Facultad de Administración y Negocios

Maestría En Administración de Empresas e Innovación

Mejora en el acceso a la calidad del servicio al cliente del sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro- Barranquilla

Presentan:

Luis Leonardo Antolinez Annicchiarico

Director:

Yolanda Vega Sampayo

Co-director:

Belkys Borrero Valencia

Proyecto de grado como parte de los requisitos para optar al título de:

Magíster en Administración de Empresas e Innovación

Noviembre de 2020

Instituto de posgrados

Barranquilla, Atlántico

República de Colombia

Maestría en administración de empresas e innovación

Proyecto de grado
Como parte de los requisitos para obtener el título de:
Magíster en Administración de Empresas e Innovación

Presentan:
Luis Leonardo Antolinez Annicchiarico

Dirigido por:
XXXX

Panel de sustentación

XXXXX
Directora _____
Firma

XXXXX
Codirector _____
Firma

XXXXX
Primer jurado _____
Firma

XXXXX
Segundo jurado _____
Firma

_____ _____

PhD. XXXXX
Decano de la Facultad
Administración de Empresas

PhD XXXXX
Director de la Maestría en
Administración de Empresas e Innovación

Noviembre de 2020
Instituto de Posgrados
Barranquilla, Colombia

Dedicatoria

Dedico esta tesis a Dios, a quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de esta tesis. A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos. A mis compañeros de estudio y sobre todo a mis maestros y tutores, quienes fueron una pieza fundamental en este proceso de aprendizaje.

Agradecimientos

A mis maestros y tutores por su guía, sus consejos y su valioso tiempo, a la universidad Simón Bolívar, por las herramientas brindadas y a mi familia: por la contención emocional durante este camino.

Tabla de contenido

Introducción 9

Capítulo 1. Problema de investigación 10

1.1 Descripción del problema 10

1.2 Formulación del problema 12

1.3 Operacionalización del problema 12

1.4 Objetivos de investigación 12

1.4.1 Objetivo General 12

1.4.2 Objetivos específicos 13

1.5 Justificación 13

1.6 Delimitación y alcance 14

Capítulo 2. Marco de referencia 15

2.1 Antecedentes 15

2.2 El impacto del transporte masivo en Barranquilla 17

2.3 Percepción sobre el sistema de transporte Transmetro en la ciudad de Barranquilla 20

Capítulo 3. Diseño metodológico 22

3.1 Tipo y diseño de investigación 22

3.1.1 Fundamento epistemológico 22

3.2 Métodos 23

3.3 Criterio de inclusión y exclusión 24

3.4 Herramientas y estrategias metodológicas 24

3.4.1 Fuentes secundarias..... 24

3.4.2 Herramientas de apoyo..... 25

3.4.3 Unidades de análisis..... 25

3.5 Procedimiento metodológico 25

3.6 Esquema metodológico general 26

Resultados 27

4.1 Actual estado del proceso de la calidad del servicio del en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla 27

4.2 Describir los factores que inciden en la calidad del servicio al cliente como política de crecimiento organizacional en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla..... 31

4.3 Estrategias basadas en la mejora de la calidad del servicio permiten la optimización del mismo en la empresa de transporte masivo Transmetro Barranquilla 33

Conclusiones..... 34

Bibliografía 34

Resumen

El objetivo de la presente investigación se basó en analizar a través de una revisión documental la calidad del servicio al cliente en el sistema de transporte masivo Transmetro en la ciudad de Barranquilla, con el fin de proponer mejoras en los procesos de servicio para la satisfacción de los usuarios de este sistema de transporte. Por tanto, el método empelado para el desarrollo de este estudio se basó en una revisión de la literatura, la cual permitió conocer elementos importantes que se deben tener en cuenta para ofrecer un servicio excepcional al cliente. Teniendo como resultados que el desarrollo de un buen servicio permite el logro de un buen reconocimiento de una organización y por consiguiente de sus empleados generando ventajas competitivas en el servicio de transporte masivo de la empresa Transmetro. Por lo que se concluye que la mejora de los procesos crea valor agregado que permite el fortalecimiento y crecimiento empresarial dentro del sector.

Palabras clave: Servicio al cliente, transporte masivo, calidad, valor agregado.

Abstract

The objective of this research was based on analyzing through a documentary review the quality of customer service in the Transmetro mass transport system in the city of Barranquilla, in order to propose improvements in the service processes for the satisfaction of users of this transport system. Therefore, the method used for the development of this study was based on a literature review, which revealed important elements that must be considered in order to offer exceptional customer service. Having as results that the development of a good service allows the achievement of a good recognition of an organization and therefore of its employees, generating competitive advantages in the mass transportation service of the Transmetro company. Therefore, it is concluded that the improvement of the processes creates added value that allows the strengthening and business growth within the sector.

Keywords: Customer service, mass transportation, quality, added value.

Introducción

Cada día las empresas viven mejorando para adaptarse a los exigentes cambios del mercado que se han dinamizado más debido al exorbitante avance de la tecnología que influyen en los procesos de interrelación y comunicación del ser humano. Las empresas de Transporte masivo de las diferentes ciudades no escapan a la anterior premisa ya que aparte de prestar un excelente servicio buscan impactar en la comunidad con proyectos de crecimiento socioeconómico.

Para el caso concreto de la empresa de transporte Masivo "Transmetro"-Barranquilla, está en busca permanente de mejorar la atención del servicio a sus usuarios optimizando los procesos de atención a nivel físico y financiero. A pesar de la problemática que actualmente está presentando a nivel financiero, lo cual ha venido operando por debajo de su punto de equilibrio tal como lo señala su último informe de gestión emitido por la gerencia (Transmetro, 2019), la organización cuenta con un respaldo a nivel organizativo que propende por el objetivo permanente de ser cada vez mejores como organización, influyendo esto en las diferentes formas de mejora la prestación del servicio.

En la presente investigación se pretende plantear una estrategia de solución que permita mejorar la prestación de los servicios a los clientes, para lo cual se realizó un análisis de los factores que influyen en la prestación del servicio al cliente, determinando a través de una revisión documental, el actual proceso de la calidad del servicio, identificando posteriormente los elementos de la misma que influyen en una propuesta de mejora que busca optimizar los procesos de atención para que el usuario se sienta satisfecho con la empresa.

Capítulo 1. Problema de investigación

3.1 Descripción del problema

Transmetro es una empresa de transporte masivo que se encuentra en la ciudad de Barranquilla, sus actividades iniciaron en el año 2010 y es un reflejo del sistema de transporte masivo de la ciudad de Bogotá denominado Trasmilenio (Hurtado y Hernández, 2013). Su objetivo está encaminado a mejorar la calidad del servicio de buses en la ciudad costera y su sostenibilidad financiera (El Universal, 2016). Además, apunta a fortalecer la velocidad del transporte de buses, generar empleo y brindar un servicio amable con el medio ambiente (Calvo y Ferrer, 2018). No obstante, el servicio de Transmetro, que opera en Barranquilla y Soledad, no ha sido lo esperado y se ha generado un conflicto entre las partes cuya consecuencia ha sido la mala toma de decisiones, que incluso ha tenido repercusiones a nivel estructural del sistema (Hurtado y Hernández, 2013). El resultado de estas situaciones es la gran insatisfacción de los usuarios debido a la mala calidad del servicio.

