



**PERCEPCIÓN DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE URBANO EN
COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”**

PROYECTO DE GRADO

**JUAN ESTEBAN VALENCIA TAMAYO
MARCELA VILLA TORRENTE**

**UNIVERSIDAD ICESI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
DEPARTAMENTO DE MERCADEO
SANTIAGO DE CALI
2016**

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	4
1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.2 . ANTECEDENTES	5-9
1.3. JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	9-10
1.4. DELIMITACIÓN	
1.4.1. ÁREA DE INTÉRES	10-11
1.4.2. TIPO DE CONSUMIDOR	11
1.4.3. DEMOGRAFIA	11
2. OBJETIVOS	
2.1. OBEJTIVO GENERAL	11
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	11
3. MARCO DE REFERENCIA	
3.1. MARCO TEORICO	12
3.2. MARCO CONCEPTUAL	13
3.3 MARCO LEGAL	14
4. ESTADO DEL ARTE DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	
4.1 HISTORIA DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	15-18
4.2 ESTUDIOS SOBRE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	18-20
4.3 PRESENTACION, IMAGEN DE MARCA, CARACTERISTICAS, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	20-25
4.4 CONFORMACION DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO” (DESCRIPCION DE LOS ACTORES Y SU FUNCIONAMIENTO)	26-27
5. COMPORTAMIENTO DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	
5.1 COMPETIVIDAD DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”	28-29
5.2 PARTICIPACION EN EL MERCADO	30-31
5.3 FORMAS DE COMERCIALIZACION	32

6. AMBIENTE COMPETITIVO DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO ”	33
6.2 ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	33-34
6.2.1 PODER DE LOS COMPRADORES	34-35
6.2.2 LA AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES	35-36
6.2.3 PODER DE LOS PROVEEDORES	36-37
6.2.4 PRODUCTOS SUSTITUTOS	37-39
6.2.5 RIVALIDAD E INTENSIDAD DEL SECTOR	39-40
7. ANALISIS DE LOS CLIENTES	
7.1 PERFIL Y CARACTERISTICAS DE LOS USUARIOS	40-42
7.2 ¿QUE COMPRAN Y COMO LO COMPRAN?	42-43
7.3 ¿CUANDO LO COMPRAN?	44
7.4 ¿CUALES SON LAS RAZONES DE COMPRA?	44
7.5 ¿COMO SELECCIONAN Y POR QUE LO PREFERIEN?	44-46
8. METODOLOGIA	46
8.1 TIPO DE INVESTIGACION	46
8.2 DISEÑO Y METODO DE INVESTIGACION	47
8.3 FUENTES Y TECNICAS UTILIZADAS	48
8.4 POBLACION Y TAMAÑO DE LA MUESTRA	48-49
9. DISEÑO DEL CUESTIONARIO	
9.1 MODELO DEL CUESTIONARIO	50-52
9.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA	53-68
10. ESTRATEGIAS Y TACTICAS	
10.1 RECOMENDACIONES	69
10.2 CONCLUSIONES	70
11. BIBLIOGRAFIA	

RESUMEN

El transporte urbano en Colombia, se presta a través de empresas comerciales privadas, legalmente constituidas, que operan por medio de diferentes tipos de vehículos llamados: buses colectivos y de transporte masivo, taxis, vehículos de operación privada y metro. No obstante, esta estructura se ve permeada por organismos ilegales que pueden llegar a prestar un servicio similar, pero que carecen de una infraestructura segura y que van en contravía de las normas estipuladas por la ley colombiana.

Estos servicios de transporte urbano del país en estudio, muestran a lo largo de la historia como se presentan deficiencias a nivel de infraestructura, operación, seguridad y calidad, lo que refleja una serie de inconformidades que impactan de forma directa en las necesidades del usuario.

Lo que se busca en el presente proyecto es analizar la percepción del consumidor frente a las compañías de transporte urbano en Colombia, desde la óptica y enfoque que proporciona el mercadeo, con el fin de profundizar en la mente de los usuarios, partiendo de que los sistemas de transporte urbano eficientes son críticos para la estructura económica, el desarrollo y la competitividad de las ciudades. Conjuntamente, dichos sistemas les posibilitan a los usuarios un acceso a los diferentes lugares de la ciudad, y si se estos son eficaces, reducen el tiempo de desplazamiento, incrementando la movilidad y el acceso.

Se debe resaltar que dentro del estudio se presentan variables exógenas que afectan la percepción de los usuarios de transporte urbano, ya que en los últimos años el incremento de los ingresos y el crecimiento de la urbanización, ha generado problemas de congestión vehicular y altas tasa de accidentes, que van directamente relacionados con lo que percibe el usuario acerca del sistema de transporte.

Urban transport in Colombia is provided through private, legally constituted commercial companies that operate through different types of vehicles called: collective buses and mass transit, taxis, privately operated vehicles and subway. However, this structure is permeated by illegal organisms that may provide a similar service, but lack a secure infrastructure and are contrary to the rules stipulated by Colombian law.

These urban transport services in the country under study show throughout history how deficiencies in infrastructure, operation, safety and quality are present, reflecting a series of nonconformities that have a direct impact on the needs of the user.

What is sought in this project is to analyze the perception of the consumer vis-a-vis urban transport companies in Colombia, from the perspective and approach provided by marketing, in order to deepen the minds of users, Efficient urban transport systems are critical to the economic structure, development and competitiveness of cities. Together, these systems allow users access to different parts of the city, and if they are effective, reduce travel time, increasing mobility and access.

