

ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO PARA EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE DE PASAJEROS EN EL DEPARTAMENTO DEL ATLÁNTICO

ANA DEL CARMEN CERVANTES DE LA HOZ

Trabajo de Investigación como requisito para el Título de Magíster en Desarrollo y
Gestión de Empresas Sociales

Tutor

HERNAN SAUMETT ESPAÑA

RESUMEN

El presente trabajo de investigación se centra en el análisis de los resultados del nivel de la atención a los clientes de dos empresas de transporte turístico terrestre tipo Vans que operan en el Departamento del Atlántico, con el propósito de analizar estrategias que se puedan implementar para mejorar el servicio.

Durante la investigación se revisaron las categorías referentes y algunos teóricos y antecedentes internacionales y nacionales enfocados en las políticas e iniciativas relacionadas con el desarrollo de estrategias basadas en la atención al cliente para mejorar la competitividad y eficiencia de las empresas de transporte turístico terrestre. La investigación tuvo como objetivo general “Analizar estrategias que se puedan implementar para mejorar el servicio de transporte terrestre tipo Vans de pasajeros en el Departamento del Atlántico” y como objetivos específicos se estipularon 1. Identificar los tipos de servicio de transporte turístico terrestre de pasajeros en el Departamento del Atlántico. 2. Describir los tipos de empresas sociales de transporte terrestre turístico de pasajeros tipo Vans que existen en el departamento del Atlántico. 3. Establecer el nivel de satisfacción de los usuarios del transporte turístico terrestre de pasajeros tipo Vans actual.

Por sus características es de enfoque cualitativo de tipo descriptivo, la cual buscó mediante la el análisis de la información recolectada, proponer estrategias que se puedan implementar para mejorar el servicio de transporte terrestre tipo Vans de pasajeros en el Departamento del Atlántico, teniendo en cuenta el interés por analizar y comprender el objeto de estudio, desde la perspectiva de todos los participantes y los significados y definiciones de la situación actual del nivel de satisfacción y necesidades de los usuarios. La población del presente estudio estuvo distribuida con una muestra de 20 pasajeros, 10 conductores y 10 empleados administrativos de las empresas “Transportes Marsol S. A. S.” y “Transportes y

Turismo Berlina del Fonce Berlinastur S. A.”, que brindan sus servicios hacia diferentes destinos. Como instrumentos se utilizaron entrevistas a los diferentes sujetos objeto de estudio y la técnica de observación directa.

Entre los resultados se pudo establecer el nivel de satisfacción de los usuarios del transporte terrestre turístico, para así proponer las estrategias que se puedan implementar para mejorar el servicio de transporte terrestre tipo Vans de pasajeros en el Departamento del Atlántico, teniendo como guía cada uno de los objetivos específicos del estudio.

La investigación arrojó las siguientes conclusiones: 1. Se logró la consecución del Objetivo general con el análisis de las estrategias que se puedan implementar para mejorar el servicio de transporte terrestre tipo Vans de pasajeros en el Departamento del Atlántico. 2. Aunque las empresas de transporte turístico terrestre reconocen la importancia de generar estrategias para mejorar la competitividad, no logran implementarlas en función de las necesidades de los clientes. 3. La implementación de las estrategias diseñadas permitirá brindar un mejor servicio y responder efectivamente ante las necesidades de sus clientes y a la vez fortalecer la estructura organizacional de las empresas de transporte turístico terrestre tipo Vans. 4. Cada empresa que intente implementar las estrategias diseñadas, deberá contextualizarlas para no perder su identidad organizacional.

Palabras clave: Empresas de transporte, servicio al cliente, estrategias administrativas.

ABSTRACT

This research work focuses on the analysis of the results of the level of customer service of two Vans-type land tourist transport companies that operate in the Atlantic Department, with the purpose of analyzing strategies that can be implemented to improve the service.

During the investigation, the reference categories and some theoretical and international and national antecedents were reviewed, focused on the policies and initiatives related to the development of strategies based on customer service to improve the competitiveness and efficiency of land tourist transport companies. The research had the general objective of "Analyzing strategies that can be implemented to improve the Vans-type ground transportation service for passengers in the Atlantic Department" and as specific objectives stipulated: 1. Identify the types of ground passenger tourist transport service in the Atlantic Department. 2. Describe the types of social tourism passenger land transport companies that exist in the department of Atlántico. 3. Establish the level of satisfaction of users of current Vans-type passenger land transport.

