y el conocimiento por parte de las personas o de los usuarios, del personal trabajador de cada empresa. Esto con el fin de no concebir inconvenientes, en cuanto a la seguridad de los usuarios y en ocasiones el acoso por parte de las mismas empresas que ofrecen el servicio de viaje a diversas ciudades o pueblos.

2. Tema

Estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama

3. Planteamiento del problema

Teniendo en cuenta que La satisfacción del cliente se ha convertido en un objetivo principal para muchas empresas y terminales de Transporte.

Es primordial llevar a cabo un seguimiento de las necesidades y expectativas de los usuarios del terminal para de esta manera definir acciones y estrategias que permitan brindar un servicio oportuno y de calidad de igual manera garantizar la seguridad, movilidad, accesibilidad y comodidad de los usuarios.

El terminal de transporte terrestre es aquel espacio físico en el cual terminan y comienzan todas las líneas de servicio de transporte de una determinada región y supone un importante movimiento de personas y vehículos en los terminales también se pueden adquirir varios servicios que van desde pasajes hasta de consumos alimenticios.

En la ciudad de Duitama existe un terminal de transporte terrestre que cuenta con once empresas afiliadas en origen y dos en tránsito, estas empresas cubren tramos de más o menos 40 kilómetros en promedio. Registra en promedio aproximadamente 30.960 despachos mensuales moviliza alrededor de 16.280 pasajeros diarios y lleva sus controles a través de planilla diseñadas para tal fin.

Las empresas transportadoras que utilizan el terminal de duitama son autoboy, cooflonorte, cooflotax, coopetran, cootra del sol, cootracero, cootrachica, rápido duitama, cootrasoata, cootradatil, cootrans, cootransval, expreso paz del rio y sugamuxi,

Actualmente el servicio que brinda el terminal de transporte de Duitama presenta deficiencias en cuanto al orden funcional, ambiental y social debido a que se localiza en la zona central de la

ciudad también carece de servicios operacionales y auxiliares que se requieren para el cumplimiento de las funciones de la actividad del transporte que se lleva a cabo desde este centro de movilidad.

El terminal tiene espacios reducidos para, salas de espera, venta de tiquetes, parqueo, plataforma de ascenso y descenso de pasajeros, áreas de circulación interna y operativa, falta espacio asignado para guardar equipaje, falta espacio para cargue y descargue de mercancías, faltan salas de descanso para conductores, falta puesto de información y falta caseta de control de ingreso de vehículos.

Es así como se ve afectado el tiempo y recorrido de accesos y salida; la seguridad y confiabilidad y control del servicio ofrecido a los usuarios y las condiciones de movilidad, físicas, ambientales y sociales de la ciudad.

Por ello es importante realizar un estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte de Duitama lo cual permitirá conocer en detalle las necesidades y requerimientos de los usuarios para poder satisfacer sus expectativas y lograr definir las estrategias y acciones adecuadas para el óptimo desempeño de la organización con un servicio eficiente debido a que el transporte de pasajeros es un servicio público esencial y básico para la población

3.1 Formulación del problema

¿Existe satisfacción por parte de los usuarios del terminal de transportes de la ciudad de Duitama?

4. Justificación

Este proyecto, se hace por la gran insatisfacción que se ha presentado en el transcurso del tiempo, con el manejo y las diversas administraciones del terminal de transportes de la ciudad de Duitama. Por lo que se ha logrado ver que desde hace ya tiempo, este sitio presenta grandes inconvenientes y problemáticas que van más allá de la organización y el plan administrativo que ha generado cada administración para un mejor manejo y servicio.

Este proyecto se desarrolla con la única intención, de mejorar las diversas situaciones y problemáticas, que resultan ser visibles, para los usuarios que tienen acceso al servicio de viajes que presta el terminal de transportes de la ciudad de Duitama. Esto con el fin de generar soluciones a este tipo de problemáticas, las cuales tienen que ver con la insalubridad del terminal, y lo que es notorio el mal olor que se genera de las alcantarillas, el mal manejo de personal por parte de las empresas de transporte, la seguridad que en este establecimiento no es garantizada, el seguimiento de salubridad de los establecimientos de mercados que ofrecen comestibles, la distorsión y desorden por parte de las personas que prestan el servicio de ventas ambulantes con el fin del rebusque en las calles. Entre otras problemáticas. Que hacen que este terminal sea un establecimiento de mal gusto, que da de que hablar, y por supuesto que sea notoria la mala administración, que no da la importancia que deberían tener este tipo de problemáticas.

Con base a lo anterior se quiere dar a conocer la inconformidad de las personas que utilizan estos servicios. Por lo que se quiere lograr dejar claro un proceso de seguimiento que sea cumplido, por parte de todas las personas que integran el servicio del terminal de transportes de la ciudad de Duitama. Esto para generar una nueva coordinación y alternativas de cambio, sobre las

problemáticas encontradas. Y como se avecina la sustitución de este terminal por uno nuevo, la idea es que este tipo de problemáticas no se avecinen ni sean vigentes en el nuevo terminal de transporte.

Este trabajo tiene como finalidad realizar un estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama que permita tener claridad de las necesidades y requerimientos de los usuarios para de esta manera crear estrategias y acciones concretas que permitan mejorar en la prestación del servicio oportuno y con calidad.

Todo esto, por una seguridad social, un mejor manejo que garantice orden, sanidad, comodidad, seguridad, y tranquilidad a las personas que frecuentan, este tipo de servicios, todo en mejora de este establecimiento.

5. Objetivos

5.1 objetivo general

Realizar un estudio de mercado para determinar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del terminal de transporte terrestre de Duitama

5.2 objetivos específicos

- Conocer las necesidades y expectativas de los usuarios del terminal de transporte terrestre de Duitama
- Determinar el nivel de calidad de los servicios brindados por el terminal de transporte terrestre de Duitama en cuanto a atención, seguridad, movilidad, comodidad, accesibilidad y aseo.
- Crear estrategias que permitan mejorar la percepción del servicio que tiene el terminal de transporte terrestre de Duitama.

6. Marco de referencia

6.1 Marco teórico

6.1.2 Investigación de mercados

(Céspedes, 2000) afirma que la investigación de mercados consiste en la reunión, registro y análisis de todos los datos sobre problemas relacionados con la transferencia y venta de servicios y productos del productor al consumidor.

6.1.3 El mercado

(Céspedes, 1992) afirma que el mercado es el conjunto de consumidores individuales, que pueden, quieren y están dispuestos a comprar un producto dado. En este sentido, el fabricante o distribuidor utiliza la palabra mercado posesivamente y con un significado de presente o futuro

6.1.4 El mercado objetivo

(Céspedes, 1992) afirma que el mercado objetivo es un conjunto de clientes bien definido cuyas necesidades la compañía planea satisfacer y hacia el que la organización trata de orientar su esfuerzo de mercadotecnia.

6.1.5 Análisis del mercado

(Céspedes, 2000) afirma que el análisis del mercado se realiza Para identificar las oportunidades que existen en un mercado determinado. Existe gran semejanza entre el proceso de analizar un mercado para un producto y analizar un mercado para un servicio. Esto se debe a que los elementos involucrados – definir el mercado, describirlo y analizarlo- tienen que ver esencialmente con necesidades y deseos humanos.

6.1.6 Necesidades y el consumidor

No es suficiente que exista una necesidad del bien o servicio para que las personas lo compren.

Según (Céspedes, 2000)

Los consumidores compran productos o servicios porque los necesitan para satisfacer las necesidades; por consiguiente quienes producen para vender, deben conocer esas necesidades y sus características, determinando lo que motiva a las personas a comprar un producto o servicio. Algunas razones de motivación pueden ser fundamentales o económicas otras dependen de la conducta del individuo influenciado por aspectos psicológicos familiares y sociales. Estos aspectos deben ser conocidos y estudiados para poder ajustar el producto o servicio a las necesidades del consumidor y a su forma de actuar en el mercado.

Debemos tener en cuenta que el concepto fundamental que sustenta la mercadotecnia es el de las necesidades humanas incluyendo las físicas, sociales y las individuales. Estas necesidades son una parte básica de la constitución humana.

6.1.7 Identificar necesidades y deseos

(Cowell, 1989) afirma que las necesidades y deseos que no están determinados no están estimados y no se satisfacen, se pueden averiguar en varias formas, sin que ninguna de ellas sea mutuamente exclusiva.

-Se puede llegar a ellos intuitivamente una operación exitosa de servicio puede surgir simplemente de una buena idea que no se basa en demandas de los clientes ni en cuidadosa investigación de mercados la idea inicial puede depender nada más que de conocimiento y experiencia.

(Cowell, 1989) afirma que las necesidades y deseos pueden deducirse de una investigación formal de mercadeo en que se utilice un método lógico y ordenado para recoger datos y analizar e interpretar sistemáticamente los resultados .En la práctica se utiliza investigación e intuición con base en experiencia y en criterio personal.

6.1.8 Porque los negocios necesitan comprender el reconocimiento de la necesidad

Un beneficio potencial de la comprensión del reconocimiento de la necesidad es que puede revelar oportunidades, que una empresa pudiera explotar. La identificación de un segmento de mercado con deseos insatisfechos le proporciona a las empresas nuevas oportunidades de venta.La existencia de necesidades y deseos no satisfechos erige las bases para la creación de nuevos negocios y de las innovaciones de productos para el futuro.

6.1.9 Diseño de la investigación de mercados

(Malhotra, 1997) afirma que el diseño de investigación es un esquema o programa para realizar el proyecto de investigación de mercados. Especifica los detalles de los procedimientos que son necesarios para obtener la información requerida, para resolver los problemas de investigación de mercados.

6.1.10 Clasificación de los diseños e la investigación de mercados

En general los diseños de investigación se clasifican como exploratorios o concluyentes.

6.1.11 Investigación exploratoria

(Malhotra, 1997) afirma que el objetivo principal de la investigación exploratoria es proporcionar información y comprensión del problema que enfrenta el investigador. Este tipo de

investigación se utiliza en los casos donde es necesario definir el problema con más precisión y obtener información adicional antes de que pueda definirse el enfoque.

6.1.12 Investigación concluyente

(Malhotra, 1997) afirma que la investigación concluyente está diseñada para ayudar a quien toma las decisiones a determinar, evaluar y elegir el mejor curso de acción en una situación específica. Este tipo de investigación por lo general es más formal y se basa en muestras grandes y los datos obtenidos se someten a un análisis cuantitativo.