Es relevante mencionar que sin duda alguna “los sistemas integrados de transporte masivo (SITM) son una solución a los innumerables problemas de movilidad urbana, sobre todo porque el sistema tradicional no está en óptimas condiciones” (El Universal, 2016, párr. 4), lo que dificulta el tráfico vehicular y no solo afecta la movilidad, sino también al usuario. En este orden de ideas, la finalidad del SITM es tener la capacidad de satisfacer las necesidades de movilidad del cliente, sin que se comprometa su seguridad, debido a los múltiples riesgos inherentes del sector (Marín, 2016; Fedesarrollo, 2013). Por consiguiente, es importante que el Estado contribuya al mejoramiento de los procesos mediante un conjunto de técnicas, estrategias y medidas destinadas

a la articulación eficiente de las herramientas y la logística que involucra la movilidad de forma eficiente para la comunidad (Duarte, 2015).

El proceso de la globalización ha impulsado a las organizaciones a ser más responsables con sus diferentes grupos de interés. En este punto Transmetro cuenta con un aspecto fundamental, dado que se enfoca en el bienestar social de sus usuarios, al tiempo que piensa en la sostenibilidad del medio ambiente. La responsabilidad social corporativa (RSC) se basa en la participación voluntaria de las organizaciones en la preocupación espacial por temas de interés social y ambiental, relacionados con los procedimientos, productivos, comerciales y otras actividades que estas llevan a cabo tanto interna como externamente (Altamirano-Velásquez et al, 2015).

Actualmente las organizaciones pertenecientes a un mismo sector están en continua discordia, debido a la alta demanda de productos y servicios, la sobreoferta, la incertidumbre, entre otros factores, que tensionan el mercado a nivel global y complican la labor del empresario para alcanzar utilidades favorables. Así mismo, la competencia se vuelve cada vez más fuerte y complicada, hecho que lleva a que las organizaciones busquen alternativas que les permitan superar a sus pares; entre estas estrategias se destaca la RSC, que atrae una diversidad de clientes y da una mejor imagen y reputación a la organización (Aguilera y Puerto, 2012). La RSC brinda una nueva dirección para competir de una forma novedosa, centrada en la transferencia de valor agregado para la sociedad y el planeta (Altamirano-Velásquez et al, 2015).

Es importante aclarar que Transmetro presenta varios inconvenientes en su infraestructura, el precio de sus tiquetes, el estado de sus buses articulados, entre otros, por lo que una de sus principales preocupaciones es la calidad total del servicio que está prestando (Esquivia y Orozco, 2018). De no tomar las medidas correctivas necesarias, en un largo plazo la empresa podría tener problemas financieros que puedan afectar su correcto funcionamiento y continuación en el

mercado (Hurtado y Hernández, 2013). En vista de esta situación, el presente trabajo busca indagar sobre la calidad del servicio de este sistema de transporte, a partir de la percepción de los usuarios y los mecanismos para su desarrollo.

3.2 Formulación del problema

¿Cómo determino la mejora de la calidad del servicio al cliente de la empresa de transporte masivo TRANSMETRO Barranquilla a través de una revisión sistemática de la bibliografía?

3.3 Operacionalización del problema

- ¿Cómo se determina el proceso de la calidad del servicio al cliente en la empresa Transmetro Barranquilla a través de una revisión documental?
- ¿Qué elementos de calidad del servicio se pueden identificar mediante una revisión documental para el mejoramiento del servicio al cliente en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla?
- ¿Qué estrategias basadas en la mejora de la calidad del servicio permiten la optimización de este en la empresa de transporte masivo Transmetro Barranquilla a través de una revisión documental?

3.4 Objetivos de investigación

3.4.1 Objetivo General

Analizar a través de una revisión sistemática la calidad del servicio al cliente en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla.

3.4.2 Objetivos específicos

- Identificar el proceso de la calidad del servicio al cliente mediante una revisión sistemática de la literatura del sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla.

- Describir a través de una revisión documental de la literatura los factores que inciden en la calidad del servicio al cliente en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla.

- Por medio de una revisión sistemática de la literatura proponer estrategias basadas en la mejora para la optimización del servicio al cliente en la empresa de transporte masivo Transmetro Barranquilla.

3.5 Justificación

El transporte masivo es un aspecto que se ha estudiado por años, cuya importancia se ha venido incrementando gracias a los procesos de globalización y crecimiento de la urbanización dentro de las diferentes ciudades del mundo (Hurtado et al, 2014). Esto ha llevado a que los diferentes Gobiernos dentro de sus estrategias contemplen el desarrollo de planes para el fortalecimiento de su infraestructura a nivel de transporte (Thompson, 2002). Para el caso particular de Colombia se han propuesto diferentes sistemas de transporte masivo, cuya finalidad es fortalecer y garantizar un servicio seguro y de calidad. La ciudad de Barranquilla se ha enfocado en alcanzar estos objetivos, lo que se ve reflejado en la reducción de la accidentalidad y la mortalidad (Perdomo y Arzuza, 2015). No obstante, la calidad del servicio del sistema ha recibido críticas por parte de los

usuarios, puesto que no logra cumplir con sus expectativas, entre las que se encuentran la velocidad de los buses, el costo del tiquete y el impacto ambiental (Moller, 2010).

La población que conforma la ciudad de Barranquilla cada vez es más exigente en cuanto a sus necesidades para movilizarse, requieren de un transporte que sea eficiente y que sus costos sean más coherentes tanto con la calidad del servicio como con sus posibilidades económicas. Por eso, es importante tener en cuenta los mecanismos de información como herramienta útil para identificar lo que se debe hacer en pro de proporcionar una experiencia conveniente para los pasajeros.

Este trabajo se orientó a analizar los aspectos que permitirían mejorar el acceso al servicio del sistema de transporte Transmetro de Barranquilla, lo cual contribuye al avance de los procesos de toma de decisiones respecto a la movilidad de los pasajeros y el precio del servicio prestado, y, por lo tanto, genera un impacto en la calidad de este. El alcance del presente estudio se limita a mostrar la situación actual de la empresa, pues se centra en recolectar información sobre esos puntos clave que deben cambiarse para que el usuario reciba un servicio que sirva a sus necesidades y expectativas actuales.

3.6 Delimitación y alcance

Esta investigación está enfocada en una revisión sistemática de la literatura sobre la percepción de la calidad del servicio, específicamente en la ciudad de Barranquilla. Esto con el fin de identificar qué aspectos influyen directamente en la apreciación de los usuarios sobre el impacto de la política de transporte en esta ciudad.

Capítulo 2. Marco de referencia

4.1 Antecedentes

El Sistema Integral de Transporte Masivo (SITM) se refiere a que una gran cantidad de buses se integran o trabajan de manera coordinada para movilizarse más rápido por una determinada ciudad. Este sistema ofrece múltiples beneficios a la ciudadanía porque mejora la calidad de vida al acortar distancias y hacerlo con más rapidez, generar empleo y ser amigable con el medio ambiente. En Colombia funcionan los SITM en las principales capitales del país, de los cuales el más viejo es el de Bogotá, que ha servido como modelo para las demás ciudades. Los sistemas de Bogotá, Pereira, Cali, Bucaramanga y Medellín se unieron en una agremiación llamada MOVIMÁS, cuyo principal objetivo es "influir en una política pública de transporte masivo, priorizando la calidad del servicio" y la sostenibilidad financiera (El Universal, 2016, párr. 2). Transmetro es el SITM de Barranquilla y su área metropolitana, en el que se centra el presente estudio.