Due to its characteristics, it is a descriptive qualitative approach, which sought, through the analysis of the information collected, to propose strategies that can be implemented to improve the Vans passenger land transport service in the Atlantic Department, taking into account the interest in analyzing and understanding the object of study, from the perspective of all participants and the meanings and definitions of the current situation of the level of satisfaction and needs of users. The

population of the present study was distributed with a sample of 20 passengers, 10 drivers and 10 administrative employees of the companies "Transportes Marsol S. A. S." and "Transportes y Turismo Berlina del Fonce Berlinastur S. A.", which provide their services to different destinations. As instruments, interviews with the different subjects under study and the direct observation technique were used.

Among the results, it was possible to establish the level of satisfaction of the users of tourist land transport, in order to propose strategies that can be implemented to improve the Vans passenger land transport service in the Department of Atlántico, taking as guide each of the specific objectives of the study.

The research yielded the following conclusions: 1. The achievement of the General Objective was achieved by analyzing the strategies that can be implemented to improve the Vans-type ground transportation service for passengers in the Department of Atlántico. 2. Although the land tourist transport companies recognize the importance of generating strategies to improve competitiveness, they are unable to implement them according to the needs of the clients. 3. The implementation of the designed strategies will allow us to provide a better service and respond effectively to the needs of its clients, while strengthening the organizational structure of the Vans-type land tourist transport companies. 4. Each company that tries to implement the designed strategies must contextualize them so as not to lose their organizational identity.

KeyWords: Transport companies, customer service, administrative strategies.

REFERENCIAS

1. Aguilar, J., Vargas, J. (2010). Servicio al cliente. Asociación Oaxaqueña de Psicología A.C. México.
https://www.academia.edu/25738912/SERVICIO_AL_CLIENTE
2. Albrecht, K. (1992). Servicio al cliente interno. México: Editorial Paidós.
https://www.academia.edu/39355778/_SERVICIO_AL_CLIENTE_INTERNO_de_Karl_Albrecht_-Ediciones_Paid%C3%B3s_1aEdici%C3%B3n_1992
3. Anierte, N. (2013). Servicios de Calidad. Recuperado de: http://www.aniorte-nic.net/apunt_gest_serv_sanit_4.htm
4. Arbesú, A. (2003). Posible nuevo escenario competitivo del ferrocarril de alta velocidad: las compañías aéreas de bajo coste. (tesina). Universidad Politécnica de Catalunya. Barcelona. Recuperado de: <https://upcommons.upc.edu/handle/2099.1/6369>
5. Bonilla, E. Rodríguez, P. (2000). Más allá del dilema de los métodos. Bogotá, Colombia: Editorial Norma.
<https://laboratoriociudadut.files.wordpress.com/2018/05/mas-alla-del-dilema-de-los-metodos.pdf>
6. Bravo, J. (12 de septiembre de 2014). Desarrollo de los transportes en Colombia siglos XIX y XX. El mundo. Recuperado de: https://www.elmundo.com/portal/opinion/columnistas/desarrollo_de_los_transportes_en_colombia_siglos_xix_y_xx.php#.XsHZCWgzblW
<https://doi.org/10.3989/hs.2016.001>