It must be emphasized that the study shows exogenous variables that affect the perception of urban transport users, since in recent years increased income and urbanization growth, has generated problems of vehicular congestion and high rates of Accidents, which are directly related to what the user perceives about the transport system

PALABRAS CLAVE

- Usuarios de transporte Urbano
- Transporte urbano
- Percepción usuarios de transporte
- Movilidad en Cali
- Infraestructura vial

KEY WORDS

- Urban transport users
- Urban transport in Cali
- Perception of transport users
- Mobility in Cali
- Road infrastructure

1. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

Inicialmente se abordarán datos secundarios con el fin de elaborar un mapa general del tema en estudio y entender de forma global las percepciones y los conceptos claves del transporte urbano. Es decir, recolectar la mayor cantidad de información posible, para definir los temas que anteriormente han sido objeto de investigación, y de igual forma, analizar aquellos temas que frente a nuestro proyecto no han sido investigados desde la óptica del usuario de transporte.

En segunda instancia, se recogerá información con un enfoque más preciso y acertado, a través de los datos primarios, donde se busca encontrar aquella información que brinde un acercamiento directo con la percepción que tiene en la actualidad los usuarios del transporte urbano en Cali. Para ello, será necesario abordar métodos cuantitativos a través de encuestas, y de forma paralela, recurrir a métodos cualitativos con entrevistas, testimonios y trabajos de campo.

1.2. ANTECEDENTES

Hace más de 100 años Santiago de Cali atravesó un alto crecimiento y desarrollo gracias a su excelente ubicación geográfica y al convertirse en uno de los centros empresariales e industriales más importantes del país. Es por eso, que la población de la ciudad creció en grandes cifras y concentró gran parte de los habitantes del suroccidente Colombiano. De esta manera, surge la necesidad de implementar sistemas de transporte urbano, para que las personas pudieran acceder a diferentes lugares de la ciudad, reduciendo el tiempo de movilización.

El 20 de julio de 1910 se constituyó el primer transporte urbano en Cali, llamado el tranvía, que constaba de seis locomotoras de procedencia inglesa. Estas locomotoras arrastraban hasta 6 vagones con una capacidad de 30 pasajeros cada uno y otros tres vagones para movilizar carga.

El tranvía partía desde el Calvario, donde se encontraba la plaza de mercado, y seguía su curso hacia el oriente donde realizaba diferentes paradas hasta llegar a

Juanchito, sitio donde a su vez movilizaban personas hacia la ciudad, que llegaban en barcos de vapor por el río Cauca.

Tiempo después, los usuarios comenzaron a quejarse de múltiples problemas de este sistema de transporte, tales como el humo que inundaba sus pulmones y la falta de mantenimiento de las locomotoras y vagones. Por tanto, el sistema de locomoción fue cedido al ingenio Manuelita, para el transporte de caña, y se da así el espacio para el desarrollo del transporte público colectivo de buses y el aumento del uso de automóviles por las aún empedradas calles de Cali.

De esta forma comienza el desarrollo paulatino del transporte urbano en la ciudad, que iba presentando cambios según las necesidades de los usuarios y la infraestructura vial. Para este tipo de transporte la calidad de la red vial es de vital importancia, pues denota accesibilidad y seguridad para los pasajeros, y de igual forma, la estructura vial para los buses, taxis y vehículos particulares. Cali cuenta con una configuración vial que parte del centro hacia los cuatro puntos cardinales, con trazados que se adaptan a las condiciones topográficas.

En Santiago de Cali a comienzos del siglo XXI se movilizaban cada día cerca de 250.000 automóviles, 100.000 motocicletas, 1.250.000 pasajeros de transporte público colectivo, y 2.000.000 de los 2.300.000 de habitantes que en cierto momento del día son peatones.

La situación del transporte urbano colectivo en Cali a comienzos de este siglo, estaba determinado por 30 empresas privadas que prestaban el servicio con cerca de 5000 vehículos que incluían buses, busetas, microbuses y camperos, los cuales movilizaban alrededor de 1.250.000 pasajeros cada día. La red vial de Cali esta compuesta por cerca de 2000 kilómetros, de los cuales dichos vehículos solo se concentraban en ciertas vías, dependiendo de la concentración de usuarios y su interés de acceso; Los pasajeros utilizaban aproximadamente 230 rutas.

A partir del año 2000 se reasignaron las rutas urbanas, donde los decretos se desarrollaron para cada empresa. Sin embargo, este proceso se comenzó a prestar para la corrupción, ya que la Secretaria de Tránsito, políticos y alcaldes crearon nuevas rutas y permitieron la entrada de nuevos vehículos al sistema, favoreciendo a empresarios amigos o recibiendo a cambio dinero.

Para la década pasada las empresas que prestaban el servicio de transporte colectivo urbano en Cali eran: Alameda, Alfonso López, Amarillo Crema, Azul Crema, Azul Plateada, Blanco y Negro, Cañaveral, Cootransol, Cootransunidos, Calipuerto, Coomoepal, Crema y Rojo, Decepaz, Expreso Palmira, Gris Roja, Gris San Fernando, La Estrella, La Ermita, Montebello, Recreativos, Sultana del Valle, Pance, Verde Bretaña, Verde Plateada, Verde San Fernando, Villanueva Belén, Trans Urbanos y Tax emperador.