El transporte, como servicio público esencial, hoy en día atraviesa una aguda crisis, sobre todo el urbano y masivo, no solo debido a que con los ingresos de los pasajes es imposible sostenerlos, sino porque las cuentas definitivamente no cuadran. Con la finalidad de mejorar y hacer más eficiente el servicio, el Gobierno ha invertido más de 20 billones de pesos en una política pública que está a punto de venirse abajo, pues las finanzas se quedaron cortas. Esto se debe a los reajustes del presupuesto nacional con la ley de financiamiento y a la convergencia del COVID-19, que ha reducido el número de usuarios del sistema de manera significativa.

En materia del transporte público, las ciudades de América Latina se encuentran en un punto medio en relación con las urbes del resto del mundo, lo que no es motivo de consuelo. "De acuerdo con el estudio Índice de Movilidad Urbana, en el que se evaluaron 84 grandes ciudades del mundo en una escala del 0 al 100, la valoración promedio del país se ubicó en 43.9 puntos" (Redacción,

2017, párr. 2). Hong Kong obtuvo la mayor puntuación con 58.2 puntos, "lo que indica que aún hay un amplio margen de mejora en los 19 aspectos evaluados" (párr. 2).

Igualmente, la consultora internacional Arthur D. Little y la Unión Internacional de Transporte Público (UITP) llevó a cabo una revisión que incluyó a nueve ciudades latinoamericanas, en la cual se evaluaron diversos aspectos sobre la calidad del servicio prestado a los usuarios para determinar aquellos que necesitan mejoras (Redacción BBC Mundo, 2017). Aunque fue publicado en 2014, los resultados de este estudio siguen siendo válidos para la región, pues según le contó a BBC Mundo Eleonora Pazos, coordinadora de la división para América Latina de la UITP: "Poquísimo ha cambiado para Latinoamérica. Los avances han sido muy pequeños en los puntos que el ranking considera" (Redacción BBC Mundo, 2017, párr. 5). De manera general, hay ciudades que han progresado, pero aún se está muy lejos de tener lo que se necesita. Asimismo, la coordinadora de la división para América Latina de la UITP concluyó lo siguiente:

> Cuando miramos el ranking de manera general, la posición de Latinoamérica no es la más conveniente a pesar de que en la gran mayoría de las grandes ciudades en torno a la mitad de la población utiliza transporte público. Tenemos un buen uso del transporte público, pero una mala calidad en general. Tenemos que evolucionar muchísimo todavía. (Redacción BBC Mundo, 2017, párr. 7)

"No hay duda de que los SITM son una solución a los innumerables problemas de movilidad urbana, sobre todo en vista de que el sistema tradicional es caótico, incómodo y crea masivos trancones en las vías" (El Universal, 2016, párr. 4), que afecta la movilidad total. Los SITM, además, han propiciado un reordenamiento urbano, han recuperado el espacio público y han generado un cambio de comportamiento de la gente, que cuida más el equipamiento público y trata de contribuir a su buen funcionamiento.

Sin embargo, es imprescindible encontrar una manera de asegurar su viabilidad a largo plazo, pues han empezado a verse problemas en las finanzas de estos sistemas, empezando por el de Bogotá que sirve como base para el resto. En medios como Noticias Caracol se ha evidenciado que el recaudo no alcanza para soportar la operación y esto, en el caso de Transmilenio, ha desmejorado la calidad y la prestación del servicio, lo que según MOVIMÁS, impacta "la calificación de este". Para los pasajeros un buen servicio se fundamenta en una serie de variables, como la velocidad, la frecuencia de paso y la ocupación de los buses. A su vez, estos factores están determinados por la infraestructura, la planeación y la autosostenibilidad.

4.2 El impacto del transporte masivo en Barranquilla

La evolución del transporte es un aspecto que ha tenido su auge desde hace ya varios años, por lo que cada vez cobra una mayor importancia la realización de estudios al respecto, que también se reflejan en los modelos de transporte que se desarrollan. En el caso particular de la ciudad de Barranquilla, de acuerdo con (Ojeda, 2017), el impacto social del sistema se puede asociar con el transporte, la sociedad y el entorno, y el impacto económico se puede determinar en cuanto al valor de suelo, el desarrollo industrial, la generación de empleo y el consumo de combustibles. Estos aspectos permiten cuantificar el desarrollo social y económico de una ciudad (Agarwal et al, 2017).

La velocidad con la que ocurre el avance en el impacto transporte masivo, desde el punto de vista social y económico muchas veces dependerá de las decisiones que tomen las partes involucradas. Sin embargo, es importante tener en cuenta lo que sucede en su entorno y como este se viene desarrollando, con el fin de tomar posibles acciones de mejora. Estas decisiones conciernen en un 100 % a la calidad del servicio al cliente, entendiendo el concepto a su cabalidad.

Así lo afirmó el especialista en marketing López (2018) en su publicación La calidad en el servicio al cliente, factores que la determinan: "El servicio al cliente está determinado por la

filosofía, las actitudes y los comportamientos de cada uno de los empleados de la firma, desde el vigilante hasta el presidente" (párr. 3). Así, dentro de las empresas la calidad del servicio debe ser un factor fundamental que influye en el resultado que se desea obtener en cuanto a la percepción de sus clientes.

En ese sentido, Barros (2016) señaló en su trabajo *Factores que han influido en la calidad del servicio al cliente en las centrales de urgencias del régimen de excepción en salud en la ciudad de Bogotá en el periodo 2010-2015* que los factores fundamentales que influyen en esta son: "la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles" (Torres y Luna, 2017, p. 1270). El parámetro de medición de calidad recae en que tan satisfecho se encuentra el cliente con la empresa. Horovitz (1990), como se referenció en Duque (2005), es "el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de este" (p. 65). Asimismo, Lovelock (1990), como se citó en Duque (2005), afirmó lo siguiente:

> El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional. (p. 65).

El mismo autor mediante su definición propia especificó que el servicio al cliente posee los siguientes elementos: el concepto de servicio y su caracterización, "el proceso del servicio como marco general del trabajo, el concepto de calidad y su aplicación en los servicios y los modelos de evaluación del servicio" (Duque, 2005, p. 65). Igualmente, Serna (2006) expresó que "el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus

competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición deducimos que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa" (p. 19). Este a su vez mencionó que las características de este son:

- Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente.
- El Valor agregado, plus al producto. (p. 19)

Según Prieto, a partir de su noción del servicio este "es el conjunto de estrategias que una empresa diseña para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes externos, incluso, mejor que la competencia" (Gestión bienes, s.f., párr. 1), dependiendo de la tipología empresarial. Por su parte, Zapata en su publicación *Atender y orientar* planteó lo siguiente:

> Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador llámese empresa comercial de producción o de servicios con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. (Blogger, 2011, párr. 3).