7. Burgess, L., Fowler, T., Minowitz, A., Neudorff, L. (2016). Improving Business Processes for More Effective Transportation Systems Management and Operations. Washington D.C. United States. Recuperado de: <http://www.ops.fhwa.dot.gov/publications/fhwahop16018/fhwahop16018.pdf>
8. Cardoza, J. (2018). Estrategias gerenciales que contribuyan con el mejoramiento de la gestión logística de transporte internacional de las empresas ensambladoras del sector automotor, ubicadas en el estado Carabobo. (Tesis de maestría). Universidad de Carabobo, Venezuela. Recuperado de: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:_nNyfuTUmEgJ:miriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/7347/jcardoza.pdf%3Fsequence%3D1+&cd=8&hl=es-419&ct=clnk&gl=co
<https://doi.org/10.24265/horizmed.2019.v19n2.08>
9. Carril, V. (2010). El transporte como producto turístico en Galicia: un análisis de la oferta actual. Universidad de Santiago de Compostela, 15 http://www.usc.es/econo/RGE/Vol18_2/castelan/art2c.pdf
10. Carril, V., Otón, M. (2009). El transporte como producto turístico en Galicia: un análisis de la oferta actual. Revista Galena de Economía, 18(2), p. 1-29. http://www.usc.es/econo/RGE/Vol18_2/castelan/art2c.pdf
11. Castaño, V., Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. Revista Geográfica Venezolana. 57(2). Universidad de los Andes, Venezuela <https://www.redalyc.org/jatsRepo/3477/347750606007/347750606007.pdf>
12. Castro, G., Moros, M. (2015). Las Tic en la calidad de servicio ofrecida por los profesores para el desarrollo de competencias de los alumnos universitarios. Compendium. 35(2), p. 96-124 Recuperado de: <http://132.248.9.34/hevila/Compendium/2015/no35/3.pdf>
<https://doi.org/10.7203/attic.2.82>
13. Chandler, A. (2003). Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise. New York: Beard Books <https://s3.amazonaws.com/arena-attachments/705027/a973f694aaaee073aeb1cfce037f3b11.pdf>
14. Colmenares, R. (1999). Propuesta de un Modelo de Gerencia Estratégica como elemento clave en la ejecución presupuestaria en las Fundaciones del Estado Lara. (Tesis de maestría). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto, Venezuela. <https://doi.org/10.14482/pege.38.7700>
15. Congreso de Colombia. (20 de diciembre de 1996). Artículo 5 [Título I]. Disposiciones generales para los modos de transporte. [Ley 336 de 1996]. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1658312>
16. Congreso de Colombia. (30 de diciembre de 1993). "Por la cual se dictan disposiciones básicas sobre el transporte, se redistribuyen competencias y recursos entre la Nación y las Entidades Territoriales, se reglamenta la planeación en el sector transporte y se dictan otras disposiciones". [Ley 105 de 1993]. Recuperado de: http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0105_1993.html

17. Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2007). El turismo. Teoría y Práctica, España. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=272384>
18. Davis, F. (1996). La Gerencia Estratégica. Bogotá: Legis Editores S.A. <http://www.tatrevista.com/pdf.php3?pdf=/PDFs/2007/09-10/libros.pdf>
19. Drucker, P. (2007). The practice of management. The classic Drucker M. Belbin. Elsevier. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=000174&pid=S1657-6276201300020000700015&lng=en
20. Duarte, E. (2009). Una Visión de Transporte Urbano Sostenible en Colombia. Universidad Nacional de Colombia. Bogotá, Colombia. Recuperado de: http://bdigital.unal.edu.co/43169/6/9789587191677_Parte%201.pdf <https://doi.org/10.18273/revbol.v41n1-2019003>
21. Duque, G. (16 de abril 2007). El transporte en Colombia. Godues. Recuperado de: [https://godues.wordpress.com/2007/04/16/el-transporte-en-colombia-2/Result score too low](https://godues.wordpress.com/2007/04/16/el-transporte-en-colombia-2/Result%20score%20too%20low)
22. Duque, G. (2006). El Transporte en Colombia y en el Eje Cafetero. Fundamentos de economía y transportes parte IV. Universidad Nacional de Colombia, Manizales. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/1879/6/04-trans-col-ec.pdf> <https://doi.org/10.18273/revbol.v41n2-2019008>
23. Elchumani. (2012). Transporte en Colombia y Barranquilla. Recuperado de: <http://elechumani.blogspot.com/2012/09/historia-del-transporte-en-colombia-y.html>
24. Enríquez, J. (2011). El servicio al cliente en restaurantes del centro de Ibarra. Estrategias de desarrollo de servicios. (Tesis de maestría). Universidad Técnica del Norte. España. Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/PG%20251-TESIS%20MBA%20MANUAL%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf> <https://doi.org/10.21931/rb/2017.02.03.10>
25. Feijoo, N. (2016). Técnicas de servicio de alimentos y bebidas en barra y mesa. Madrid, España. ISBN 10: 8428396663 / ISBN 13: 9788428396660 Editorial: EDICIONES PARANINFO, España, 2016
- 26.
27. Fernández, E (1995). Diseño de un Modelo de Planificación y Gestión Estratégica para el Consejo Municipal de Sanare (tesis de maestría). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto (Venezuela). <https://doi.org/10.14482/pege.38.7700>
- 28.
29. Fernández-Sánchez, G., Fernández-Heredia, A. (2018). Strategic Thinking for Sustainability: A Review of 10 Strategies for Sustainable Mobility by Bus for Cities. Sustainability. 10 (4282), p. 2-15. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/329133959_Strategic_Thinking_for_Sustainability_A_Review_of_10_Strategies_for_Sustainable_Mobility_by_Bus_for_Cities <https://doi.org/10.3390/su10114282>
30. García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. 18(3), p. 381 -

398. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5655321.pdf>
<https://doi.org/10.31876/racs.v26i2.32439>
31. García, C. (2012). Transportes turísticos. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces. Recuperado de:
https://books.google.com.co/books/about/Transportes_tur%C3%ADsticos.html?id=vG6nDAAAQBAJ&redir_esc=y
32. Garrido, H. (2001) Modelación de sistemas de distribución de carga. Universidad Católica de Chile. Santiago de Chile.
<https://doi.org/10.7764/psykhe.28.4.1657>
33. GEOTECH. (2020). Transporte especial y de pasajeros. Recuperado de:
<https://www.geotech.com.co/soluciones/transporte-especial-y-de-pasajeros/>
<https://doi.org/10.2307/j.ctv10rr9ck.21>
34. Githui, J., Okamura, T., Nakamura, F. (2010). The Structure of Users' Satisfaction on Urban Public Transport Service in Developing Country: The Case of Nairobi. Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies. 8, p. 1288-1300. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/228689478_The_Structure_of_Users'_Satisfaction_on_Urban_Public_Transport_Service_in_Developing_Country_the_Case_of_Nairobi <https://doi.org/10.1007/s11116-019-10000-2>
35. Gómez, Ignacio. (2001). Focalizando Clientes, p. 187.
<http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/1148/1/PG%20251-TESIS%20MBA%20MANUAL%20DE%20SERVICIO%20AL%20CLIENTE.pdf>
36. Gómez, O. (2011). Régimen jurídico del transporte terrestre en Colombia. Corporación Fondo de Prevención Vial. Recuperado de:
<https://www.terminalarmenia.com/userfiles/files/REGIMENTRANSPORTE2011.pdf>
37. González, José (2000). Propuesta de un Modelo de Gerencia Moderna que facilite la gestión administrativa eficaz de los Recursos en el instituto de la Vialidad del Estado Lara. (Tesis de maestría). Universidad Centroccidental Lisandro Alvarado. Barquisimeto (Venezuela).
<https://doi.org/10.21840/siic/153339>
38. Grönroos, C., (1990). Service Management and Marketing. Managing the Moments of Truth in Service Competition: Lexington, MA: Lexington Books [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1928993](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1928993)
39. Heredia, J. (2015). Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público tipo bus integrando variables latentes. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia. Colombia. Recuperado de:
<http://bdigital.unal.edu.co/50005/1/1128278231.2015.pdf>
<https://doi.org/10.18273/revuin.v16n2-2017025>
40. Hernández, N., Mora, J. (2013). Plan de mejoramiento para la gestión del direccionamiento estratégico en transportes ISGO S.A. Universidad EAN. Colombia. Recuperado de: <https://repository.ean.edu.co/handle/10882/5085>

41. Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2003) Metodología de la Investigación Cualitativa. Edición. México. McGraw Hill. https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
42. Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2014) Metodología de la Investigación. 6ª Edición. México. McGraw Hill. <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
43. Hoang, H., Vinh, Lu. Sally, H. (2010). The influence of service culture on customer service quality: Local vs. Foreign Service firms in emerging markets. Conference: Australian and New Zealand Marketing Academy conference (ANZMAC). New Zeland. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/320010980_The_influence_of_service_culture_on_customer_service_quality_Local_vs_Foreign_service_firms_in_emerging_markets https://doi.org/10.1300/j127v02n02_04
44. Hoffman, D., John E. (2003). Fundamentos de Marketing de Servicios: Conceptos, Estrategias y Casos. México. ISBN:9786074816334 ISBN: 6074816336
45. Horoviz T., Jurgens, M. (2003). La Satisfacción Total del Cliente. ISBN 10: 8448101421 ISBN 13: 9788448101428
46. Islas, V., Zaragoza, M. (2007). Análisis de los sistemas de transporte. Publicación técnica No.37. Recuperado de: <https://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt307.pdf>
47. Jaramillo, M., Gonzalez, S. (2015). Planeación estratégica para la empresa Transporte El Dorado S.A.S (monografía de especialización). Universidad Industrial de Santander. Recuperado de: <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/159987.pdf>
48. LIDEFER. (2018). <https://okdiario.com/>. Recuperado el 2019, de <https://okdiario.com/>: <https://okdiario.com/curiosidades/que-metodo-descriptivo-2457888>
49. Limani, J. (2017). Win-Win transportation emission reduction strategies smart transportation strategies can reduce pollution emissions and provide other important economic, social and environmental benefits. Victoria, Canada. Recuperado de: <https://www.vtpi.org/wwclimate.pdf>
50. Limani, Y., Beqaj, B. (2013). Improving Transport Planning Policy in Developing Countries of Balkan Region Using Inclusive Integration Methodology: Exploration and Comparative Development. IFAC Proceedings 46(8), p. 95-100. Recuperado de: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1474667016342215> <https://doi.org/10.3182/20130606-3-xk-4037.00041>
51. López, D. (2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. (Tesis de maestría). Universidad Católica De Santiago De Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf> <https://doi.org/10.19083/tesis/625484>

52. López, R. (2018). Relación del transporte con el sector turismo. Turismo, 10-19. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180743275003.pdf>
53. Martínez, A., Amado, H. (2018). Diseño de un proceso de planeación estratégica Transportes especiales ACAR SA. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Javeriana. Colombia. Recuperado de: <http://vitela.javerianacali.edu.co/handle/11522/11684>
<https://doi.org/10.33304/revinv.v01n1-2013003>
54. Mena, R. et al. (2010). Sistema de Gestión Integral para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. Requisitos. Quito, INEN. <https://es.slideshare.net/glynch3/sistemas-de-gestin-integral-para-micro-pequeas>
55. Méndez, C. (2008). Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales. Editorial Limusa. México. <https://patdietetimi.firebaseio.com/9584102036.pdf>
56. Menéndez, M., Motto, M. (2014). Servicio y atención al cliente en restaurante. Madrid, España. ISBN 10: 8428398763 ISBN 13: 9788428398763
57. Ministerio de Transporte. (06 de junio de 2014). Por la cual se expide la Guía metodológica para la elaboración del Plan Estratégico de Seguridad Vial. [Resolución 1565 de 2014]. Recuperado de: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Resolucion/30038033>
<https://doi.org/10.2307/j.ctt1zgwkc7.17>
58. Ministerio de Transporte. (15 de octubre de 2014). "Por el cual se reglamenta el párrafo del artículo 23 del decreto 174 de 2001 y se dictan otras disposiciones". [Resolución 3068 de 2014]. Recuperado de: <https://dertransporte.simianlab.co/wp-content/uploads/sites/15/2014/11/RESOLUCI%C3%93N-3068-DE-2014.pdf>
<https://doi.org/10.2307/j.ctvpv4zvw.16>
59. Ministerio de Transporte. (2005). Caracterización del Transporte en Colombia Diagnostico y Proyectos de Transporte e Infraestructura. Recuperado de: https://www.mintransporte.gov.co/publicaciones/346/bases_de_datos/descargar.php?id=455 <https://doi.org/10.4995/cit2016.2016.4111>
60. Ministerio de Transporte. (26 de mayo de 2015). Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Transporte. [Decreto 1079 de 2015]. Recuperado de: <https://www.leyex.info/leyes/Decreto1079de2015.htm>
<https://doi.org/10.2307/j.ctvpv4zvw.16>
61. Mintzberg, A. (1998). Safari a la estrategia. Buenos Aires: Gránica. ISBN: 9789506412913
62. Mintzberg, H., Ahlstrand, B. (2005). Strategy Bites Back. United States of America: Pearson Prentice Hall.
63. Morán, G. (2016). Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/702/1/MORAN%20VILLAFUERTE%20%20GABRIEL.pdf>
<https://doi.org/10.20868/upm.thesis.39105>