El primero de marzo de 2009 entró en operación el sistema de transporte masivo de Cali, MIO, como respuesta a los problemas de movilidad y contaminación ambiental que presenta la ciudad y que busca impulsar la transformación urbana. Se trata de uno de los proyectos más ambiciosos que se han presentado a nivel suroccidente, con una inversión de \$1,3 billones, ya que atiende al 94% de la población caleña, utilizando sus corredores viales, y que tiene como sentido convertir a Cali en una ciudad más moderna y competitiva, ofreciendo un servicio que busca mejorar la calidad de los ciudadanos. Para ello, fue necesario la implementación de 27 kilómetros de corredores troncales, 38 estaciones de parada y 148 kilómetros de vías alimentadoras, para que un inició se pensara en movilizar cerca de 370.000 pasajeros diarios.

Fue así como comenzó la desaparición del transporte colectivo urbano, que incluía buses, busetas y microbuses de empresas privadas, con el fin de dar paso a la modernización y accesibilidad que ofrecía el Masivo Integrado de Occidente.

Por otro lado, se encuentra un servicio de transporte mucho más privado y selectivo: el Taxi. Aparece en Colombia hacia el año 1929 y desde entonces experimenta un rápido crecimiento, debido a que muchos usuarios buscaban un transporte personal y con servicio puerta a puerta, que les ofrecía mayor velocidad en trayectos y una mejor comodidad. A lo largo de la historia del taxi en Colombia, se destacan modelos de vehículos que fueron importantes el siglo pasado como el Dodge Dart, el Chevrolet Chevette, Renault 12, y en la actualidad modelos tales como el Hyundai Atos, Chevrolet Spark y Kia Picanto Eko; todos característicos por ser de tamaño reducido, pues se trata de un sistema de transporte personal, y por ende que requiere de un mayor pago por parte del pasajero.

Hasta entonces, la percepción que tienen los usuarios de transporte urbano en Cali, esta orientada hacia amplias gamas de deficiencias e inconformidades que se presentan a nivel de infraestructura, seguridad, rapidez en los trayectos, operación y calidad de servicio que aquejan todos los sistemas de transporte urbano que ofrece la ciudad.

A causa de estas deficiencias en el transporte masivo y urbano, y a otros problemas sociales ligados como altas tasas de desempleo, aparecen los denominados “piratas”, que ofrecen alternativas para el desplazamiento informal de los ciudadanos, operando en vehículos no inscritos para dicho fin, y que establecen puntos, como si fueran estaciones, para transportar varias personas en un mismo recorrido, ofreciendo mayor velocidad de trayectos en comparación a las estructuras legales, tales como el MIO y buses colectivos.

El más reciente e innovador sistema de transporte llegó a Colombia: Uber. A simple vista parece un actor más en medio de los ineficientes transportes urbanos actuales, pero no es así, su valor competitivo esta en el desarrollo de la tecnología, pues es un sistema que a través de una aplicación conecta conductores con clientes locales, donde se realiza el pago con tarjeta de crédito. Uber se ha convertido en un gran problema para los taxistas, debido a que muchos usuarios estan migrando hacia

este tipo de transporte que ofrece los llamados “taxis blancos” que le ofrecen al pasajero una experiencia superior en cuestión de seguridad, comodidad, calidad y que garantiza por medio de diversos controles a sus conductores. Su tarifa mínima esta alrededor de los \$6.000 pesos y presenta tarifas un 30% más caro que los taxis tradicionales. Sin embargo, no se puede olvidar que este incremento en el precio esta compensado en el excelente y diferenciado servicio que presta, donde la seguridad y profesionalismo toman prioridad.

1.3 JUSTIFICACIÓN Y VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Un adecuado y eficiente sistema de transporte urbano es crítico para la vitalidad económica, el desarrollo y la competitividad entre ciudades, pues le permite a los usuarios la movilización y el acceso a diferentes lugares, donde los diversos tipos de transporte deben responder a las necesidades de los habitantes y la etapa de desarrollo de cada ciudad, con el fin de poder prestar un servicio que no entorpezca en términos de tiempo, velocidad y seguridad que buscan los usuarios.

Además, los efectos en los servicios de transporte, sus costos y la calidad de infraestructura tienen una alta influencia en las decisiones de localización de los residentes y empresas, y en el desarrollo y planeación del futuro de una ciudad.

Para responder ante necesidades como estas, la gobernación y alcaldía se preocupan cada vez más por la búsqueda de proyectos que apoyen a los pasajeros y que le generen progreso a la ciudad, tomando como ejemplo la implantación del reciente MIO Cable, que es un medio de transporte teleférico que integra la zona de la ladera de Siloé con el sistema de transporte masivo MIO. Este reciente proyecto muestra como se intenta dar solución a lo que necesitan las personas trabajadoras que habitan la comuna 20, para dirigirse a los diferentes sitios de la ciudad con el fin de realizar sus labores diarias.

Al tratarse de un tema tan relevante para Cali y con tanto involucramiento por parte de los habitantes de la ciudad, se decide emprender esta investigación bajo los lineamientos y herramientas que proporciona el mercadeo, con el claro objetivo de

entender y profundizar en la percepción que tienen los usuarios del transporte urbano, para proyectar finalmente cual es su impacto y en que afecta, ya sea de forma positiva o negativa, en el progreso como ciudad y sus habitantes.

Por tanto, se evaluará el concepto global que tienen los usuarios de transporte urbano en referencia al sistema prestado, y de forma específica se abordará cada una de las percepciones que giran en torno a cada uno de los sistemas de transporte con los que cuenta la ciudad, es decir, la relación entre el pasajero y el MIO, los buses colectivos, los taxis, Uber y los sistemas que operan sin legalidad.

El panorama que tiene el tema en estudio esta lleno de deficiencias e inconformidades por parte de los pasajeros, y por esa razón es importante llevar a cabo estudios como este, con el fin de establecer que operaciones, procedimientos y ausencia de servicios están afectando la movilidad y la calidad del transporte urbano en Cali; y de esta manera marcar un camino de cuales son las herramientas o sistemas coherentes para solucionar dichas problemáticas para fomentar el progreso.