También, para Vallejo y Sánchez (2017) en su libro *Un paso adelante: cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente* expresó: "al cliente no le importa que le digan que tiene la razón o no. Quiere tres cosas: claridad en lo que le dicen cuando le dicen que no, comunicación oportuna y reparación de los daños" (El Tiempo, 2011, párr. 6). De forma similar, Corrales (2019),

en su blog Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas? afirmó que el servicio al cliente se considera como lo que, a continuación, se cita:

> Un concepto que engloba todas aquellas estrategias, actividades y procesos orientados a satisfacer a las necesidades de los usuarios de un producto o servicio, está directamente relacionado con suplir las necesidades de los consumidores y ayudarlos a resolver problemas y dilemas. (párr. 8).

4.3 Percepción sobre el sistema de transporte Transmetro en la ciudad de Barranquilla

En el transcurso de los últimos años se han desarrollado diferentes investigaciones sobre la percepción del servicio en los sistemas masivos de buses. En el caso particular de Transmetro se puede tomar como base lo planteado por Agarwal et al (2017), para quienes la percepción del sistema puede ser personal, que es aquella que considera la opinión de sus usuarios de manera individual, o global, que considera las opiniones de todos los usuarios. En ambos casos, el aspecto fundamental en todo buen servicio de transporte es la calidad, por lo que estos autores consideran que algunos aspectos relevantes incluyen la velocidad del transporte, la higiene, el tiempo de espera y la comodidad que ofrece el servicio a sus pasajeros.

La experiencia individual de los pasajeros que hacen uso de este sistema de transporte es de vital importancia, en cuanto a la toma de ciertas decisiones que comprenden la mejora de la calidad del servicio prestado. Por ende, es importante tener en cuenta qué aspectos según una adecuada comunicación y retroalimentación de los usuarios al sistema resultan fundamentales para reconocer el impacto social que tiene el servicio de transporte en la ciudadanía (Becerra y Fuentes, 2016). En el caso de Transmetro se evidencian ciertas dificultades estructurales que son importantes para su adecuado funcionamiento (Rozas et al, 2015), por lo que tener claridad de la

percepción que tiene cada usuario resultará útil para tomar las medidas de corrección que optimicen el servicio y, por ende, sean beneficiosas para la empresa (Heredia, 2015).

CAPÍTULO 3. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Tipo y diseño de investigación

El tipo de investigación utilizada será de carácter cualitativo ya que se pretende recolectar y analizar los datos para dar respuesta al interrogante de la presente investigación, para el desarrollo de este estudio (Hernández, Fernández y Baptista, 2014), en primera instancia se analizaron materiales bibliográficos para lo cual se empleó el diseño de investigación interpretativo de tipo documental, que permitirá establecer la forma de selección, acceso para la indagación del muestreo documental (Borda, 2013).

5.1.1 Fundamento epistemológico

Las orientaciones cualitativas conllevan a dar respuesta a esas necesidades epistemológicas que surgen del estudio de un fenómeno y que requieren de nuevos referentes teóricos que conducen a la racionalidad científica. En sentido, la investigación cualitativa se centra en ideas que surgieron de la epistemología pos-positivista, presentándose en diferentes enfoques como lo es el sistémico, gestáltico, estructural y humanista, etc; algunos de estos pueden tener más importancia que otros en el abordaje de situación social determinada, por lo tanto, en ocasiones se necesita del empleo de estos enfoques para tener una mejor aproximación con la realidad. Por consiguiente, el objetivo del estudio cualitativo se fundamenta en la realidad de su contexto natural, asimismo, se caracteriza por generar datos descriptivos, empleando métodos humanistas, es inductiva y es analizada de forma holística, es decir, la investigación se analiza como un todo (Ruedas, Ríos & Nieves, 2009).

En este sentido, se procederá a utilizar este tipo de investigación cualitativa porque el proyecto está enfocado en variables que se le aplicaran un análisis para obtener las conclusiones respectivas

coherentes con el objetivo de la investigación. Por tanto, este tipo de estudio es definido "como un proceso en donde intervienen varias visiones que tienen como objetivo dividir los fenómenos y determinar las relaciones que existen entre sus componentes" Rueda (2007).

5.2 Métodos

El método de investigación empleado para obtener los resultados proyectados es el método inductivo. Este es definido como "una estrategia de razonamiento que se basa en la inducción, para ello, procede a partir de premisas particulares para generar conclusiones" (Significados, 2019, párr. 1). Sus características están direccionadas de abajo hacia arriba, de lo particular a lo general, Parte de observaciones empíricas y luego construye teorías sobre lo observado, Aún es utilizado en las ciencias, pero dentro del método hipotético-deductivo y está limitado a la observación de los fenómenos (Arrieta, s.f., párr. 7).

5.3 Definición de variables

En este caso las variables objeto de estudio en esta investigación son Servicio al cliente y responsabilidad social corporativa, en este orden de ideas el servicio al cliente planteado por Moreno (2009) es un conjunto de actividades conectadas que ofrece un suministrador con el objeto de que un cliente obtenga el producto o servicio en el lugar y momento apropiado, significa, la labor que debe desarrollar una organización en busca de satisfacer las necesidades del cliente y ganar reconocimiento y posicionamiento (García, 2016).

5.4 Criterio de inclusión y exclusión

Para la realización de la investigación se tomó como referencia los artículos con fecha de los últimos 5 años y que se encuentran referenciados en la revisión literaria, debido a que como no se pudo aplicar técnicas de recolección de información primaria debido a las restricciones de las medidas de bioseguridad que interpuso la alcaldía del Distrito de Barranquilla por el covid-19.

5.5 Herramientas y estrategias metodológicas

Se utilizarán para la realización de la presente investigación las herramientas tecnológicas que nos permitan en primer lugar la búsqueda de la información, en segundo lugar, la organización de la información y, por último, el análisis de la información obtenida a través de las diferentes fuentes derivadas de la aplicación y enfoque del método de la investigación. Como la Investigación es de carácter cualitativa esta utiliza herramientas alternativas como información secundaria que pueden incluir entrevistas realizadas en otros estudios, o resultados de otras investigaciones publicadas. Respecto a las estrategias empleadas para el desarrollo del presente estudio, en este caso estará asociada a la epistemología interpretativa desde el punto de vista de una dimensión intersubjetiva, enfocada en el individuo y en tratar de descubrir el significado, al igual que los motivos e intenciones de sus acciones; es decir conocer la realidad de su proceder.

5.5.1 Fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias se recurrió a la bibliografía existente respecto a la problemática de movilidad en las bases de datos relacionada con humanidades de la biblioteca de la Universidad Simón Bolívar.

5.5.2 Herramientas de apoyo.

Como herramientas de apoyo se contó con las bases SCIELO y REDALYC en las que se encontró la información secundaria para el proyecto.

5.5.3 Unidades de análisis.

Para evaluar la variable de Percepción del servicio al cliente emplearemos las unidades básicas cualitativas como la identificación e interpretación de la información consultada con relación a las variables relacionadas con el tipo de la investigación.