6.1.13 Investigación descriptiva

(Malhotra, 1997) Afirma que la investigación descriptiva es un tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado.

La investigación descriptiva se realiza por las siguientes razones: describir las características de grupos pertinentes, como consumidores, vendedores, organizaciones o áreas de mercado, calcular el porcentaje de unidades de una población específica que muestran cierta conducta, determinar el grado en que las variables de marketing están asociadas y hacer predicciones específicas.(p.82)

6.1.14 Diseños transversales

(Malhotra, 1997) Afirma que el estudio transversal es el diseño descriptivo de mayor uso en la investigación de mercados. Los diseños transversales implican obtener una sola vez información de cualquier muestra dada de elementos de la población. Pueden ser transversales simples o transversales múltiples.

6.1.15 Diseños transversales simples

(Malhotra, 1997) Afirma que es un diseño transversal donde se extrae una única muestra de encuestados de la población meta y se obtiene información de esa muestra una sola vez. Estos diseños se conocen también como diseños de la investigación de encuesta por muestreo.

6.1.16 Diseños transversales múltiples

(Malhotra, 1997) Afirma que es un diseño transversal donde hay dos o más muestras de encuestados, y de cada muestra se obtiene información una sola vez. Es común que la información de las diferentes muestras se obtenga en momentos distintos durante largos intervalos. Los diseños transversales múltiples permiten comparaciones en conjunto, pero no a nivel del encuestado individual.

6.1.17 Investigación causal

(Malhotra, 1997) Afirma que la investigación causal es un tipo de investigación concluyente donde el principal objetivo consiste en obtener evidencia de relaciones causales (causa- efecto) requiere un diseño planeado y estructurado. La principal técnica que utiliza la investigación causal es la experimentación.

La investigación causal es apropiada para los siguientes propósitos: entender que variables son la causa (variables independientes) y cuales son el efecto (variables dependientes) de un fenómeno, determinar la naturaleza de las relaciones entre variables causales y el efecto que se va a predecir. (P.89)

6.1.18 Variables de segmentación de mercados

Para segmentar un mercado es necesario considerar una serie de variables que nos brindaran la posibilidad de hacerlo de manera clara y precisa.

Las variables de segmentación que deben ser consideradas en la segmentación del mercado son;

6.1.19 variables demográficas: edad, sexo, nivel socio-económico, estado civil, nivel de instrucción, religión.

6.1.20 Variables geográficas: son variables ambientales que dan origen a las diferencias en la personalidad de comunidades por su estructura geográfica. Encontramos variables como; unidad geográfica, condiciones geográficas, raza, tipo de población.

6.1.21 Variables pictográficas: en la actualidad las variables pictográficas han tenido una influencia total en los motivos y decisiones de compra del consumidor, no son claramente perceptibles y no siempre pueden medirse, sin embargo, representan un excelente medio para posicionar y comercializar los productos de una empresa, por lo que merecen ser estudiadas con detenimiento. Estas son las variables .grupos de referencia, clase social, cultura, ciclo de vida familiar, motivos de compra.

6.1.22 Variables de posición del usuario o de uso: este grupo de variables se refiere, tal como lo indica su nombre, a la disposición que tiene el consumidor ante la posible compra de un producto, es decir, a la posición que juega dentro de nuestro segmento de mercado.la clasificación que puede hacerse del mismo seria la siguiente: frecuencia de uso, ocasión de uso, tasa de uso, lealtad disposición de compra.

6.1.22 Los servicios

American Marketing Association [AMA] (1962) define “los servicios como las actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en venta o se suministran con respecto a la venta de bienes.”

Un refinamiento de la definición de AMA es

Los servicios son aquellas actividades identificables por separado, esencialmente intangibles que dan satisfacción a deseos y que no están necesariamente ligadas a la venta de un producto u otro servicio. Sin embargo cuando se requiere ese uso, no hay ninguna transferencia de título (propiedad permanente) a estos bienes tangibles. (p.24)

(Kotler, 1965) afirma que “un servicio es cualquier actividad o beneficio que una parte puede ofrecer a otra. Es esencialmente intangible y no se puede poseer. Su producción no puede porque ligarse necesariamente a un producto físico”

6.1.24 Características de los servicios

Intangibilidad

(Armario, 2004) Afirma que la intangibilidad permite diferenciar los servicios de los productos, refiriéndose está a la imposibilidad de apreciar los servicios por los sentidos antes de su adquisición, implicando que los resultados no puedan ser medidos, comprobados y verificados para asegurar su calidad antes de la venta.

De ahí que los criterios que utilicen los consumidores para evaluar la calidad de un servicio puedan llegar a ser muy complejos y difíciles de definir con precisión

Inseparabilidad

(Armario, 2004) afirma que la inseparabilidad hace referencia a la simultaneidad en la producción y el consumo del servicio si el servicio lo presta una persona, esta es también parte de él y tanto el suministrador como el cliente afectan el resultado final de la prestación del servicio.

Existe una relación directa entre el cliente y el proveedor, ya que el servicio se produce y se consume en el mismo momento. El cliente participa activamente en el proceso de producción por ello se personaliza el intercambio.

Caducidad

(Armario, 2004) Los servicios no pueden ser almacenados, dificultando ello la sincronización de la oferta y la demanda. Las empresas de servicios pueden tener ciertos problemas si la demanda fluctúa significativamente, ya que no pueden disponer de la flexibilidad que los stocks o inventarios ofrecen en el caso de las empresas que se dedican a la fabricación de bienes tangibles.

Esto no significa que las empresas de servicios no dispongan de otras técnicas o instrumentos que les permitan en la medida de lo posible intentar equilibrar oferta y demanda.

6.1.25 Desarrollo de un concepto de servicio para un segmento específico

Como puede desarrollar una empresa el concepto de servicio apropiado para un segmento particular que es su objetivo?.Es necesaria una investigación para identificar que atributos de un

servicio determinado son importantes para segmentos específicos del mercado y que tan bien perciben los clientes potenciales el desempeño de las organizaciones competidoras respecto a esos atributos, las estrategias deben reconocer que los mismos individuos pueden establecer diferentes prioridades para los atributos, conformé: Al propósito de utilizar el servicio, a quien toma la decisión, al momento del empleo, a si el individuo esta utilizando el producto o servicio el solo o con un grupo. También es importante identificar a la persona que va a tomar la decisión de seleccionar un servicio específico. El vendedor necesita determinar en primer lugar cuales atributos son importantes para el cliente en la selección del intermediario, en segundo, cuales atributos son importantes para el intermediario en la selección del proveedor del servicio.

6.1.26 Sistemas de medición y satisfacción de clientes

La medición del cliente debe ser un sistema permanente de información y mejora. puede realizarse por medio de: entrevista por encuestador externo, entrevista por personal interno, encuesta por correo o en el lugar, entrevista por teléfono, grupo focus, tiempo en el mostrador, consejo de clientes.

6.1.27 Calidad de servicio percibida por el cliente

Según Zeithaml (1988), la calidad de servicio percibida por el cliente es definida como la valoración que este hace de la excelencia o superioridad del servicio.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) señalan que los clientes tienen más dificultades para evaluar la calidad de los servicios que la calidad de los productos, ya que la primera incluye evaluaciones no solo de los resultados obtenidos sino también del proceso de prestación del servicio. Además, las percepciones de calidad derivan de la comparación de las expectativas del cliente con el resultado actual que recibe el servicio.

La calidad del servicio percibida por el cliente puede ser conceptualizada como una valoración global, altamente subjetiva, similar a una actitud (Bitner, 1990; ZEITHAML, 1988), relacionada pero no equivalente a la satisfacción, que implica un proceso de evaluación continuada en el tiempo.

6.2 Marco conceptual

Deseo: medio privilegiado de satisfacer una necesidad.

Demanda potencial: productos específicos que compensan ese deseo.

Investigación: la etimología del término "investigación" nos sirve bastante bien como primera aproximación: la palabra proviene del latín *in* (en) y *vestigare* (hallar, inquirir, indagar, seguir vestigios). De ahí el uso más elemental del término en el sentido de "averiguar o describir alguna cosa".entonces puede definir una investigación como búsqueda de conocimientos o de soluciones a ciertos problemas. Cabe destacar que una investigación, las actividades que se realizan dentro de un proceso investigativo incluyen la medición de fenómenos, la comparación de los resultados obtenidos y la interpretación de éstos en función de los conocimientos actuales. También se pueden realizar encuestas para buscar el objetivo.

Mercado real o actual: es el formado por el conjunto de personas que en la actualidad ya compran un determinado bien o servicio. Esta formado por el mercado propio de la empresa, el que dispone en un momento dado y el mercado de la competencia.

Market test o mercado de prueba: significa la elección de una zona geográfica o grupo de clientes maso menos representativo, sobre el cual se prueba un determinado plan de marketing. Puede ser un lanzamiento de producto, una acción de publicidad, etc. más tarde se hará una extrapolación cualitativa, y si es posible cuantitativa, al mercado potencial.

Percepción: se define el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo.

¹**Investigación exploratoria.** Es apropiada para las primeras etapas del proceso de toma de decisiones. Esta investigación se diseña con el objeto de obtener una investigación preliminar de la situación, con un gasto mínimo en dinero y tiempo. Está caracterizado por su flexibilidad para que sea sensible a lo inesperado y para descubrir ideas que no se habían reconocido previamente. Es apropiada en situaciones en las que la gerencia está en busca de problemas u oportunidades potenciales de nuevos enfoques, de ideas o hipótesis relacionadas con la situación; o desea, una formulación más precisa del problema y la identificación de variables relacionadas con la situación de decisión. el objetivo es ampliar el campo de las alternativas identificadas, con la esperanza de incluir la alternativa "mejor".

²**Investigación concluyente.** suministra información que ayuda al gerente a evaluar y seleccionar la línea de acción. el diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales. esto comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionados con la investigación. algunos de los posibles enfoques de investigación incluyen encuesta, experimentos, observaciones y simulación.

¹ <http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/investigacion-exploratoria-y-algunos-aportes-a-la-investigacion-de-mercados.htm>

² http://www.enfasis.com.gt/site/index.php?option=com_content&view=article&id=63&Itemid=71

³La **investigación cuantitativa** es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La **investigación cualitativa** evita la cuantificación. Los investigadores cualitativos hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante y las entrevistas no estructuradas. La diferencia fundamental entre ambas metodologías es que la cuantitativa estudia la asociación o relación entre variables cuantificadas y la cualitativa lo hace en contextos estructurales y situacionales. La investigación cualitativa trata de identificar la naturaleza profunda de las realidades, su sistema de relaciones, su estructura dinámica. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada.