1.4. DELIMITACIÓN

Con el propósito de realizar una adecuada investigación, se valorarán los siguientes factores:

1.4.1. Área de interés:

El estudio se llevará a cabo en Cali, donde se encuentran actualmente establecidos los sistemas de transporte urbano, tales como los taxis, buses colectivos, buses de transporte masivo (Mio), Uber, y sistemas no constituidos legalmente, como son los piratas.

1.4.2. Tipos de consumidor:

El público bajo el cual se realizará la investigación, serán aquellos usuarios que usen el transporte urbano de la ciudad de Cali.

1.4.3. Demografía:

Esta investigación se realizará en todos los estratos, ya que los sistemas de transporte urbano ofrecen servicios tanto para consumidores de estrato 1 como para consumidores de estrato 6.

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la percepción de los consumidores frente a las compañías de transporte (de transporte urbano) en Cali en el segundo semestre del 2016.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Evaluar en que concepto los consumidores tienen a los sistemas de transporte urbano.
- Establecer cuales son los factores que afectan directa e indirectamente a dichos sistemas.
- Determinar cual es el valor diferenciador que espera recibir el consumidor en estos tipos de transporte.
- Establecer las preferencias de los consumidores hacia uno u otro transporte.
- Evaluar la razón por la que un usuario migra de un tipo de transporte a otro.

3.MARCO DE REFERENCIA

3.1 MARCO TEORICO

Para llevar a cabo la investigación en curso, se partirá de aquellos estudios que proporcionen información detallada y adecuada frente a las empresas que ofrecen el servicio de transporte urbano en Cali, su nivel de servicio y el conjunto de factores que afectan de forma directa o indirecta a la percepción que tienen los usuarios acerca de este tipo de transporte diario.

Por ende, se debe profundizar en condiciones internas y externas que están relacionadas con la calidad en el servicio prestado por dichas empresas privadas, y que en la actualidad están orientadas hacia innumerables deficiencias, que no solo afectan a los pasajeros, sino al desarrollo económico y competitivo de la ciudad. Para complementar este estudio, será propicio la realización de un análisis FODA, debido a que esta herramienta analítica permite trabajar con toda la información útil para examinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que giran alrededor del tema en estudio.

A través de la recolección de datos primarios y secundarios, y de una adecuada investigación de mercados, se podrá clarificar conceptos y teorías que enfoquen y le den sentido a la investigación, para que de esta manera, se logre entender al usuario y establecer cuál es su percepción frente al servicio de transporte urbano.

De igual forma, se analizarán a profundidad bases de datos que proporciona el gobierno de la ciudad cada año o semestre, con el fin de determinar como cambia o evoluciona el sector de transporte urbano en el tiempo, y así mismo, se buscarán referencias de diferentes autores y organismos que conduzcan por un camino acertivo frente a la percepción que tienen los usuarios de sistemas de transporte en Cali.

3.2.MARCO CONCEPTUAL

-Investigación de mercados: Es una técnica utilizada por los empresarios o comerciantes para recolectar datos, analizarlos y luego hacer uso de ellos para una correcta y acertada toma de decisiones.

-Comportamiento del consumidor: Es el estudio del comportamiento que muestran los consumidores en el momento de buscar, evaluar, comparar y comprar productos o servicios, que consideran que satisfacen sus deseos o necesidades. Incluye el estudio de por qué, el dónde y la frecuencia del consumo para los diferentes tipos de productos o servicios, con la finalidad de comprender, explicar y predecir las acciones humanas que están relacionadas con el consumo.

-Investigación cuantitativa: Metodología que permite abordar los datos de manera científica, numericamente, permitiendo al investigador predecir el comportamiento del consumidor. Dentro de esta investigación se incluyen encuestas y experimentos.

-Investigación cualitativa: Recoge discursos de los sujetos, para proceder a su debida investigación, analizando las relaciones que se producen. Por tanto, recurre a entrevistas abiertas, grupos de discusión, observación, entre otros trabajos de campo.

-Entrevistas: Diálogo preparado y organizado, donde se presencian los roles de entrevistador y entrevistado, con el fin de profundizar en un tema, y saber el punto de vista y opinión que tiene el entrevistado.

-Competitividad: Es la capacidad que tienen las empresas para obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. Es la cantidad de empresas que operan en un mismo mercado y que sus acciones pueden repercutir en las demás compañías.

-Servicios: Actividades identificables e intangibles que tienen como sentido brindar a los clientes satisfacción de necesidades o deseos. A nivel general los servicios no perduran en el tiempo, y son variables y heterógeneos.

-Usuario: Persona que habitualmente usa un servicio, donde es necesario que tenga conciencia de lo que esta haciendo, pues detrás del servicio que utiliza hay un fin lógico y conciso.

3.3. MARCO LEGAL

Las empresas privadas, que deben estar legalmente constituidas, y que prestan el servicio de transporte urbano en Colombia, deben cumplir con el Régimen de Transporte, documento que recoge con rigor y claridad la normativa aplicable al transporte de pasajeros en el país.

Dichas normas son el instrumento para respaldar las acciones de vigilancia y control que ejercen las distintas autoridades a nivel local y nacional, pues tienen como finalidad proteger la integridad, la vida y el patrimonio de aquellos que no solo son pasajeros y usuarios del transporte, sino de todos los individuos que usan las carreteras y vías en Colombia.