5.6 Procedimiento metodológico

- **Etapa 1. Desarrollo del objetivo específico 1**

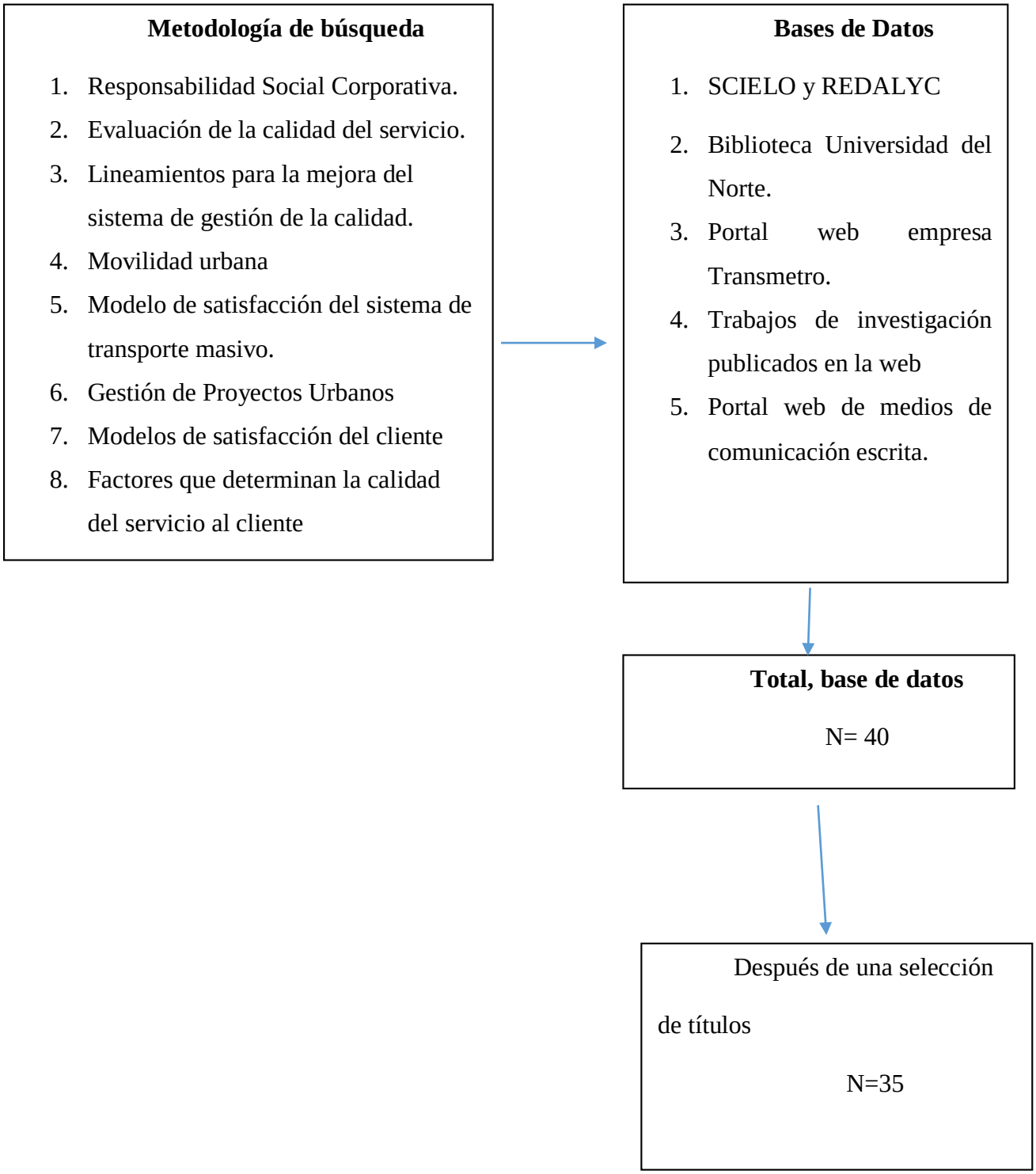
Para el desarrollo de este objetivo se realizó una investigación basada en fuentes de información secundaria extraídas de base de datos y páginas web de medios de comunicación escritos.

- **Etapa 2. Desarrollo del objetivo específico 2**

En este caso se evaluaron los diferentes factores que afectan la prestación del servicio y afectan la confortabilidad del usuario. Se realizó un análisis de estos de acuerdo con la situación actual de la empresa por la pandemia del COVID-19.

- **Etapa 3. Desarrollo del objetivo específico 3**

5.7 Esquema metodológico general



Resultados

6.1 Actual estado del proceso de la calidad del servicio del en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla

Desde la entrada en funcionamiento en el año 2010 de la empresa Sistema Integrado de Transporte Masivo del Distrito especial, industrial y portuario de Barranquilla y su área metropolitana, Transmetro, su Gerencia se ha preocupado por tener una eficaz política de servicio de atención al cliente. Esta se ha enfocado en cubrir todas las necesidades del proceso completo de prestación del servicio, es decir, desde la llegada del usuario a los puntos de atención, la recarga de tarjetas, el abordaje origen-destino hasta el desembarco en las diferentes estaciones. La excelencia en el servicio debe ser la constante en su funcionamiento en manos de los operadores del sistema.

Sin embargo, al evaluar el estado actual de la calidad de los servicios: corriente, expreso y de rutas alimentadoras se evidencia que estos han sido afectados por factores como la inestabilidad del crecimiento económico, la crisis financiera de la empresa por trabajar por debajo del punto de equilibrio y, en tiempos actuales, las medidas tomadas a nivel nacional y las consecuencias del COVID-19. Tan solo el confinamiento, una de las medidas para impedir la propagación del virus desde la declaratoria del estado de emergencia a través del Decreto 637 del 6 de mayo del 2020, originó la cancelación del servicio en casi un 70 %.

En un estudio realizado por el ingeniero civil Ojeda (2017) titulado *Impacto de los sistemas BRT en percepciones de cambios en el bienestar social y el entorno caso de Barranquilla, Colombia* se señaló que existen dos enfoques para evaluar el estado del servicio al cliente. Por un lado, al hacer referencia a la percepción de la calidad del servicio, se pueden considerar dos conceptos diferentes. Por una parte, se puede referir a la experiencia personal del individuo, logrando así identificar el impacto que tienen las características del sistema de transporte sobre su

percepción. (De Oña et al, 2013, como se citó en Ojeda, 2017, p. 14). Hecho que evidencia la percepción del usuario en la utilización del servicio.

El segundo enfoque según Ojeda (2017) es aquel caracterizado por lo siguiente:

> Se puede hacer referencia a al nivel de servicio deseado, donde se busca estimar los factores que inciden en la calidad que esperan recibir por parte del servicio de transporte público. Entre los atributos que evalúan la forma en que los usuarios del transporte público perciben la calidad de servicio deseada, se encuentra el tiempo de espera, limpieza del modo y el confort del viaje (Dell'Olio et al, 2011, como se citó en Ojeda, 2017, p. 14).

De acuerdo con esta postura, es posible afirmar que la empresa se ha visto afectada la por la crisis económica generada por la pandemia, independientemente de la actual política sobre la prestación de su servicio. Claro está que la empresa ha sido evaluada a través de diversos estudios, como el realizado por el Departamento Nacional de Planeación y publicado por la Redacción de El Heraldo (2012) el cual presentó resultados como el trabajar en el diseño de un sistema de transporte público que lo integre con el transporte público colectivo y actualizar los estudios de demanda de transporte en el área metropolitana.