⁴**Marco muestral:** grupo de personas objetivo del estudio.

⁵**Muestra:** colección de unidades seleccionadas de un marco o de varios marcos que son parte representativa de la población.

⁶**Población:** colección de elementos acerca de los cuales podemos hacer una inferencia.

⁷**Rentable:** Que produce renta suficiente o remuneradora.

³ http://www.enfasis.com.gt/site/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=81

⁴ <http://html.rincondelvago.com/conceptos-y-muestreo.html>

⁵ http://www.artedinamico.com/portal/sitio/diccionario_indice.php?c=232&categoria=13

⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Poblaci3n_estadística

⁷ <http://www.iahorro.com/ahorro/diccionario>

⁸**Sector:** cada una de la partes de una colectividad, grupo o conjunto que tiene caracteres peculiares y diferenciados.

Segmentación: Acto de dividir un conjunto en varios subconjuntos, de tal forma que las unidades que componen estos grupos sean homogéneas entre si, siendo los segmentos formados lo más heterogéneo posibles entre ellos.

⁹**Segmento:** Porción o parte cortada o separada de una cosa, de un elemento geométrico o de un todo.

¹⁰**Unidad de muestreo:** colecciones de elementos de la población que cubren una población completa.

Terminal de transporte: hace referencia a aquel espacio físico en el cual terminan y comienzan todas las líneas de servicio de transporte de una determinada región

⁸ <http://es.wikipedia.org/wiki/Sector>

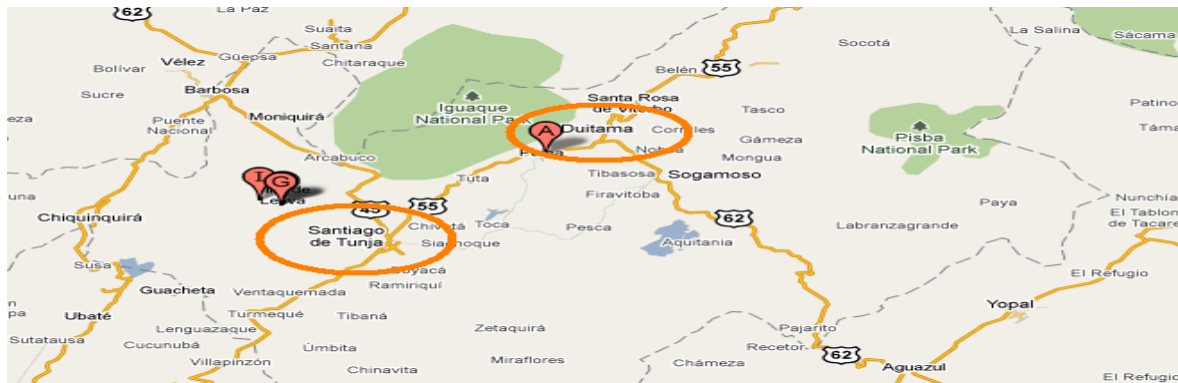
⁹ http://www.vitutor.com/geo/eso/el_3.html

¹⁰ <http://www.slideshare.net/produceideas/muestreo-1436328>

6.3 Marco geográfico

6.3.1 localización de la ciudad de Duitama

Ilustración 1 Mapa: localización



Fuente:<https://www.google.es/maps/place/Duitama,+Boyac%C3%A1/@5.8253504,-73.0329242,15z/data=!4m2!3m1!1s0x8e6a3f0ad0938d85:0xafd378f5d39f432>

Su localización geográfica estratégica como cabeza de la provincia del Tundama y parte fundamental del corredor industrial de las cuatro provincias de mayor desarrollo del Departamento de Boyacá (Occidente, provincia del Centro, Tundama y Sugamuxi) así como sus fortalezas en la producción y sus tradiciones históricas, reflejadas principalmente en su patrimonio cultural, histórico, natural y paisajístico y, en la prestación y la tradición de los servicios educativos, le han permitido consolidarse como la ciudad de mayor jerarquía de su provincia y polo de desarrollo regional.

Duitama Limita por el norte con el departamento de Santander, Municipios de Charalá y Encino; por el sur con los Municipios de Tibasosa y Paipa; por el oriente con los Municipios de Santa Rosa de Viterbo y Belén; y por el occidente con el Municipio de Paipa.

6.3.2 localización del Terminal de transporte de Duitama

Ilustración 2 ubicación terminal



Fuente: [//www.google.es/maps/place/Duitama,+Boyacá/@5.8816405,-73.0785238,29165m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x8e6a3f0ad0938d85:0xafd378f5d39f432](https://www.google.es/maps/place/Duitama,+Boyac%C3%A1/@5.8816405,-73.0785238,29165m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x8e6a3f0ad0938d85:0xafd378f5d39f432)

Ubicación geográfica del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama-Boyacá

Vemos en este mapa geográfico, la ubicación del terminal de transporte, la cual corresponde al centro de la ciudad, por lo que de cierto modo resulta ser una ubicación muy concurrida ya sea por vendedores ambulantes, o ciudadanos de la misma ciudad.

6.3.3 Población de Duitama 2014

Tabla 1

Tabla Poblacional de Duitama 2014

Población por género- Duitama 2014					
Categoría		Total	Hombres	Mujeres	Porcentaje por categorías
Primera infancia	0 a 5 años	10.916	5.576	5.340	9,73
Infancia	6 a 11 años	12.221	6.095	6.126	10,89
Adolescencia	12 a 17 años	12.916	6.305	6.611	11,51
Juventud	18 a 26 años	15.866	7.981	7.885	14,14
Total por ciclos vitales	0 a 26 años	51.919	25.957	25.962	46,26
Adulto	27 a 39 años	19.200	8.660	10.540	17,11
	40 a 59 años	27.610	11.989	15.621	24,60
Adulto mayor	60 años y mas	13.514	5.459	8.055	12,04
Total adultos	Más de 26 años	60.324	26.108	34.216	53,74
Total población 2014	Total	112.243	52.065	60.178	100%
Porcentaje por genero		100%	46,39	53,61	

Fuente:<http://duitama-boyaca.gov.co/>

6.4 Marco legal

6.4.1 Decreto 2762 de 2001

Artículo 2 Naturaleza del Servicio y alcance

Se consideran de servicio público las actividades que se desarrollan en los terminales de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera, entendiéndolas como aquellas que se refieren a la operación, en general, de la actividad transportadora

Artículo 3 Naturaleza jurídica de los terminales

Las empresas administradoras y operadoras de terminales de transporte terrestre automotor son sociedades de capital privado, público o mixto, con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonio y organización propios y se regirán por las disposiciones pertinentes de acuerdo al tipo de sociedad que se constituya.

Artículo 5 Definición de terminal de transporte .- Son consideradas terminales de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera el conjunto de instalaciones que funcionan como una unidad de servicios permanentes, junto a los equipos, órganos de administración, servicios a los usuarios, a las empresas de transporte y a su parque automotor, donde se concentran las empresas autorizadas o habilitadas que cubren rutas que tienen como origen, destino o tránsito el respectivo municipio o localidad.

Artículo 6 Obligatoriedad

Las empresas de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera que tengan autorizadas o registradas rutas en cuyos municipios de origen o destino exista terminal de transporte autorizado por el Ministerio de Transporte, están obligadas a hacer uso de estos para el despacho o llegada de sus

Vehículos.

Cuando en las rutas autorizadas o registradas existan terminales de tránsito, estos

Deberán ser de uso obligatorio para el servicio básico de transporte. Para los servicios diferentes al básico éstos terminales de tránsito serán de uso obligatorio cuando en el acto administrativo que autorice este servicio así se determine.

Las rutas de influencia se sujetarán a lo establecido por la autoridad municipal en lo relacionado con el ingreso a los terminales de transporte, a la definición del sitio de llegada y despacho o a los terminales de transferencia cuando se trate de los sistemas de transporte masivo.

Artículo 11 tasas de uso

Definición: Denominase tasas de uso el valor que deben cancelar las Empresas de Transporte por el uso de las áreas operativas de los terminales de transporte terrestre de pasajeros por carretera, a la empresa terminal de Transporte.

Artículo 12 1 Fijación

El Ministerio de Transporte mediante resolución y teniendo en cuenta, la clase de vehículo a despachar, la longitud de la ruta y el número de terminales en el recorrido, fijará las tasas de uso que deben cobrar los terminales de transporte terrestre, autorizados por éste, a las empresas de transporte intermunicipal de pasajeros usuarias de los mismos, la cual se compone de dos partes: Una suma que se destinará al desarrollo de los programas atinentes a la Seguridad definidos en el numeral 8 del Artículo 13 del presente Decreto la cual será recaudada por los Terminales de Transporte y transferida íntegramente a la entidad administradora de los mencionados programas y la otra parte restante ingresará a la Empresa Terminal de Transporte.

Artículo 13 Obligaciones

Son obligaciones de las empresas terminales de transporte terrestre automotor de pasajeros por carretera las siguientes:

1. Operar los terminales de transporte de conformidad con los criterios establecidos por el presente decreto y normas que lo complementen o adicionen.
2. Prestar los servicios propios del terminal relacionados con la actividad transportadora, en condiciones de equidad, oportunidad, calidad y seguridad.
3. Elaborar y aplicar su propio Manual Operativo, de conformidad con las disposiciones vigentes o las que se expidan para tal fin.
4. Permitir el despacho, únicamente a las empresas de transporte debidamente habilitadas, en las rutas autorizadas o registradas ante el Ministerio de Transporte.
5. Definir de conformidad con la necesidad del servicio y la disponibilidad física la distribución y asignación de sus áreas operativas.
6. Permitir al interior del terminal, el desempeño de sus funciones a las autoridades de transporte y tránsito respecto del control de la operación en general de la actividad transportadora.
7. Expedir oportunamente el documento que acredita el pago de la tasa de uso al Vehículo despachado desde el terminal de transporte terrestre automotor de Pasajeros por carretera.

7. Diseño metodológico

7.1 Tipo de investigación

Por las características del trabajo el estudio es de tipo descriptivo porque se describe las características, necesidades y requerimientos de los usuarios del terminal de transporte de Duitama.