64. Moreno, A. (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. <https://doi.org/10.7476/9789587385410.0010>
65. Ohio-Kentucky-Indiana Regional Council of Governments. (2016). OKI Coordinated Public Transit – Human Services Transportation Plan. Cincinnati, United States of America. Recuperado de: <https://www.oki.org/studies-plans/coordinated-public-transit-human-services-transportation-plan/>
66. Ortiz, J. (2014). Diseño de una estrategia de diferenciación basada en tecnología de una empresa de transportación empresarial, ejecutiva y turística en el estado de Jalisco. (Tesis de maestría). Iteso - Universidad Jesuita de Guadalajara, México. Recuperado de: <https://rei.iteso.mx/handle/11117/3424> <https://doi.org/10.2307/j.ctvdmwzsm>
67. Pérez, R., Ramírez, M. (2010). Un enfoque de Gerencia Estratégica. Texto guía. Bogotá, Colombia.
68. Pizzo, M. (2013). Calidad del servicio al cliente. España: Editorial Vértice.
69. Portales, G. (2001). Transportación internacional, México: Trillas
70. Porter, M. (2003). Ser competitivo nuevas aportaciones y conclusiones. España: Deusto
71. Presidencia de la República. (25 de febrero de 2015). Artículo 12. Por el cual se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor especial y se adoptan otras disposiciones. [Decreto 348 de 2015]. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=60962> <https://doi.org/10.22201/fder.24488933e.2018.271.65371>
72. Presidencia de la República. (25 de febrero de 2015). Artículo 4. Por el cual se reglamenta el servicio público de transporte terrestre automotor especial y se adoptan otras disposiciones. [Decreto 348 de 2015]. Recuperado de: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=60962> <https://doi.org/10.22201/fder.24488933e.2018.271.65371>
73. Preston, J. (2014). Moving Forwards: Improving Strategic Transport Planning in Wales. Public Policy Institute of Wales. Report No. 10. United Kingdom. Recuperado de: <http://ppi.wales.gov.uk/files/2014/11/Approaches-to-strategic-transport-planning.pdf>
74. Pretorius, M., Maritz, R. (2011). Strategy making: the approach matters. Journal of Business Strategy, 32(4), p. 25-31. <https://doi.org/10.1108/02756661111150945>
75. Quintero, J., Quintero, L. (2015). El transporte sostenible y su papel en el desarrollo del medio ambiente urbano. Revista Ingeniería y Región. 14(2), p. 87-97. Recuperado de: <file:///C:/Users/lucy/Documents/Ana%20Cervantes/Marco%20Te%C3%B3rico/Dialnet-EITransporteSostenibleYSuPapelEnElDesarrolloDelMedioAmbienteUrbano.pdf> <https://doi.org/10.25054/22161325.696>
76. Ramírez., A. (2015). <https://www.crecenegocios.com>. Obtenido de Qué es el servicio al cliente y cuál es su importancia:

- <https://www.crecenegocios.com/que-es-el-servicio-al-cliente-y-cual-es-su-importancia/> <https://doi.org/10.2307/j.ctv1xxvwr.80>
77. Rana, I. (2014). Measuring Public Transport Satisfaction from User Surveys. *International Journal of Business and Management*. 9(6), p. 106-114. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/272483715_Measuring_Public_Transport_Satisfaction_from_User_Surveys <https://doi.org/10.5539/ijbm.v9n6p106>
78. Real academia de la lengua española. (12 de mayo de 2020). Definición de estrategia. Recuperado de: <https://dle.rae.es/estrategia>
79. Reyes, E. (2017). Gerencia estratégica. Fundación Universitaria del Área Andina. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1334/Gerencia%20estrat%C3%A9gica.pdf?sequence=1&isAllowed=y> <https://doi.org/10.33132/26654644.1297>
80. Ruiz, S. (2007). Tratado práctico de los transportes en México. México: Ed 20+1.
81. SEDETUR (2016). ¿Cómo dar un buen servicio? Tips de valor agregado y niveles de excelencia en el servicio. Recuperado de: <http://sedetur.qroo.gob.mx/capacitacion/distintivo-t/MODULOSEVALUACION-6.pdf>
82. Serna, H. (1999). Gerencia estratégica. Planeación y gestión. Colombia: 3R Ediciones.
83. Solórzano, G., Aceves, J. (2013). Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. *Revista El Buzón de Pacioli*. 13(82), p. 4-13. Recuperado de: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf> <https://doi.org/10.15332/rl.v0i5.836>
84. Tang, C., Ceder, A., Ge, Y-E. (2018). Optimal public-transport operational strategies to reduce cost and vehicle's emission. *PLoS ONE* 13(8): e0201138. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201138> <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201138>
85. Tobón, A., Galvis, D. (2009). Análisis sobre la evolución reciente del sector de transporte en Colombia. *Perfil de Coyuntura Económica*. 13, pp. 147-163. Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-42142009000100006
86. Tolley, R., Turton, B. (1995). Transport systems, policy and planning. A geographical approach. Addison Wesley Longman Ltd. England.
87. Universidad Manuela Beltrán. (2018). Módulo 2: Servicio al cliente, Bogotá, Colombia. Recuperado de: http://virtualnet2.umb.edu.co/virtualnet/archivos/open.php/1037/Contenido_Modulo_II_Servicio_al_cliente.pdf <https://doi.org/10.26820/recimundo/1.5.2017.559-577>
88. Universidad Nacional de Cuyo. (2017). Medios de Transporte Urbano. Cátedra Facultad de Ingeniería. Recuperado de:

- <http://ingenieria.uncuyo.edu.ar/catedras/u1-medios-de-transporte-urbano.pdf> <https://doi.org/10.20937/rica.2020.36.53423>
89. Vaquero, J. (2013). Servicio en restaurante. Madrid, España.
90. Vargas, G. (2006). El servicio al cliente: ¡Más que un querer, un deber! *TEC Empresarial*. 1(1), p. 17-19. Recuperado de: https://revistas.tec.ac.cr/index.php/tec_empresarial/article/view/872
91. Vargas, M. y Aldana, L. (2007). *Calidad y Servicio, Conceptos y Herramientas*. Colombia: Editorial ECOE.
92. Vera, J., Trujillo, A. (2013). Factores relevantes de calidad en el servicio en el sector de concreto en el mercado de clientes pequeños y de hogar 31. *Panorama Económico*. 31(46), p. 14-28. <https://doi.org/10.30554/lumina.21.3465.2020>
93. Verdú, C. (20 de marzo de 2013). 13 características personales para el éxito en la atención al cliente. *Clientelandia*. Recuperado de: <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/> <https://doi.org/10.22201/facmed.14058871p.2013.2.36520>
94. Verdú, C. (2013) Características personales para el éxito en la atención al cliente. Recuperado de: <http://clientelandia.wordpress.com/2013/03/20/13-caracteristicas-personales-para-el-exito-en-la-atencion-al-cliente/> <https://doi.org/10.19083/tesis/624525>
95. Vilorio, N. (2012). Desarrollo turístico y su relación con el transporte. *Gestión turística*. 17, p. 23-36. Recuperado de: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf> <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2012.n17-02>
96. Zeithaml, V., Bitner, M. (2002). *Marketing de servicios*. México: McGraw–Hill.
97. Zohrevandi, S., Ghazanfari, H. (2013) Role of strategic planning in transportation management to improve the performance of transportation company. *International Journal of Business and Economics*, p.35- 50. Recuperado de: http://www.ijbts-journal.com/images/main_1366796758/0026-Hosseini.pdf