De igual forma, se evidenció que la percepción de los usuarios de Transmetro es positiva con un 71 % de favorabilidad frente al servicio prestado. Además, de mejorar aspectos tales como la frecuencia y la cobertura de las rutas alimentadoras. Resaltando el diseño y operación de una red de alimentación más ágil y directa al sistema troncal, de tal manera que el usuario experimente disminución efectiva en tiempos de viaje y el mejoramiento de la integración de los planes de ordenamiento territorial de los municipios del área metropolitana de Barranquilla al sistema integrado de transporte, puesto que son necesarias estrategias integrales en la administración del

territorio físico, las cuales logren equilibrar el desarrollo del área en el mediano y largo plazo (El Heraldo, 2012, párr. 1).

Sin embargo, en una encuesta publicada por la empresa en el año 2019 en su página web, en la cual se evaluaron variables como la seguridad, la cultura ciudadana y la orientación del usuario, la accesibilidad y el confort, y las ventas y recargas, se encontró que el 38 % de los encuestados en el 2018 manifestó sentirse seguro en el sistema, lo que representa una mejora de 15 puntos porcentuales respecto a las cifras del 2017. Respecto a la difusión de programas de cultura ciudadana, Transmetro aumentó el porcentaje de satisfacción de los ciudadanos de un 22 % (2017) a un 44 % (2018). Asimismo, el 51 % de los usuarios encuestados manifestó estar satisfecho con el servicio de orientación e información del Sistema. Además, en materia de información sobre las rutas el 49 % dijo estar satisfecho, lo que representa un incremento del 7 % con respecto al 2017.

En lo referente a la percepción sobre la accesibilidad a personas con discapacidad mantuvo una tendencia creciente al pasar del 41 % al 43 %. Para el caso de los buses, al igual que en estaciones, la percepción sobre el confort obtuvo el mismo crecimiento, al pasar del 37 % en el 2017 al 45 % en el 2018, para ambos casos y, por último, el 49 % de los usuarios indicó estar satisfecho con el funcionamiento de puertas y torniquetes en los buses, 6 puntos porcentuales por encima de la vigencia anterior. Sobre los puntos de venta y recarga fuera del sistema la satisfacción aumentó del 38 % al 46 %; mientras que dentro de las estaciones el resultado fue del 51 % (Transmetro, 2019, párr. 3-10).

Al tomar como base sobre la percepción de la calidad del servicio, el segundo enfoque de Ojeda resulta ideal para su respectiva evaluación en este caso particular, pues de acuerdo con la perspectiva financiera de inversión se han podido medir los atributos (el tiempo de espera, limpieza del modo y el confort del viaje) que más impactan la utilización del transporte. Tal como lo publicó

Avendaño (2019), en el Diario el Heraldo en su artículo *Los recursos del FET sacaron a Transmetro del déficit financiero* el 11 de marzo del 2019, para la planificación de la mejora del servicio prestado hay que tener en cuenta el margen de operacionabilidad financiera con que cuenta la empresa para invertir en estos frentes.

Para ello se creó el Fondo de Estabilización Tarifaria de Transmetro (FET), el cual logró "recaudar más de 41 mil millones de pesos, que le han servido para financiar el déficit financiero" (Avendaño, 2019, párr. 1). Esto le ha permitido a la empresa desarrollar ciertas inversiones que la han fortalecido; "además de solventar el déficit económico de Transmetro, el FET ha sido una estrategia que ha permitido que implementen otras acciones en pro de lograr una mejoría integral del sistema, en lo que concierne a infraestructura, operación y obras" (Avendaño, 2019, párr. 9). Se han visto progresos en cuanto al tiempo de espera con la inclusión del aumento de la flota de articulados, sobre todo en las horas pico, y, por lo tanto, se ha mejorado el confort del viaje para los más de 150 mil pasajeros en días hábiles.

Por las consecuencias de la pandemia la empresa ha sido incluida dentro del paquete de salvamento de la reactivación económica por un valor de 70 mil millones de pesos. Según el diario El Tiempo estos se invertirán en diferentes rubros:

> Para Barranquilla ese faltante son solo 70 mil millones de pesos, pero en total, para todos los sistemas, son 1.3 billones de pesos. Había que trabajar con varias entidades, una sola no es suficiente en términos de capacidad. MinHacienda y su equipo estructuraron con Findeter una línea de crédito; igualmente con el Banco Agrario (El Tiempo, 2020, párr. 4).

La cuestión es ¿de qué manera serán invertidos estos recursos para mejorar la prestación del servicio en los atributos evaluados?. Las decisiones financieras dependen de los recursos con los

que la empresa cuente y las decisiones que los operadores tomen para garantizar una excelente prestación del servicio que satisfaga las necesidades de los usuarios.

En este sentido, el fenómeno de la pandemia ha reducido la capacidad de funcionamiento por lo que en estos momentos es prioritario devolver a la empresa a su punto de equilibrio para después trabajar en una prestación del servicio acorde con las medidas de bioseguridad que se deberán adoptar en adelante concernientes a "barreras de acceso y salida, pasamanos, máquinas para recargar, teléfonos, taquillas, punto de atención al cliente y columnas. La actividad se realizará de manera continua en todas las estaciones y Portal de Soledad" (La Gran Noticia, 2020, párr. 2). También se han implementado "charlas que se extenderán a los diferentes empleados del sistema, tanto administrativos como de campo" (párr. 4), y se han dispuesto "dispensadores de gel antibacterial en las estaciones Joe Arroyo, La Catedral, Parque Cultural, Joaquín Barrios Polo y el Portal de Soledad" (párr. 5).

6.2 Describir los factores que inciden en la calidad del servicio al cliente como política de crecimiento organizacional en el sistema de transporte masivo de la empresa Transmetro Barranquilla

Desde su entrada en funcionamiento la empresa Transmetro se ha preocupado por mantener una política de excelencia en la prestación de sus tres tipos de servicio. Dentro de su filosofía corporativa ha implementado como base una serie de factores que permiten lograr la confortabilidad del usuario, entre los cuales se encuentra:

- Contacto directo con el cliente. Este ha sido fundamental pues el tratamiento con el usuario es la principal carta de presentación de la empresa para la percepción que este cree de ella. La empresa expone sus valores corporativos con una

retroalimentación directa de acuerdo con los mecanismos de evaluación que se manejan para este objetivo.

- Relación vendedor-cliente. Cada empleado de la empresa tiene la responsabilidad de canalizar los valores corporativos en la atención a todos los usuarios en sus diferentes niveles, desde la compra de la tarjeta, recargas hasta el arribo a las diferentes estaciones. Sin embargo, la tercerización en el servicio de recargas es un servicio que la empresa debe evaluar constantemente, dado que no depende directamente de ella y el grado de percepción con relación a su atención prestada podría verse afectada.
- Correspondencia. Dentro de los diferentes niveles gerenciales para la atención al servicio, según el tipo de cliente interno y externo, existe un grado de correspondencia con el compromiso adquirido de mantener una excelente calidad en la prestación, tal como lo demuestra la encuesta realizada por la empresa en el año 2019 publicada en su página web.
- Reclamos y cumplimientos. La empresa desde su entrada en funcionamiento ha manejado un proceso en cuanto al recibo de reclamos y generación de respuestas. La empresa entiende que este es un medio por el cual puede escuchar al usuario para mejorar la calidad del servicio.
- Instalaciones. El plan de inversiones de la empresa está basado en el crecimiento de la demanda de los diferentes servicios correlacionado con el comportamiento demográfico de la ciudad, el cual es estimado por el último censo del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas (DANE)2018.