7.1.2 Método de investigación

Se utiliza el método inductivo mediante la observación directa de las necesidades y requerimientos de los usuarios. Se utiliza este método porque parte de lo particular para llegar a lo general.

7.2 Fuentes de información

7.2.1 Fuentes Primarias

La principal fuente de información proviene de la aplicación de encuestas a los usuarios del terminal de transporte de Duitama mediante la observación directa de la situación actual.

7.2.2 Fuentes secundarias

La información secundaria se obtendrá a través de consulta en libros, tesis y algunos documentos relacionados con el tema y de información de los antecedentes del terminal

7.3 Población universo

El universo está conformado por los usuarios del terminal de transporte de Duitama

7.3.1 Tipo de muestreo

Se emplea el muestro probabilístico, simple al azar, tomando una muestra de n elementos del total del universo para dar la probabilidad de que cualquier integrante del universo puede ser elegido

7.3.2 Tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se emplea la fórmula para poblaciones finitas.

-Formula

n= Tamaño de la muestra que desea determinar

N= Tamaño del Universo (Número total de elementos de la población estudiada)

S²=Varianza de la población (no se eleva al cuadrado)

Z=Coeficiente de confianza para un nivel de confiabilidad deseado

E=Error máximo admisible

Dónde:

N= 112243

S²= 0.2211

Z=1.96

E=0.05

Reemplazando la formula

$$n = \frac{N \times S^2 \times Z^2}{Z^2 \times S^2 + N \times E^2}$$

N= 112243

S.= p x q = 0.2211

$$p = 33\% = 0.33 \quad q = 67\% = 0.67$$

$$n = \frac{112243 \times 0.2211 \times (1.96)^2}{(1.96)^2 \times 0.2211 + 112243 \times (0.05)^2}$$

n= 95,336.707/281.456 **n**=338 encuestas

Para la realización de la presente investigación se ha determinado un tamaño de muestra igual a 338 personas, según el muestreo aleatorio simple.

8. Cronograma de actividades

Tabla 2 *Cronograma de actividades*

ACTIVIDADES	TIEMPO EN SEMANAS															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1. Definición del problema y objetivos de la investigación																
2. Enfoque del problema																
3. Diseño de la investigación Definir tipo de investigación -Establecer tipo de información a obtener -Plan de muestreo y tamaño de la muestra																
4. Trabajo de campo y recolección de datos																
5. Análisis de datos																
6 Redacción del informe																

Fuente: Autoras

9. Resultados de la encuesta realizada a los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad Duitama

La encuesta aplicada en el estudio de mercado para medir el grado de satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama es un instrumento que permitió determinar un diagnóstico acerca de las problemáticas que se presentan en el terminal, notamos grandes falencias que deben ser corregidas para una mejor satisfacción. En cuanto a los usuarios y a la disponibilidad del servicio de transporte, aseo, seguridad, administración de los itinerarios al mejor direccionamiento y orden de las diversas empresas que trabajan aquí para una mejor disponibilidad a los usuarios.

Este estudio indaga sobre género de los usuarios, edad, lugar de procedencia, ciudad de destino, la calidad en el terminal de transporte en cuanto a: aseo, atención al cliente, seguridad, movilidad, puntualidad en los itinerarios y baños. Además de aspectos como la frecuencia en la utilización del servicio de transporte y tiempo en la utilización del terminal de transporte.

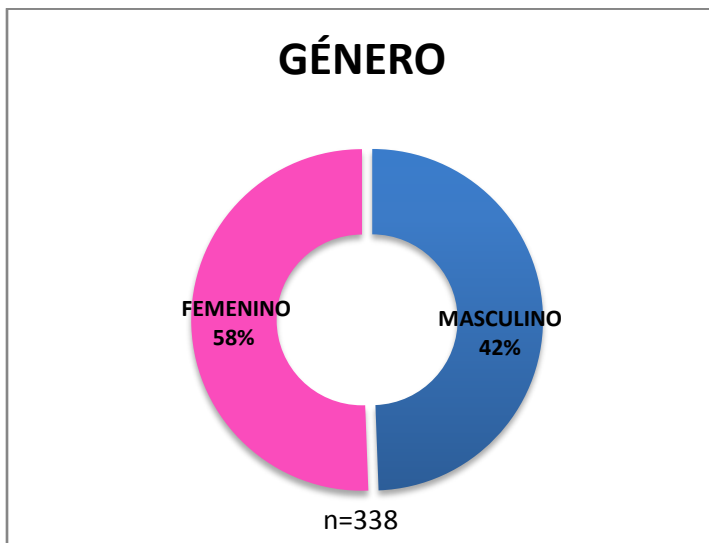
Para lograrlo la encuesta se aplicó a 338 personas mayores de 15 años usuarios del terminal de transporte. Los resultados de la encuesta permitieron identificar el nivel de satisfacción de los usuarios y el deterioro de la calidad del servicio prestado por el terminal lo cual deja ver que existen diferentes problemas que inducen a que el servicio ofrecido sea deficiente y por lo tanto no sean satisfechas las necesidades de los usuarios.

Al realizar este estudio se logró observar que dentro del terminal se encuentra, una desorganización con la dispersión tanto del personal de mercados, como lo es también los distintos despachadores de buses, y las personas que acceden al servicio de transporte, en la vía

que conduce a los buses a la salida del terminal. Esto es evidente en los resultados de las encuestas realizadas la cual fue tomada en el desarrollo de este proyecto.

A continuación se presenta el análisis de los resultados de la encuesta aplicada

9.1 Género de los encuestados Grafico 1.

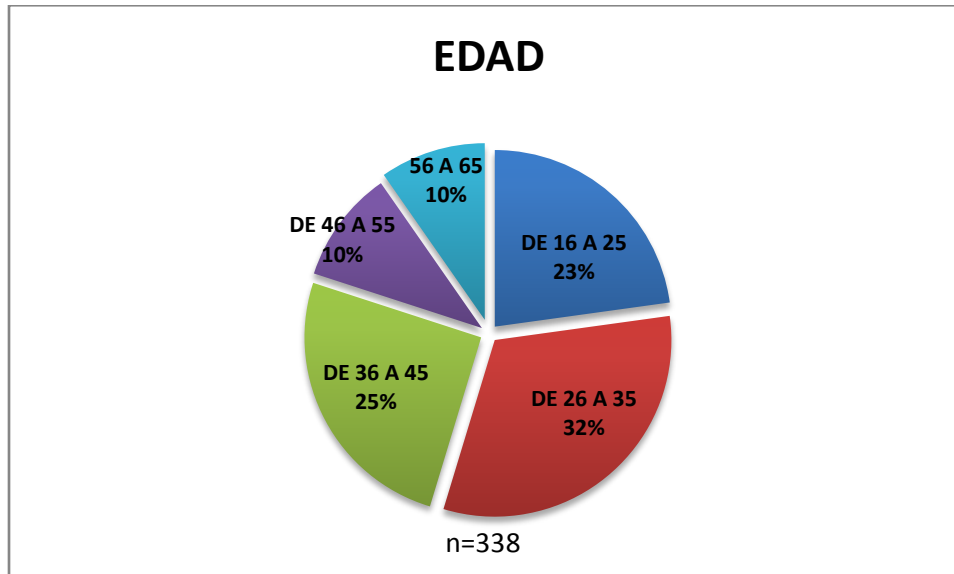


Fuente: Las autoras

Según la información obtenida se puede concluir que el 58% de los usuarios encuestados que utilizan el terminal de transporte de la ciudad de Duitama pertenecen al género femenino mientras que el 42% pertenecen al género masculino.

Es decir que Al tomar una población de 338 personas ha las cuales se realzo la encuesta, se observa que se encuentra dividida en 58% que corresponde ha una población femenina y un 42% el cual corresponde ha una población masculina, de lo cual se puede deducir que el servicio es tomado por un porcentaje de 16% por encima del genero femenino, que por el genero masculino para transportarse.

9.2 Edad de los encuestados Grafico2.



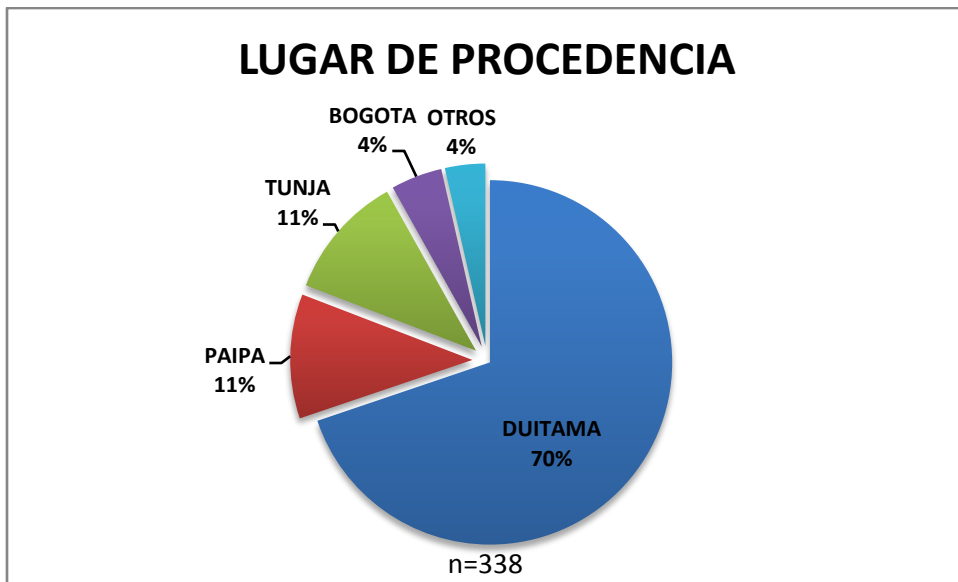
Fuente: Las autoras

La información recopilada permite ver que el 23% de los usuarios encuestados que utilizan el terminal de transporte de Duitama corresponde a las edades de 16 a 25 años, el 32% corresponde a las edades de 26 a 35 años, el 25% corresponde a las edades de 36 a 45 años, el 10% corresponde a las edades de 46 a 55 años y el otro 10% corresponde a las edades de 56 a 65 años

Se puede observar que al analizar los datos la población que con mas frecuencia utilizan los servicios de transporte ofrecidos por el terminal de transporte de Duitama es de un 32% el cual oscila en edades de 26 años a 35 años, luego le sigue con un 25% usuarios que oscilan en una edad de 36 años a 45 años, con un porcentaje del 23% usuarios con edades que oscilan en edades de 16 años a 25 años, al igual que se puede observar que se encuentran dos porcentaje de la población que utiliza el servicio con el 10% el cual se tiene que en una de ellas la

población oscila en edades de 46 a 55 años y la otra una población de 56 a 65 años; lo cual se puede deducir que más utilizan el servicio son jóvenes y adultos hasta los 35 años, mientras las personas de la tercera edad son las que menos acceden a estos servicios.