Es importante resaltar que desde el año 1995 el Código de Tránsito y Seguridad Vial obliga a que todo vehículo contrate una póliza de responsabilidad civil.

De igual forma existen una serie de seguros de carácter obligatorio y no obligatorio, que buscan el bienestar de los pasajeros, en caso de presentarse algún accidente que ponga en riesgo la vida de la persona. Este es el caso del SOAT, el seguro obligatorio más estricto que repara el daño causado no solo al asegurado sino también a los peatones que pudieran verse afectados en el accidente de tránsito; es establecido por la ley con un fin netamente social, ya que el beneficiario es la sociedad en su conjunto.

Lastimosamente, ciertos fenómenos sociales y deficiencias en el sistema de transporte urbano, ha generado que aparezcan los “piratas” que carecen de cualquier tipo de seguro o normativa que proteja la seguridad del pasajero, ya que

en caso de un siniestro no existe ningun seguro que actúe en beneficio del pasajero, sino que cada persona debe pagar y solucionar por su propia cuenta.

4. ESTADO DEL ARTE DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

4.1 HISTORIA DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

Santiago de Cali experimentó hace poco más de un siglo, un profundo desarrollo que convirtió a esta región en uno de los centros empresariales e industriales de mayor relevancia a nivel nacional. A causa de esto, la población caleña aumento de forma importante, y surgió la necesidad de establecer sistemas de transporte que le permitieran a los habitantes acceder de forma rápida y segura a los diferentes lugares de la ciudad.

Fue hacia el año 1910 que aparece el tranvía como el primer transporte Urbano en la ciudad de Cali, que estaba compuesto por seis locomotoras de procedencia inglesa de 5 metros de longitud cada una, con caldera de leña o carbón mineral. Dichas locomotoras tenían la capacidad de arrastrar hasta 6 vagones, donde se podían transportar cerca de 30 personas en cada uno, y otros 3 vagones utilizados para carga. Partía desde la plaza de mercado del Calvario, siguiendo su curso con diferentes paradas hasta llegar a Juanchito, donde se movilizaban personas que llegaban en barcos de vapor por el Río Cauca. Al poco tiempo, los problemas surgieron a causa del humo y la falta de mantenimiento de las locomotoras, y llevaron a que este primer sistema de transporte pasará a ser utilizado solo como transporte de caña, por parte del Ingenio Manuelita.

Surge así el espacio para el desarrollo de sistemas de transporte publico colectivo tales como los buses, y el aumento del uso de vehículos por las aún empedradas calles de Cali. En el mismo sentido, comienza un desarrollo paulatino del transporte urbano que iba presentando cambios según las necesidades de los usuarios y de la

infraestructura, donde la calidad de la red vial juega un papel crucial, pues es el marco de la accesibilidad y seguridad para los pasajeros, así como la estructura para la movilización de los diferentes agentes de transporte urbano.

La situación del transporte urbano colectivo en Cali a comienzos de este siglo, estaba determinado por 30 empresas privadas que prestaban el servicio con cerca de 5000 vehículos que incluían buses, busetas, microbuses y camperos, los cuales movilizaban alrededor de 1.250.000 pasajeros cada día.

Para la década pasada las empresas que prestaban el servicio de transporte colectivo urbano en Cali eran: Alameda, Alfonso López, Amarillo Crema, Azul Crema, Azul Plateada, Blanco y Negro, Cañaveral, Cootransol, Cootransunidos, Calipuerto, Coomoepal, Crema y Rojo, Decepaz, Expreso Palmira, Gris Roja, Gris San Fernando, La Estrella, La Ermita, Montebello, Recreativos, Sultana del Valle, Pance, Verde Bretaña, Verde Plateada, Verde San Fernando, Villanueva Belén, Trans Urbanos y Tax emperador.

Por otro lado, el servicio de transporte mucho más privado y selectivo: el Taxi. Aparece en Colombia hacia el año 1929 y desde entonces experimenta un rápido crecimiento, debido a que muchos usuarios buscaban un transporte personal y con servicio puerta a puerta, que les ofrecía mayor velocidad en trayectos y una mejor comodidad. A lo largo de la historia del taxi en Colombia, se destacan modelos de vehículos que fueron importantes el siglo pasado como el Dodge Dart, el Chevrolet Chevette, Renault 12, y en la actualidad modelos tales como el Hyundai Atos, Chevrolet Spark y Kia Picanto Eko; todos característicos por ser de tamaño reducido, pues se trata de un sistema de transporte personal, y por ende que requiere de un mayor pago por parte del pasajero.

El primero de marzo de 2009 entró en operación el sistema de transporte masivo de Cali, MIO, como respuesta a los problemas de movilidad y contaminación ambiental que presenta la ciudad y que busca impulsar la transformación urbana. Se trata de uno de los proyectos más ambiciosos que se han presentado a nivel suroccidente,

con una inversión de \$1,3 billones, ya que atiende al 94% de la población caleña, utilizando sus corredores viales, y que tiene como sentido convertir a Cali en una ciudad más moderna y competitiva, ofreciendo un servicio que busca mejorar la calidad de los ciudadanos. Para ello, fue necesario la implementación de 27 kilómetros de corredores troncales, 38 estaciones de parada y 148 kilómetros de vías alimentadoras.

Fue así como comenzó la desaparición del transporte colectivo urbano, que incluía buses, busetas y microbuses de empresas privadas, con el fin de dar paso a la modernización y accesibilidad que ofrecía el Masivo Integrado de Occidente.