6.3 Estrategias basadas en la mejora de la calidad del servicio permiten la optimización de este en la empresa de transporte masivo Transmetro Barranquilla

Tras haber analizado el actual estado del servicio al cliente de la empresa Transmetro, para su mejoría se proponen como estrategias:

- Realizar una evaluación exhaustiva de la actual estructura administrativa de la empresa para determinar los cambios que se deben realizar en su integración vertical, que optimicen los procesos de atención al cliente en todos los puntos, ya sean de venta, recargas de la tarjeta o puntos de abordaje de los diferentes articulados.
- Presentar un plan financiero de austeridad en el gasto, que optimice los procesos internos administrativos de la empresa y represente la disminución de su déficit fiscal.

CONCLUSIONES

En esta investigación pudimos establecer el actual nivel de la calidad del servicio al cliente analizando el mismo a través de fuentes secundarias de información para determinar la percepción del actual estado del nivel de atención. Para ello recopilamos los resultados de encuestas realizadas por la compañía y empresas afines sobre la medición del nivel de satisfacción del cliente contratado por las operadoras. Finalmente se formularon dos estrategias a implementar para que impactara positivamente en el nivel de satisfacción del cliente.

Esto se realizó inicialmente, a través de una revisión sistemática de la literatura existente sobre el tema, en las diferentes bases de datos consultadas, dentro de la cual se encontró información importante en medios de comunicación como los diarios el Tiempo y el heraldo, así como la página web de la empresa de transporte masivo Transmetro, la cual realizo una encuesta de satisfacción en los años 2015 y 2019.

Lo anterior, permitió la identificación de los factores que inciden en la calidad del servicio y de esta forma proceder a proponer estrategias que permitan la optimización de los procesos administrativos en relación a la atención y mejoren en el desarrollo y la calidad de la prestación del servicio al cliente, lo cual se vea reflejado en una mejora de la situación fiscal de la empresa ya que al mejorar este la organización lograra reducirlo considerablemente en el periodo del año 2021.

REFERENCIAS

Agarwal, P., Gurjar, J., & Gupta, V. (2017). Evaluation of Socio-Economic Impact of City Bus Services in Developing Countries. *Elsevier, 25*, 4589-4605. doi:10.1016/j.trpro.2017.05.379

Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en responsabilidad social. *Pensamiento y Gestión (3), 1-26*(32), 1-26. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1657-62762012000100002

Altamirano-Velásquez, A., Rendón-Salazar, A., & Sánchez-Riofrío, A. (2015). Responsabilidad social corporativa: el caso de mutualista Pichincha. *Revista Ciencias Estratégicas, 23*(33), 31-40. https://www.redalyc.org/pdf/1513/151345259003.pdf

Antolinez, L., & Wilisch, B. (2019). *Acceso al servicio del sistema masivo de transporte. Estudio de caso "Transmetro" - Barranquilla.* Universidad Simón Bolívar. https://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/4441/Acceso_Servicio_Sistema_Masivo_Transporte_Transmetro_Resumen.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arrieta, E. (s.f.). *Método inductivo y deductivo.* Metodología: https://www.diferenciador.com/diferencia-entre-metodo-inductivo-y-deductivo/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20del%20m%C3%A9todo%20inductivo,la%20observaci%C3%B3n%20de%20los%20fen%C3%B3menos.

Avendaño, E. (2019). *"Los recursos del FET sacaron a Transmetro del déficit financiero".* Barranquilla: https://www.elheraldo.co/barranquilla/los-recursos-del-fet-sacaron-transmetro-del-deficit-financiero-606204

Barros, A. (2016). *Factores que han influido en la calidad del servicio al cliente en las centrales de urgencias del régimen de excepción en salud en la ciudad de Bogotá, en el periodo 2010 - 2015.* Universidad Militar Nueva Granada. https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/14538/Alanenriquebarrosberacaza2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Becerra, S., & Fuentes, L. (2016). *Diseño de una estrategia de comunicación basada en el modelo C-Change para el Sistema Integrado de Transporte Masivo S.A.S. Barranquilla, Colombia.* Universidad del Norte. http://manglar.uninorte.edu.co/handle/10584/5808#page=1

Blogger. (2011). *Teoría sobre servicio al cliente.* Atender y orientar (Jorge Alberto Zapata): http://especificossaludoral.blogspot.com/2011/10/teoria-sobre-servicio-al-cliente.html#:~:text=CONCEPTO%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE,un%20uso%20correcto%20del%20mismo.

Borda, M. (2013). Proceso de investigación, visión general de desarrollo. Barranquilla: Editorial Universidad del Norte.

Calvo, E., & Ferrer, M. (2018). Evaluating the quality of the service offered by a bus rapid transit system: the case of Transmetro BRT system in Barranquilla, Colombia. *International Journal of Urban Sciences, 22*(3), 392-413. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/12265934.2018.1433056

Corrales, J. (2019). *Servicio al cliente: ¿qué es y por qué es un pilar de las empresas exitosas?* https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/#:~:text=Podemos%20definir%20el%20servicio%20al,de%20un%20producto%20o%20servicio.

DECRETO 637 (6 de Mayo del 2020). Por el cual se declara un Estado de Emergencia Económica, Social y Ecológica en todo el territorio Nacional. Recuperado de https://dapre.presidencia.gov.co/normativa/normativa/DECRETO%20637%20DEL%206%20DE%20MAYO%20DE%202020.pdf.

Díaz, J., Espitia, G., & Murillo, B. (2015). Lineamientos para la mejora del sistema de gestión de la calidad en entidades responsables de la movilidad en el Distrito Capital. *Signos, 7*(1), 41-52. https://www.researchgate.net/publication/318482333_Lineamientos_para_la_mejora_del_sistema_de_gestion_de_la_calidad_en_entidades_responsables_de_la_movilidad_en_el_Distrito_Capital

Duarte, C. (2015). Movilidad urbana: ¿cómo definir un sistema de transporte público colectivo (SITP). *Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 11*(20), 71-82. https://www.redalyc.org/pdf/4096/409640743007.pdf

Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 15*(25), 64-80. https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf

El Tiempo. (2011). *Servicio al cliente: de la teoría a la práctica.* Archivo: https://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-4687593

El Tiempo. (2020). *Con línea de crédito se garantizaron las operaciones de Transmetro.* Seguir Barranquilla: https://www.eltiempo.com/colombia/barranquilla/recusos-para-operacion-de-transmetro-518720

El Tiempo. (2020). *Con línea de crédito se garantizaron las operaciones de Transmetro.* https://www.eltiempo.com/colombia/barranquilla/recusos-para-operacion-de-transmetro-518720

El Universal. (2016). *El transporte masivo.* Editorial. https://www.eluniversal.com.co/opinion/editorial/el-transporte-masivo-10889-DQEU336511

Esquivia, S., & Orozco, R. (2018). *Diseño de una estrategia de Gobierno y Gestión de TI para sistemas integrados de transporte masivo: caso Transmetro.* Universidad del Norte. http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8319/133656.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fedesarrollo. (2013). *La integración de los sistemas de transporte urbano en Colombia. Una reforma en transición.* Fedesarrollo. Centro de Investigación Económica y Social. https://repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/175/La%20integracion%20de%20los%20sistemas%20de%20transporte%20urbano%20en%20Colombia%20-%20Findeter.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. Telos, 18(3),381-398.