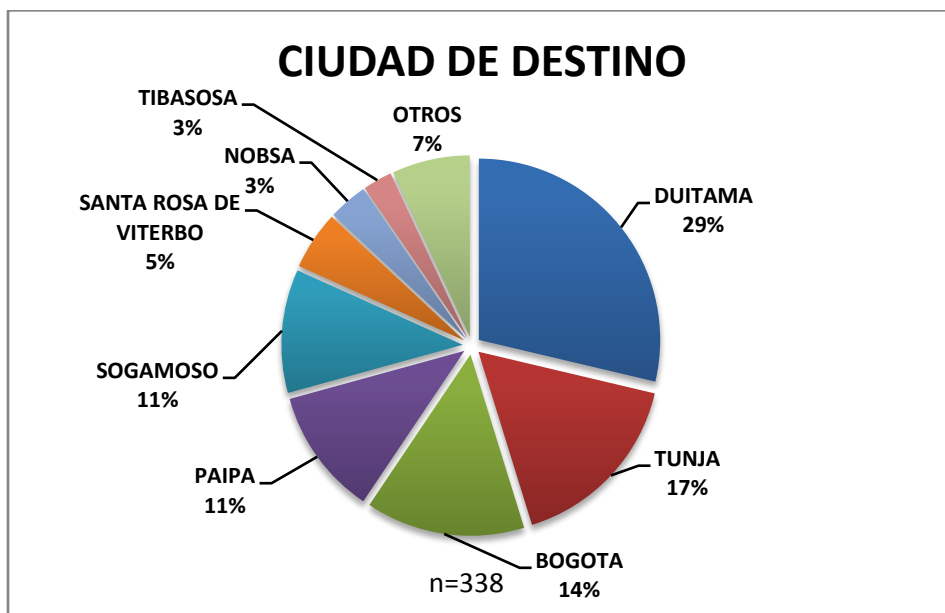
9.3 Lugar de procedencia Grafico 3.



Fuente: Las autoras

En cuanto al lugar de procedencia el 70% de los usuarios manifestaron Duitama, el 11% opino Paipa mientras que otro 11% indicó Tunja, el 4% opino Bogotá y por último el 4% indicó otros lugares. Lo cual quiere decir que la mayoría de usuarios que corresponde a un 70% proceden de la ciudad de Duitama para acceder al servicio de transporte del terminal.

9.4 Ciudad de destino Grafico 4



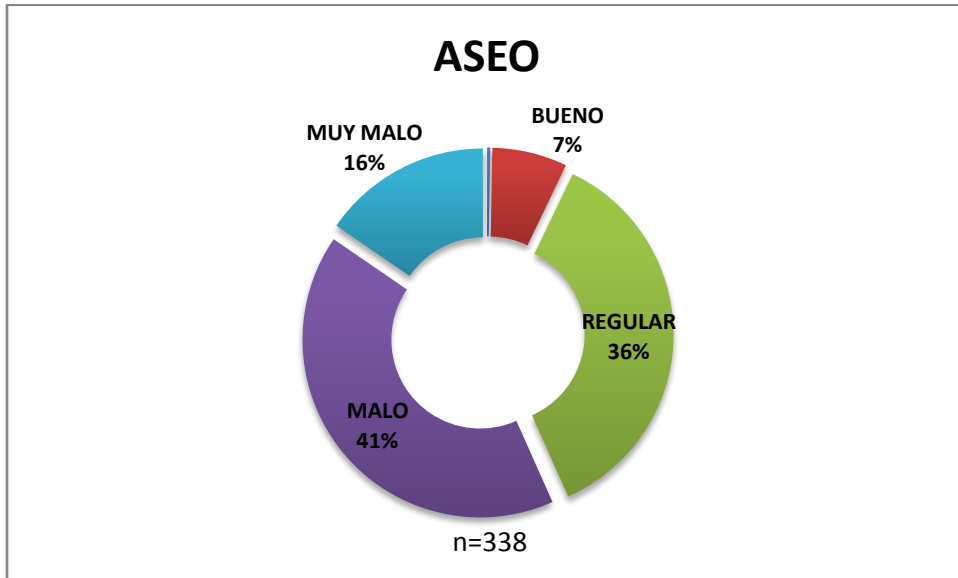
Fuente: Las autoras

En cuanto a la ciudad de destino el 29% de los encuestados manifestaron Duitama, el 17% indicaron Tunja, mientras que el 14% opinó Bogotá, el 11% indicó Paipa, el 11% indicó Sogamoso, el 5% opinó Santa Rosa de Viterbo, el 3% indicó Nobsa, el 3% opinó Tibasosa y por último el 7% indicó otra ciudad de destino.

Al analizar en la gráfica se observa que un 29% de la población encuestada como ciudad de destino es la ciudad de Duitama, lo cual nos dice que la mayoría de la población ingresan hacia la ciudad, mientras que el resto de la población que se encuestó tiene diferentes destinos, entre los cuales se pueden destacar que las ciudades capitales como Tunja con un 17% y Bogotá con un 14% son preferidas como destino, mientras que con un 11% se encuentran como destinos intermedios para viajar las ciudades de Sogamoso y Paipa. Como destinos de menor frecuencia

se encuentran las poblaciones de: Santa Rosa de Viterbo con un 5%, Nobsa y Tibasosa con un porcentaje igual del 3% y con destino hacia otras ciudades del país se encuentran un 7% de la población encuestada.

9.5 Aseo en el terminal de transporte Grafico 5.



Fuente: Las autoras

En cuanto al aseo del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama se concluye que el 41% de los encuestados lo consideran malo mientras que al 36% les parece regular, el 16% opinan que es muy malo y por último el 7% indican que es bueno.

Si vemos otra de las problemáticas encontradas, es el mal olor que sobresale de los alcantarillados, y la disponibilidad de la basuras que se encuentran ubicadas en rincones que son transcurridos, o frecuentados por las personas, por lo que el mal olor resulta ser hostigante, y el desaseo que es evidente y desagradable para cualquier persona que transite por el terminal de transporte de la ciudad de Duitama. vemos en los resultados de las encuestas que el 41% y el

16% de la población encuestada esta insatisfecha por el mal estado en el que se encuentra el terminal de transportes ya que solo una persona esta encargada del aseo.

9.6 Atención al cliente Grafico 6.

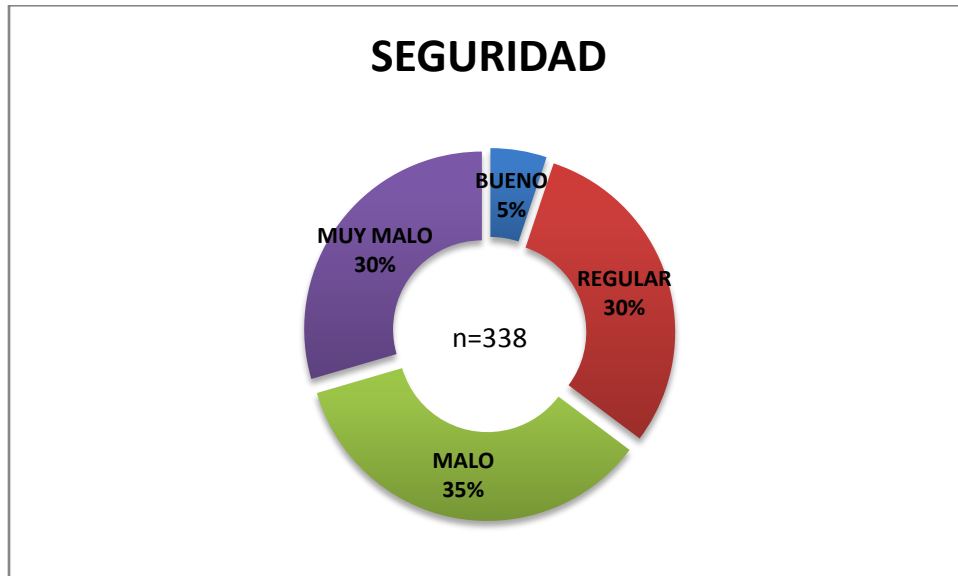


Fuente: Las autoras

Respecto a la atención al cliente ofrecida por el terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama se concluye que a un 44% de los encuestados les parece regular, el 25% les parece malo mientras que el 20% indican que es bueno, el 5% establece que es excelente y por

Es decir que de la población encuestada se encuentra que un 44% no se encuentra totalmente satisfecha con la atención que se le presta a los clientes, esto hace referencia a un nivel regular del servicio, mientras que un 25% piensa que el servicio es realmente malo y un 6% muy malo lo cual puede atribuirse por la mala organización y distribución de los servicios en el terminal de transporte, mientras que un 20% de la población determino que el servicio es bueno y un 5% que es excelente pese a las condiciones del terminal de transportes de Duitama