A causa de múltiples deficiencias en el transporte masivo y urbano, y a otros problemas sociales ligados como altas tasas de desempleo, aparecen los denominados “piratas”, que ofrecen alternativas para el desplazamiento informal de los ciudadanos, operando en vehículos no inscritos para dicho fin, y que establecen puntos, como si fueran estaciones, para transportar varias personas en un mismo recorrido, ofreciendo mayor velocidad de trayectos en comparación a las estructuras legales, tales como el MIO y buses colectivos.

El más reciente e innovador sistema de transporte llegó a Colombia: Uber. A simple vista parece un actor más en medio de los ineficientes transportes urbanos actuales, pero no es así, su valor competitivo está en el desarrollo de la tecnología, pues es un sistema que a través de una aplicación conecta conductores con clientes locales, donde se realiza el pago con tarjeta de crédito. Uber se ha convertido en un gran problema para los taxistas, debido a que muchos usuarios están migrando hacia este tipo de transporte que ofrece los llamados “taxis blancos” que le ofrecen al pasajero una experiencia superior en cuestión de seguridad, comodidad, calidad y que garantiza por medio de diversos controles a sus conductores. Su tarifa mínima está alrededor de los \$6.000 pesos y presenta tarifas un 30% más caro que los taxis tradicionales. Sin embargo, no se puede olvidar que este incremento en el precio está compensado en el excelente y diferenciado servicio que presta, donde la seguridad y profesionalismo toman prioridad.

4.2 ESTUDIOS SOBRE EL TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

Al evaluar la percepción que tienen los usuarios de transporte urbano en Colombia, se deben abordar diferentes conceptos que van directamente relacionados con el tema base de esta investigación; dichos conceptos han sido objeto de estudio en importantes investigaciones, que muestran un panorama claro y estructurado del actual sistema de transporte en Colombia y en Cali, específicamente.

Por tanto se debe abordar un concepto clave, la comodidad, donde “la percepción de comodidad de los usuarios esta fuertemente influenciada por la cantidad de asientos disponibles y la cantidad de personas al interior del sistema de transporte, de igual forma que por el ingreso de cantantes o venteros y la música a alto volumen. Si bien la posibilidad de encontrar asientos disponibles en el vehículo es uno de los aspectos que los usuarios encuentran más cómodos (51% de los usuarios opinan que es cómodo), no es claro si a éstos les resulta cómodo o no el ingreso de cantantes o venteros y la música a alto volumen, ya que para ambos en un 25% los usuarios afirman sentirse incómodos y en un 25% les resulta indiferente. En los que respecta a buses o sistemas de transporte masivo los usuarios afirman estar cómodos con factores como la frecuencia de llegada de los buses, la velocidad a la que transita el bus, el costo del pasaje, el recorrido de la ruta, la posibilidad de encontrar asientos disponibles y la cantidad de personas al interior del bus, resaltando que los dos aspectos que mayor cantidad de usuarios consideran cómodos son la frecuencia de los buses y la posibilidad de encontrar asientos disponibles.”. **(Julieth Katherine Heredia. Modelo de satisfacción de los usuarios de transporte público. Medellín, 2015).**

En el mismo sentido, múltiples estudios e investigaciones tales como una encuesta realizada por la Universidad Nacional en el año 2015, muestran como la seguridad se constituye también como una variable que impacta de forma positiva o negativa la percepción que tienen los usuarios de transporte urbano. Dicha encuesta pretendía medir la seguridad en el modo y entorno del sistema del transporte, además del servicio prestado por parte del conductor. Entonces se tuvo en cuenta

la seguridad en el viaje de forma general, la seguridad de los paraderos y la posibilidad de sufrir un robo o accidente mientras esperaba el transporte. Los resultados arrojaron que el 63% de los encuestados creían que era posible que sufrieran un robo mientras hacían uso del sistema de transporte, y frente a las demás variables, el 67% creían en la posibilidad de sufrir un accidente mientras utilizaban el transporte. Según algunos comentarios y observaciones de los usuarios, a la hora de calificar la seguridad de la ruta influyen mucho algunos sitios por los que pasa el bus y son muy solos, oscuros y pesa mucho el factor hora, es decir, estos lugares son inseguros, pero agravan su condición si se debe transitar por ellos en horas de la noche. Por otra parte, el 68% del servicio prestado por el conductor es bueno, donde manifestaron que el conductor saluda y durante el recorrido muestra educación y cultura; sin embargo factores como la velocidad a la cual maneja y la forma de frenado, afectan la percepción del usuario.

Hablando específicamente de Santiago de Cali, en un inicio el gobierno nacional y municipal, que en ese momento estaba bajo el mando del Ex alcalde Jorge Iván Ospina (periodo 2008 - 2011), implementó el MIO (Masivo Integrado de Occidente) para darle fin a los grandes problemas que afrontaba el antiguo sistema de transporte de buses y empresas privadas, por lo cual se pensó en esta nueva dinámica de movilidad caleña que pretendía dar fin a la “guerra del centavo”, para modernizar en infraestructura y progreso a la capital del Valle del Cauca y de brindarle a los usuarios caleños una óptima accesibilidad y seguridad en transporte.

Sin embargo, un informe llevado a cabo por la personería de Cali, , muestra como “el sistema de transporte público de Cali Masivo Integrado de Occidente atraviesa momentos de crisis. El sistema, que lleva en funcionamiento 6 años-inaugurado en 2008- carece de aceptación por parte de la comunidad caleña y plantea amplias dificultades en su parte administrativa y financiera; como lo señala la más reciente encuesta realizada por la Personería de Cali sobre percepción ciudadana frente al MIO, en el cual el 44,8% califica el servicio como regular, el 18.2% como malo y el 14% como muy malo para un total de 77% de desaprobación. Frente a estas cifras, señala el informe que de manera general, los usuarios califican entre regular y malo

el servicio MIO, solamente el 23% percibe el servicio como bueno o muy bueno lo cual en el imaginario colectivo caleño representa una visión negativa frente al sistema”.