Gestión bienes. (s.f.). *Conceptos de servicio al cliente.* Gerencia de bienes y servicios: http://gestionbienesyservicios2010.blogspot.com/p/conceptos-de-servicio-al-cliente.html#:~:text=%C2%B7%20Qu%C3%A9%20es%20el%20servicio%20al,incluso

%2C%20mejor%20que%20la%20competencia.&text=1.,as%C3%AD%20tenga%20algunos%20elementos%20objetivos.

Heredia, J. (2015). *Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrando variables latentes.* Universidad Nacional de Colombia. http://bdigital.unal.edu.co/50005/1/1128278231.2015.pdf

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación.* sexta edicion. Mc Graw Hill.

Hurtado, A., & Hernández, M. (2013). Transmetro Barranquilla-Soledad: retos para la gestión metropolitana en un contexto de desequilibrios territoriales. *Pensamiento & Gestión*(34), 96-121. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1657-62762013000100006&script=sci_abstract&tlng=es

Hurtado, A., Miranda, L., & Hernández, M. (2014). *Gestión de grandes proyectos urbanos en espacios metropolizados: los sistemas integrados de transporte masivo en Colombia.* Universidad Piloto de Colombia. https://www.researchgate.net/publication/314100975_Gestion_de_grandes_proyectos_urbanos_en_espacios_metropolizados_los_sistemas_integrados_de_transporte_masivo_en_Colombia

La Gran Noticia. (2020). *Transmetro implementa medidas de prevención contra el COVID19.* Noticias: https://www.lagrannoticia.com/barranquilla-y-su-area-metropolitana/48222-transmetro-implementa-medidas-de-prevencion-contra-el-covid19

La República. (2020). *Los sistemas de transporte masivos aumentan su déficit a $2,6 billones por el covid-19.* Transporte: https://www.larepublica.co/economia/los-sistemas-de-transporte-masivos-aumentan-su-deficit-a-26-billones-por-el-covid-19-3035920

López, C. (2018). *La calidad en el servicio al cliente, factores que la determinan.* Marketing: https://www.gestiopolis.com/la-calidad-en-el-servicio-al-cliente-factores-que-la-determinan/

Marín, L. (2016). *¿La política pública de transporte público masivo en Bogotá es adecuada para garantizar el derecho al acceso a un servicio de transporte de calidad? : caso Transmilenio como eje central de movilidad en Bogotá.* Pontificia Universidad Javeriana. https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/21837/MarinCarrilloLibardoAndres2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Moller, R. (2010). A critical evaluation of the Colombian model of mass or bus rapid transit systems. *Ingeniería y Competitividad, 12*(2), 23-40. https://revistaingenieria.univalle.edu.co/index.php/ingenieria_y_competitividad/article/view/2691/3555.

Moreno, Andrea (2009). Lineamientos para la Creación de una Cultura de Servicio al Cliente en una Empresa del Sector Alimentos: Caso Martmore Ltda. Trabajo de Grado. Administración de negocios internacionales. Universidad del Rosario. Colombia.

Ojeda, A. (2017). *Impacto de los sistemas BRT en percepciones de cambios en el bienestar social y el entorno: caso de Barranquilla, Colombia (Tesis de maestría, Universidad del Norte).* Universidad del Norte. http://manglar.uninorte.edu.co/bitstream/handle/10584/8183/1140878350.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Perdomo, J., & Arzuza, M. (2015). Beneficios económicos de Transmetro sobre la reducción de la accidentalidad vial en el área metropolitana de Barranquilla, Colombia. *Lecturas de Economía*(82), 219-245. http://www.scielo.org.co/pdf/le/n82/n82a7.pdf

Prieto,J. (s.f.). *Gerencia del servicio. La clave para ganar todos.* Ecoediciones. https://www.ecoeediciones.com/wp-content/uploads/2018/03/Gerencia-del-servicio-4ed.pdf

Redacción. (2017). *¿Cuáles son las ciudades con mejor y peor transporte público en América Latina?* Internacional: https://crnnoticias.com/cuales-son-las-ciudades-con-mejor-y-peor-transporte-publico-en-america-latina/

Redacción BBC Mundo. (2017). *¿Cuáles son las ciudades con mejor y peor transporte público en América Latina?* Noticias América Latina: https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-38927134

Redacción El Heraldo. (2012). *"Percepción de los usuarios de Transmetro es positiva con un 71%": Planeación.* Noticias: https://www.elheraldo.co/local/percepcion-de-los-usuarios-de-transmetro-es-positiva-con-un-71-planeacion-93923

Rozas, P., Jaimurzina, A., & Pérez, G. (2015). Políticas de logística y movilidad: antecedentes para una política integrada y sostenible de movilidad. *Serie Recursos Naturales e Infraestructura, 2*(177).https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/39718/1/S1501005_es.pdf

Ruedas, M. Ríos, M. & Nieves, F. (2009). Epistemología de la investigación cualitativa. *Educere,* 13(46),627-635.

Rueda, M. (2007). La investigación etnográfica y/o cualitativa y la enseñanza en la universidad. Revista Mexicana de Investigación Educativa, 12(34), 1021-1041.

Sánchez, F., & Vallejo, G. (2012). *Atención y servicio al cliente. Un paso adelante. Cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente.* Norma.

Serna, H. (2006). Conceptos básicos. En Servicio al cliente. En *Servicio al cliente*. Panamericana editorial Ltda. Servicio de atención al cliente: http://importacionesan.blogspot.com/2011/05/#:~:text=DEFINICI%C3%93N%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE,expectativas%20de%20sus%20clientes%20externos..

Significados. (2019). *Significado de Método inductivo.* Ciencia: https://www.significados.com/metodo-inductivo/#:~:text=El%20m%C3%A9todo%20inductivo%20es%20una,amplias%20apoy%C3%A1ndose%20en%20observaciones%20espec%C3%ADficas.

Thompson, I. (2002). *Impacto de las tendencias sociales, económicas y tecnológicas sobre el transporte público: investigación preliminar en ciudades de América Latina.* Cepal. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/6398/S013195_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Torres, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y Administración, 62*, 1270-1293. http://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v62n4/0186-1042-cya-64c-04-01270.pdf

Transmetro. (2019). *77% de los usuarios encuestados está satisfecho con el servicio de Transmetro.* Noticias: https://www.transmetro.gov.co/noticias/77-de-los-usuarios-encuestados-esta-satisfecho-con-el-servicio-de-transmetro/#!

Transmetro. (2020). *Transmetro implementa medidas de prevención contra el COVID19.* https://www.transmetro.gov.co/noticias/transmetro-implementa-medidas-de-prevencion-contra-el-covid19/#!

Universidad de Alcalá. (s.f.). *¿Qué es la investigación cuantitativa?* Finanzas: https://www.master-finanzas-cuantitativas.com/que-es-investigacion-

cuantitativa/#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cuantitativa%20implica%20el,proyectables%20a%20una%20poblaci%C3%B3n%20mayor.

Vallejo, G., & Sánchez, F. (2017). *Un paso adelante: cómo lograr la ventaja competitiva a través del servicio al cliente.* Penguin Random House.