9.7 Seguridad Grafico 7.



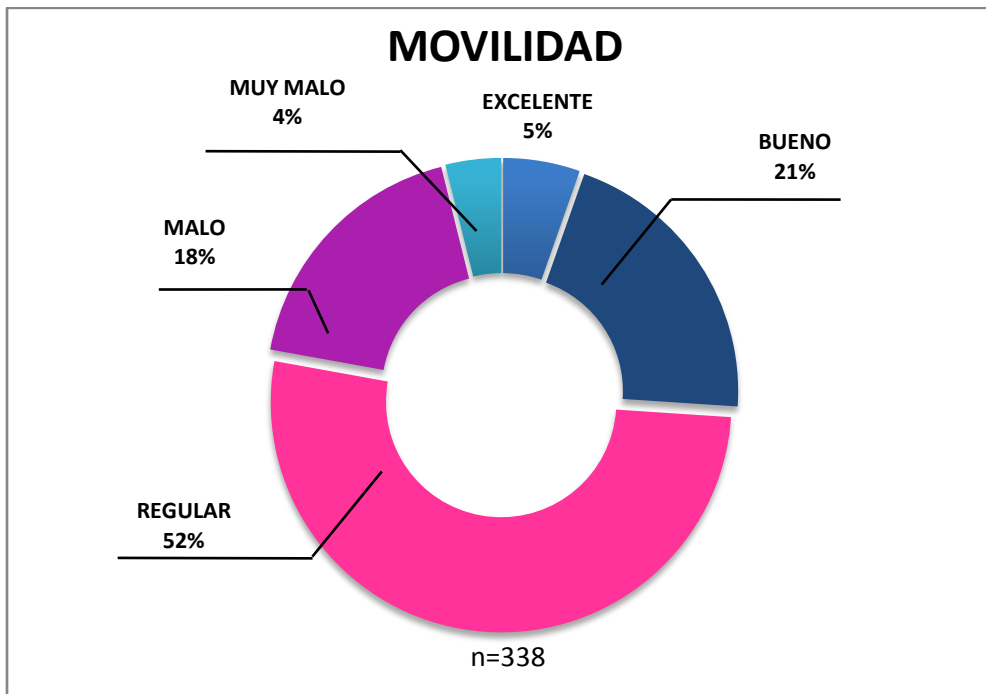
Fuente: Las autoras

Con respecto a la seguridad del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama se concluye que el 35% de los encuestados la consideran mala, el 30% les parece muy malo mientras que el 30% opinan que es regular y por último el 5% les parece bueno.

con los resultados obtenidos vemos la gran insatisfacción que hay en el terminal con respecto a la seguridad ya que no hay un lugar que corresponda a la espera del transporte Ya que Tanto los pasajeros que quieren utilizar las líneas de los buses o los que llegan del viaje se encuentran dispersos dentro de la misma terminal. Por lo que vemos que no hay información que certifique a los usuarios la espera del bus de viaje o el sitio ubicación del bus. Que corresponda a determinado pueblo ciudad o municipio. Por lo que la seguridad del pasajero no es garantizada ya que este en su dispersión por el terminal de transporte, puede sufrir un accidente ya sea por los mismos buses de viaje algún automóvil particular o de servicio público que pase por la vía

en la que los buses se encuentran ubicados, por lo que el pasajero se encuentra disperso en estos lugares. la salida del terminal de transporte de la ciudad de Duitama, con el servicio público de taxis, en donde es evidente que el transporte público se encuentra fuera del terminal y no es de gran seguridad en horas de la noche; es decir cualquier problema de inseguridad que ocurra en este sector ya no resulta ser problema del terminal de transporte, por lo que debe de haber una alternativa de convenio con los que ofrecen este servicio público, y con un ente de seguridad que se encuentre en este sector vigilando para que no ocurra ningún inconveniente al pasajero, garantizándole a este entonces su seguridad y salud dentro y fuera del terminal, haciendo que este llegue seguro a su hogar con el uso y utilización del servicio de taxis.

9.8 Movilidad Grafico 8.



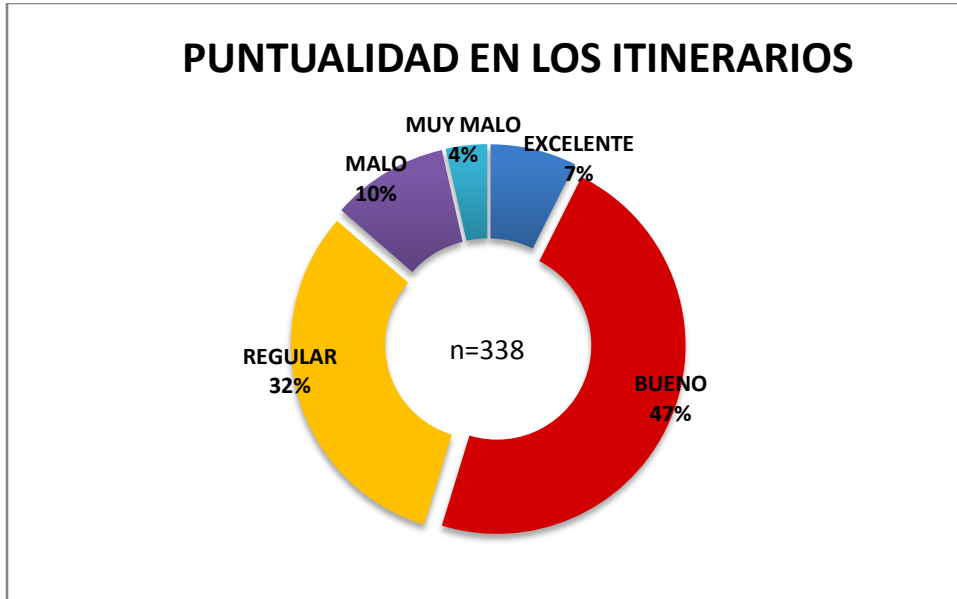
Fuente: Las autoras

En cuanto a la movilidad en el terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama se concluye que el 52% de los encuestados la califican como regular, el 21% les parece bueno mientras que el 18% indican que es malo, el 4% consideran que es muy malo y por último el 5% les parece excelente.

En cuanto la movilidad se refiere al tránsito dentro del terminal, en el cual se tomó una muestra de la población encuestada la cual un 52% se destacó por decir que la movilidad es regular, esto se puede decir que se debe a la mala infraestructura en cuanto a la calzada dentro del terminal, mientras que un 18% considera que es malo y un 4% muy malo. En los otros dos ítem encontramos que un 5% considera que es excelente y un 21% lo considera bueno.

Los motivos por lo cual se puede presentar una mala movilidad dentro del terminal se debe a que no se tiene una distribución adecuada a la hora de salida de los automotores, ya que en ocasiones los itinerarios de las diferentes empresas de transporte que prestan los diferentes servicios se cruzan, formando congestión vehicular dentro del terminal, agregando que la calzada dentro del mismo cuenta con un solo carril para circular.

9.9 Puntualidad en los itinerarios Grafico 9



Fuente: Las autoras

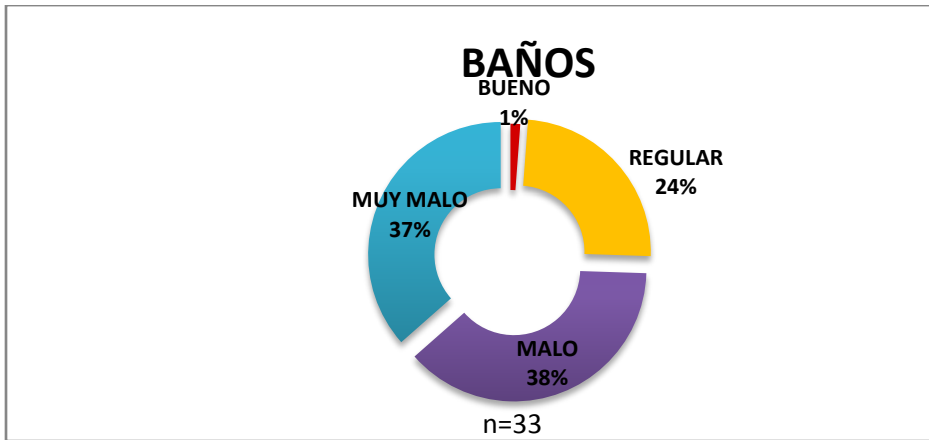
En cuanto a la puntualidad en los itinerarios se concluye que el 47% de los encuestados lo califican como bueno, el 32% les parece regular mientras que el 10% indican que es malo, el 4% les parece muy malo y por último el 7% opinan que es excelente.

Estos porcentajes derivan o pueden variar dependiendo de cada una de las empresas prestadoras del servicio, ya que cada una de ellas manejan sus horarios y destinos según los estipulados por la secretaria de tránsito y transporte y el ministerio de transporte, ya que cada uno de ellas tienen delegadas una cantidad de rutas o líneas estipulados por estos entes del estado.

Al igual que cada empresa será la encargada de manejar el cumplimiento de sus itinerarios, al igual que desarrollar las estrategias de seguimiento para el cumplimiento de los itinerarios establecidos y en caso de incumplimiento de las mismas ya sea por motivos de fuerza

mayor o por otros motivos, tomar las medidas correctivas necesarias para el cumplimiento de las mismas.

9.10 Servicio de baños Grafico 10

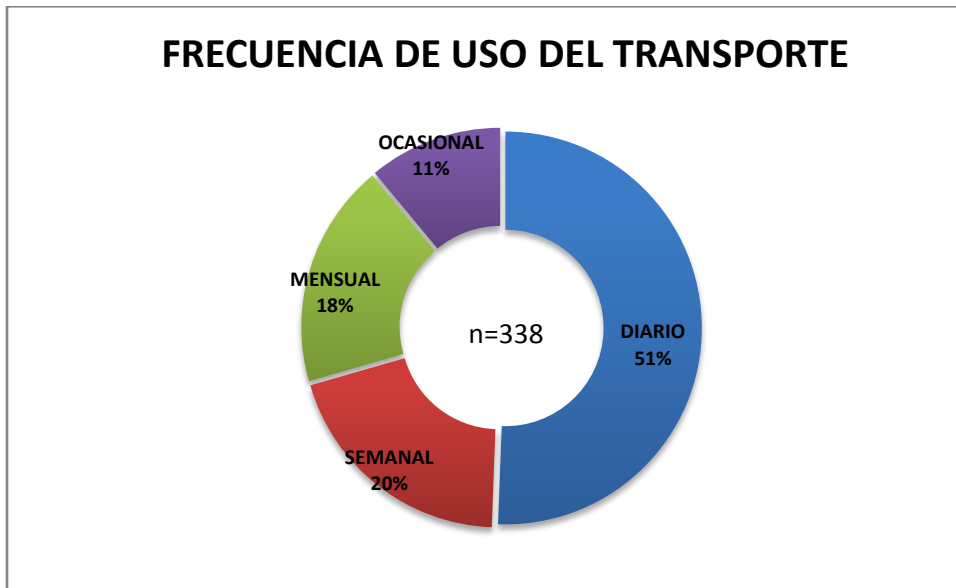


Fuente: Las autoras

Respecto al servicio de baños prestado por el terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama se concluye que el 24% de los encuestados manifestaron que es regular mientras que el 38% les parece malo, el 37% indica que es muy malo y por último el 1% les parece bueno.

los resultados obtenidos en las encuestas muestran la gran insatisfacción que hay debido a que los baños se encuentran en un estado deplorable con baldosas viejas y de desagrado para su utilización ,Otra incomodidad, es que la disponibilidad de los baños no es gratuita, por lo que algunas personas, que tienen la necesidad del servicio y no tienen con qué pagarlo deciden realizar sus necesidades fisiológicas en un lugar que sea conveniente para hacer sus necesidades, por lo que el terminal frecuente el mal olor orines y desechos.