Además “los continuos paros por parte de los conductores de las empresas que integran el sistema, debido al atraso de sus salarios, es uno más de los problemas por los que atraviesa el transporte en CALI, cuyas consecuencias sufre directamente los usuarios, que se quejan, contantemente de atrasaos en el servicio, buses con sobrecupo, cambios de rutas y exclusión de buses tradicionales en lugares donde todavía se necesitan”. **(Redacción Nacional, conductores del MIO inician paro de transportadores en Cali. El espectador. Bogotá. 17 de junio de 2014).**

4.3 PRESENTACIÓN, IMAGEN DE MARCA, CARACTERISTICAS, VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

El transporte en Colombia ha sido tradicionalmente dirigido por empresas privadas provenientes de las principales ciudades del país, las cuales prestan un servicio de movilidad a través de buses, microbuses, busetas, colectivos o del sistema de transporte masivo, denominados según su carrocería.

Estos sistemas de transporte urbano han surgido con el fin de contribuir al desarrollo urbano de cada ciudad, ya que son un instrumento para el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

EL MIO Cali, TRASMILENIO Bogotá y EL METRO de Medellín son las empresas que conforman dichos medios de transporte urbano en las principales ciudades del país.

En Cali, Metro Cali S.A. fue la empresa encargada de gestionar el diseño, construcción y puesta en marcha del Sistema Integrado de Transporte Masivo

(SITM). Esta compañía es de orden municipal y busca proporcionar soluciones de movilidad sostenible con inclusión social y responsabilidad ambiental.

“El Sistema Integrado de Transporte Masivo es operado por buses articulados, padrones y complementarios, los cuales se desplazan por medio de corredores troncales, pretroncales y complementarios cubriendo rutas troncales, pretroncales y alimentadoras.” (Anonimo)

Este sistema generó un proceso de transformación cultural, social y urbanística tanto para la ciudad como para sus habitantes. A través de dicho transporte la ciudad se conectó de sur a norte y de oriente a occidente, facilitando el desplazamiento de sus habitantes de un sitio a otro. El MIO cuenta con 632 vehículos que operan cubriendo con 65 rutas a 16 de las 22 comunas que conforman a Cali. Su meta es lograr una cobertura del 100% de la ciudad con la implantación de nuevas rutas y una mejor infraestructura vial.

En cuanto a las ventajas ofrecidas por este tipo de transporte se puede observar que es mucho más seguro que los medios tradicionales, tiene aire acondicionado, los tiquetes son adquiridos por medio de una tarjeta, lo que le evita a las personas andar con efectivo; y por último, sus asientos son cómodos. Y en cuanto a las desventajas, debido a su ineficiencia en la estructura y organización, este sistema presenta fallas como: alto tiempo de espera entre una ruta y otra, sobre población en los buses y alimentadores, el sistema frecuentemente presenta caídas de la red y los alimentadores no llegan a todos los lugares requeridos por los habitantes.

Por otro lado, se encuentra el TransMilenio (Empresa de Transporte del Tercer Milenio S. A.), la cual es la encargada manejar el transporte masivo de Bogotá y Soacha. Este sistema de movilidad tipo “bus de tránsito rápido” es el más reconocido y mayor en Colombia. Según transmilenio.gov el 69% de la población de Bogotá y Soacha se transporta en el Sistema TransMilenio en buses articulados, biarticulados o alimentadores; por tal motivo, se designaron carriles exclusivamente para estos buses en donde pueden transcurrir de manera eficaz y rápida. “Las vías para servicios troncales corresponden a los carriles centrales de las principales avenidas de la ciudad. Estos carriles exclusivos se acondicionaron especialmente

para soportar el paso de los buses y se separaron físicamente de los carriles de uso mixto, disponibles para circulación de vehículos particulares, camiones, taxis, etc.” (<http://www.transmilenio.gov.co/es/articulos/infraestructura#>).

A continuación se relacionará las ventajas y desventajas de este transporte urbano. Dentro de las ventajas, se encuentra:

- Al poseer su propio carril se acorta el tiempo de desplazamiento de un lugar a otro.
- Es un sistema menos contaminante en comparación con otros transportes masivos.
- La accesibilidad es más sencilla para personas discapacitadas.
- Ha contribuido al mejoramiento del entorno urbano.

En cuanto a las desventajas se puede observar:

- En las horas pico, se genera una gran congestión del personal dificultando el ingreso y la salida del sistema.
- El sobre cupo en los vehículos.
- Poca cobertura del sistema en la ciudad.
- Inseguridad por el exceso de pasajeros en los vehículos e irrespeto a la comunidad femenina.

La empresa Metro de Medellín Ltda. o Transporte Masivo del Valle de Aburrá Limitada fue constituida con el propósito de construir, administrar y operar el sistema de transporte masivo (Metro), y generar desarrollo, mejorando la calidad de vida a sus habitantes. Se caracteriza así mismo por ser una empresa clara en su información y presentación.

El Metro de Medellín cuenta con 63 estaciones, 27 trenes, 8 cables, 28 buses de tránsito rápido y actualmente, se extiende por seis municipios: Bello, Itagüí,

Envigado, Sabaneta, Medellín y la Estrella. Desde este último municipio, se extiende a otros más, por medio de rutas integradas.