9.11 Frecuencia en el servicio de transporte Grafico 11



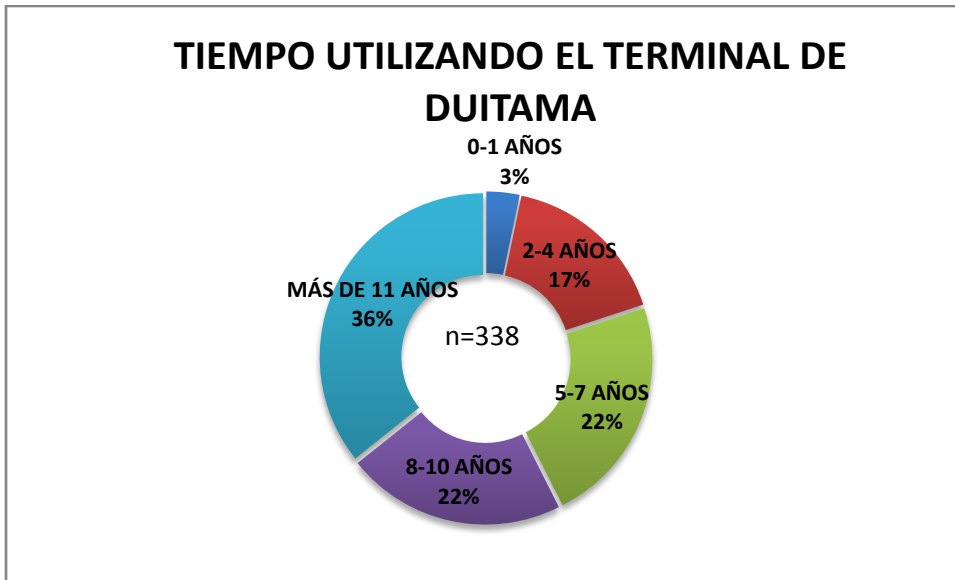
Fuente: Las autoras

En cuanto a la frecuencia de uso del servicio de transporte se concluye que el 51% de los encuestados manifiestan que lo utilizan diario, el 20% indica semanal, mientras que el 18% opina mensual y por último el 11% indica que lo utilizan ocasional.

Se puede deducir con esto que el uso del terminal de transporte es frecuentemente utilizado por un poco más de la mitad de la población encuestada, mientras que el resto de la población lo utiliza moderadamente en intervalos de tiempo que puede ser semanal, mensual u ocasionalmente que utilizan los servicios que brinda el terminal.

Factores que pueden influenciar en el uso frecuente del terminal, puede atribuirse a que algunos de los viajeros que no lo usan frecuentemente es por que disponen de vehículos para movilizarse es trayectos cortos por lo cual solo lo utilizan cuando tiene que desplazarse a destinos considerablemente lejanos. Al igual que puede verse atribuido la administración del terminal.

9.12 Tiempo utilizando el terminal de transporte Grafico 12



Fuente: Las autoras

Respecto al tiempo que llevan utilizando el terminal de transporte de la ciudad de Duitama se concluye que el 36% de los encuestados manifiestan que hace más de 11 años, el 22% indican que 8-10 años mientras que el 17% opinan 2-4 años, el 22% dice que 5-7 años y por último el 3% indica que 0-1 años

Se refleja que los usuarios que han frecuentado el uso del terminal por una cantidad de años considerables oscilan en más de 11 años tomando el servicio, pero sin dejar de observar que los otros porcentajes son bastante considerables y que estos pueden variar según la edad de las personas o el tiempo que lleven habitando en la ciudad de Duitama, por lo cual se puede deducir que esto podrá variar según las circunstancias de edad cronológica y el tiempo de estar habitando en la ciudad.

10. Plan de mejoramiento

Este estudio de mercado estuvo encaminado en medir la satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama en el cual se identificaron grandes falencias en cuanto al servicio que el terminal debe procurar mejorar para lograr mayor satisfacción identificando así oportunidades de acción para fortalecer la prestación del servicio

El estudio reveló un deterioro en la calidad del servicio ofrecido por el terminal además de que los usuarios manifestaron no estar satisfechos es así como se requiere establecer estrategias con el fin de mejorar el servicio Así los resultados obtenidos de esta investigación proporcionan elementos de juicio para fundamentar un plan de mejoramiento con el fin de optimizar la calidad del servicio del terminal y de esta manera satisfacer las necesidades y exigencias de los usuarios.

Esta información permite al terminal mejorar el rendimiento en aquellas áreas que contribuyan a aumentar la satisfacción del usuario debido a que existen deficiencias en la calidad del servicio.

10.1 Deficiencias en el servicio

- Falta de información a los usuarios y visitantes que ingresan al terminal sobre el servicio que presta para conseguir mayor reconocimiento

- Falta mejores condiciones para el desplazamiento y movilidad de los usuarios en el terminal

- El terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama no cuenta con herramientas y personal que brinde seguridad.

- El terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama presenta deficiencias en el servicio al cliente
- Existe deficiencia en la seguridad del entorno del terminal
- Existe deficiencia en la puntualidad de itinerarios
- El terminal presenta deficiencia en la prestación del servicio de baños
- Los usuarios manifestaron no estar satisfechos con el servicio que presta el terminal
- Los usuarios tienen una mala percepción del servicio

10. 2 Oportunidades y estrategias para mejorar

10.2 .1 Seguridad

- Establecer las medidas necesarias que permitan garantizar el libre, oportuno y seguro desplazamiento de los usuarios del terminal especialmente en las épocas de mayor afluencia contando para ello con personal capacitado.
- Mantener excelentes condiciones de orden público y seguridad para los usuarios
- Garantizar la seguridad y la integridad de todas las personas que confluyen en el terminal.
- Mantener las instalaciones físicas de acuerdo con las necesidades y exigencias de los usuarios y visitantes
- Determinar medidas de vigilancia y control en el acceso al terminal de transporte para que el usuario se sienta más seguro

- Implementar mecanismos de seguridad en la prestación del servicio para de esta forma brindar confianza a los usuarios para ello el terminal debe tener una formación en el tema de seguridad en relación al servicio que ofrece el terminal

10. 2. 2 Atención al cliente:

-Realizar campañas promocionales orientadas a mejorar la percepción del servicio a los usuarios

-Mejorar la comunicación entre los usuarios y el personal que presta el servicio.

- Mejorar la agilidad del personal en la prestación del servicio

-Mejorar la amabilidad del personal que presta el servicio.

-Colocar pantallas de información sobre salida y llegada de vehículos

-Colocar puntos de información atendidos por personal capacitado.

-Formar al recurso humano en valores, capacitación y estrategias de comunicación

-Establecer capacitaciones que permitan fortalecer las habilidades necesarias para un buen desempeño de los trabajadores y de esta manera puedan brindar un excelente servicio en el terminal

-Implementar mecanismos de información sistematizada sobre las rutas, horarios, tarifas y solución a los reclamos de los usuarios

-Facilitar los elementos necesarios para una atención efectiva de los usuarios de los servicios que ofrece el terminal

-Determinar estrategias de comunicación para fortalecer y posicionar la imagen del terminal

- Se le recomienda implementar un programa de servicio al cliente donde se utilice el buzón de quejas, sugerencias y reclamos esta herramienta permitirá conocer las inconformidades del usuario lo cual lleva a realizar el servicio y las actividades de forma más eficiente además de efectuar capacitaciones en atención al cliente para el personal que permitirá mantener una comunicación positiva entre el usuario y el terminal generando así mayor satisfacción al usuario

10.2.3 Aseo

- Aumentar el orden, el aseo y la limpieza en las diferentes áreas del terminal
- Mejorar el aseo, la limpieza de paredes y áreas de operación del terminal de transporte
- Realizar en el terminal mantenimiento en cuanto a la limpieza y la contaminación

10.2.4 Servicio de baños

Tener y conservar los baños en buenas condiciones generales de aseo en donde cada uno cuente con suministro de jabón, papel higiénico, toallas desechables, secadores eléctricos y canecas

10.2.5 Movilización

- Determinar las condiciones adecuadas para el desplazamiento de los usuarios dentro del terminal.
- Mejorar los espacios físicos aceptables para la movilidad de los usuarios dentro del terminal así como también en la operación de entrada y salida de vehículos
- Movilización en vehículos que brinden comodidad y rendimiento en los desplazamientos a los usuarios de igual forma permitan su utilización por personas discapacitadas

10.2.6 Puntualidad en los itinerarios

-Establecer mecanismos de control que permitan mejorar la puntualidad en los itinerarios

-Mejorar los tiempos de desplazamiento de los vehículos para fortalecer la puntualidad en los itinerarios logrando que la prestación del servicio de transporte sea más eficiente

10.2.7 Actividades para mejorar

Tabla 3 actividades para mejorar

	<p style="text-align: center;">Estas actividades son para detectar problemáticas internas y luego, desarrollarlas formalmente.</p>
	<p>Establecer un nuevo orden que será dirigido por todos los prestadores del servicio y usuarios. Por lo que se deben establecer nuevas formas de información que le comuniquen al usuario como utilizar el servicio sin que se causen inconvenientes.</p> <p>Establecer personal que se encargue del orden y de la observación del cumplimiento de las nuevas alternativas, esto con el fin de que tanto los prestadores de los diversos servicios, como el usuario tengan el conocimiento del uso de su actividad a desarrollar sin que se distorsione o se viole la integridad del otro.</p> <p>Dar una nueva imagen que sea mucho más sana, por parte del terminal de transportes de la terminal de Duitama, ya que habiendo generado</p>

	<p>nuevas alternativas hacia el cambio y mejoramiento, Halla una mejor satisfacción por parte del usuario. Problemáticas ya que todo tendrá un seguimiento y cumplimiento por parte de todos los prestadores de servicios que conforman el terminal de transporte de la ciudad de Duitama. Todo con el fin de crear un convenio con nuevas organizaciones que tendrán que seguir un plan de ordenamiento.</p>
	<p>Reunir a las empresas de transportadores con el objetivo de reconocer el plan de desarrollo que estos realizan para una mejor comodidad y satisfacción a los usuarios. Reconociendo esto darles instrucciones para que en el desarrollo de este proceso, ellos busquen alternativas para un mejor manejo que ordene la disponibilidad de su empresa y sus trabajadores.</p> <p>Esto con el fin de llevar instructores de servicio al cliente para que su trabajadores y auxiliares traten mejor a los usuarios de este servicio, como integridad y respeto de las personas.</p>
	<p>La segunda actividad seria para los que integran los establecimientos comerciales por lo que se hará un seguimiento de sanidad a cada uno de estos establecimientos. Esto para que se haga seguimiento de una mejor atención que resida de un servicio saludable. Con lo que también se intentara dar un servicio de mejor asistencia al cliente para que este se</p>

	<p>pueda ir satisfecho y sin ningún tipo de queja por parte del tendero al hacer la compra. El objetivo de este proceso es dar un mejor manejo a cada establecimiento y a los alimentos que se distribuyen en cada local.</p>
	<p>con respecto al aseo que es de mayor falencia y que solo una persona es la encargada de toda el área del terminal que es bastante extensa, por parte de la administración se sugiere contratar un equipo de 3 personas que se encarguen de cada área y mantengan un espacio impecable y agradable para los usuarios .</p> <p>Al personal de aseo y salubridad local en este caso, ya sea “seraguas” u otra empresa de residuos, que identifique el problema del alcantarillado, para confirmar si hay fugas, las cuales son las que generan el mal olor del establecimiento.</p> <p>Los empleados del servicio de aseo deben estar pendientes del buen aspecto del terminal. Por lo que estos tienen la obligación de higienizar todos los días, para que el establecimiento se encuentre siempre impecable. También que se restablezca el lugar de las basuras, ya que estas generan mal olor, y se encuentran en lugares visibles al público.</p> <p>Por otra parte los vendedores ambulantes, y a los auxiliares que trabajan por separado de las empresas de transporte, para darles asistencia de manejo de ventas, y el buen trato al que adquiere su servicio, también un ordenamiento y manejo de estrategias para que no haya ningún tipo de problemáticas entre estos. Y si existen cooperativas que den a conocer el ordenamiento de las ventas, y como se componen su</p>

	<p>establecimiento para, generar formas de ordenamiento de trabajo.</p> <p>Para los auxiliares que trabajan a parte de la empresa, también se les darán alternativa de ordenamiento, y capacitaciones, para un mejor trato a las personas, con manejo de distinción, para que no se llegue a problemáticas con los pasajeros.</p>
	<p>la planeación y manejo de la administración del terminal de transporte de la ciudad de Duitama con lo cual esta debe estar de acuerdo con, las actividades que se desarrollaran a las diversas empresas prestadoras del servicio de transporte terrestre</p> <p>Esto con el fin de que se colabore para que las personas tengan la obligación de participar en el mejoramiento del terminal, ya que de cierto modo la administración es la que establece un tipo de autoridad aquí y sin la ayuda de esta tal vez el personal no colabore.</p>
	<p>Con los entes administrativos del terminal de transporte. Se pretende ejecutar nuevas formas de información las cuales van referidas a las señalizaciones del terminal, con lo cual el usuario se guiara para obtener un mejor servicio; es decir el objetivo de esto es que el usuario tenga la información disponible en cualquier momento, y para esto pues este tipo de señalizaciones estarán establecidas, en lugares en donde este pueda leerlas, con el fin de que se informe y no se cometan actos de inseguridad.</p>

	<p>En desarrollo de los programas de seguridad las Empresas Terminales de Transporte deben disponer dentro de las instalaciones físicas de cada terminal de los equipos, el personal idóneo y áreas suficientes para efectuar exámenes médicos generales de aptitud física y practicar la prueba de alcoholimetría a los conductores que estén próximos a ser despachados. Así mismo deben cobrar las tasas de uso a las empresas de transporte intermunicipal de pasajeros por los despachos efectivamente realizados y expedir el correspondiente comprobante de pago al momento del despacho del automotor y depositar diaria e íntegramente en la cuenta que para el efecto se establezca, los valores destinados al desarrollo de los Programas de Seguridad, los cuales manejará de manera coordinada y organizada con las empresas de transporte intermunicipal de pasajero usuarias</p>
--	---

Fuente: Las autoras

11. Conclusiones

El estudio de mercado para medir la satisfacción de los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama sirve de base para definir acciones y estrategias que permitan al terminal mejorar la calidad del servicio.

Existe un deterioro en la calidad del servicio prestado por el terminal en cuanto a seguridad, atención al cliente, aseo, servicio de baños, movilización y puntualidad en los itinerarios lo cual afecta el beneficio de los usuarios

El estudio de mercado reflejó que a pesar de que los usuarios utilizan el terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama no se encuentran satisfechos con el servicio prestado por el mismo.

El terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama debe ofrecer un servicio eficiente, efectivo y de calidad esto se verá reflejado en beneficio de los usuarios y de la empresa.

El estudio de mercado permitió determinar que la percepción que tienen los usuarios del terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama es negativa por ello es necesario posicionar el terminal fortaleciendo su imagen por medio de un óptimo y oportuno servicio además de mantener una buena comunicación y servicio al cliente

12. Recomendaciones

Se les recomienda al terminal de transporte terrestre de la ciudad de Duitama implementar el plan de mejoramiento diseñado en el presente trabajo con el cual podrá contribuir a mejorar la satisfacción de los usuarios que utilizan el servicio.

Implementar programas de capacitación para el personal en servicio al cliente lo cual permitirá brindar una atención y un trato más amable a los usuarios.

Implementar un sistema de información para que los usuarios puedan estar informados acerca de los servicios, las rutas y los horarios de viaje del terminal.

Implementar la herramienta buzón de quejas, sugerencias y reclamos para conocer así las inconformidades del usuario y poder realizar acciones eficientes para mejorar el servicio.

Establecer actividades de mantenimiento y de aseo del terminal logrando así unjas instalaciones en buenas condiciones de limpieza.

Establecer medidas de vigilancia y control en el acceso al terminal de transporte para que el usuario se sienta más seguro.

Bibliografía

Céspedes Sáenz, Alberto .Necesidades del Consumidor.2da edición. Bogotá: Editorial Ecoe, Año edición: 2000. N° de páginas 520.

Arellano Cueva, Rolando. (2002)Comportamiento del Consumidor Enfoque América latina. México: Editorial Mac Graw Hill. Interamericana, lengua castellano,N° de páginas 457.

D.Blackwell, Roger. W Miniard, James. F Engel .Comportamiento Del Consumidor .Novena edición. , s.a. México.Editorial: Ediciones Paraninfo.N° de páginas: 569.

H.Lovelock, Christopher (1995). Mercadotecnia De Servicios. Tercera edición. Editorial Pearson Educación .México. N° de páginas 661.

Fernández Valinaz, Ricardo. (2002) Segmentación De Mercados.2da edición. México: Editorial Ecafsa Thomson learning, N° de páginas 183.

Muller DE LA Lama, Enrique.(1999) Cultura De Calidad Del Servicio. México :Editorial Trillas.. N° de páginas 127.

Armario, Enrique Martin. (2004)De La Calidad Del Servicio a La Fidelidad Del Cliente.1ra edición. España: Esic editorial. N° de páginas 171.

FerreTrenzano, José María. ROBINAT, José Ramón. TRIGO ARANA, Gustavo. (2005)Enciclopedia De Marketing y Ventas. España: Editorial Océano,.N° de páginas 879.

Revisión y adaptación, Suarez Campos, José María .Prologo, SAN Román, Antonio Pulido (1983). Diccionario de Marketing. Edición original de la lengua francesa. España.. N° de páginas 491.

Malhotra, Naresh k. (1997) Investigación De Mercados un enfoque Práctico. 2da edición .México: Prentice Hall, N° de páginas 890.

Cowell, Donald W (1989). Mercadeo de los servicios Un Nuevo Enfoque del operativo al Perceptivo. Bogotá. Editorial Legis. Págs. 354

Grande Esteban Ildfonso. Marketing de los servicios (2005).España, editorial Esic. Págs.399

Manson Robert, Lind Douglas, Marshal William (2000). Estadística para Administración y Economía. Bogotá. Editorial Alfa Omega.

Céspedes Sáenz, (1992).Principios de Mercadeo. Editorial. Ecoe

Infografía

- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Duitama#cite_note-4
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Duitama>
- ✓ http://duitama-boyaca.gov.co/PLAN_DE_GOBIERNO_FINALIZADO
- ✓ <https://www.google.es/maps/place/Duitama,+Boyac%C3%A1/@5.8253504,-73.0329242,15z/data=!4m2!3m1!1s0x8e6a3f0ad0938d85:0xafd378f5d39f432>
- ✓ <https://www.google.es/maps/place/Duitama,+Boyac%C3%A1/@5.8816405,-73.0785238,29165m/data=!3m1!1e3!4m2!3m1!1s0x8e6a3f0ad0938d85:0xafd378f5d39f432>
- ✓ <https://www.mintransporte.gov.co/index.php>
- ✓ Duitama.infoinsinfo.com/búsqueda/transporte_de_pasajeros

Anexos



**ENCUESTA PARA MEDIR EL GRADO DE SATISFACCION DE LOS
USUARIOS DEL TERMINAL DE TRANSPORTE TERRESTRE DE LA CIUDAD DE DUITAMA**

Buenas tardes, somos estudiantes de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia, estamos desarrollando un estudio de mercados para determinar el grado de satisfacción que tienen los usuarios del terminal terrestre de la ciudad de Duitama, agradecemos su colaboración.

NOMBRE: _____

EDAD

16-2526 36-4540 556-656 75 GÉNERO M F

Ciudad de Procedencia: _____ Ciudad de Destino: _____

1. ¿Cómo calificaría la calidad en el terminal de transportes de acuerdo con los siguientes criterios?

(Marque con una "X")

	EXELENTE	BUENO	REGULAR	MALO	MUY MALO
ASEO					
ATENCION AL CLIENTE					
SEGURIDAD					
MOVILIDAD					
PUNTUALIDAD EN LOS ITINERARIOS					
BAÑOS					

2. ¿Con qué frecuencia utiliza el servicio de transporte?

- Diario
- Semanal
- Mensual
- Ocasional

3. Hace cuanto que viene utilizando el terminal de Duitama?

- 0-1 años
- 2-4 años

- 5-7 años
- 8-10 años
- Más de 11 años