Esta empresa está plenamente comprometida con el medio ambiente y con un futuro sostenible, ya que utiliza energías limpias y contribuye a la educación de la población al crear la Cultura METRO. Por medio de esta estrategia, la compañía pretende convertir el Metro en un estilo de vida y un lugar para el encuentro social y cultural en donde sus ciudadanos se vean totalmente identificados con él.

A continuación se mencionaran sus ventajas y desventajas. En cuanto a las ventajas de este sistema de transporte se encuentran las siguientes: es muy cómodo, rápido, seguro, económico, aseado y muy organizado. En cuanto a las desventajas: el servicio a veces es retrasado; en ocasiones hay aglomeraciones de personas y otras veces, la intolerancia de los usuarios se vuelve insoportable.

4.3.1. IMAGEN DE MARCA DE LAS EMPRESAS

- Imagen de marca MIO:



La imagen del Sistema Integrado de Transporte Masivo de Cali, muestra una articulación en movilidad, donde se entiende que el espacio público es la base para lograr la construcción de una nueva ciudad, buscando una transformación cultural y política. Además, connota el mejoramiento en términos de velocidad y seguridad del transporte público en la Cali.

- Imagen de marca Transmilenio:



La imagen de la Empresa de Transporte del Tercer Milenio S.A. hace referencia a la transformación del paisaje urbano, mostrando que en la capital colombiana puede existir un sistema de transporte eficiente, buscando mejorar la accesibilidad en los corredores viales, con la orientación a la prestación de un servicio que tenga un impacto positivo en la calidad de vida de los ciudadanos. Además, no solo se centra en costos, velocidad y tiempo de desplazamiento, sino en la reducción de los niveles de contaminación y ruido.

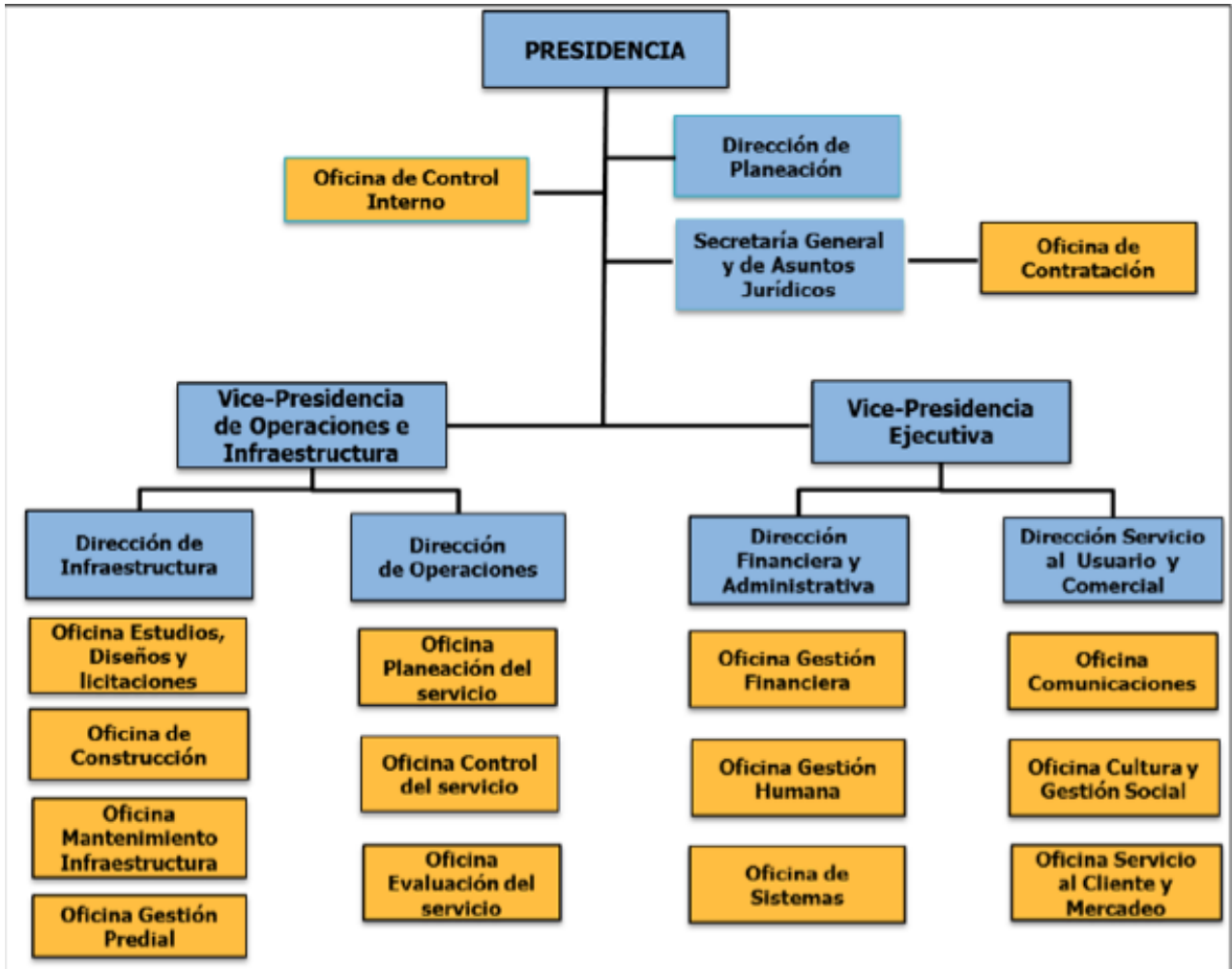
- Imagen de marca Metro de Medellín:



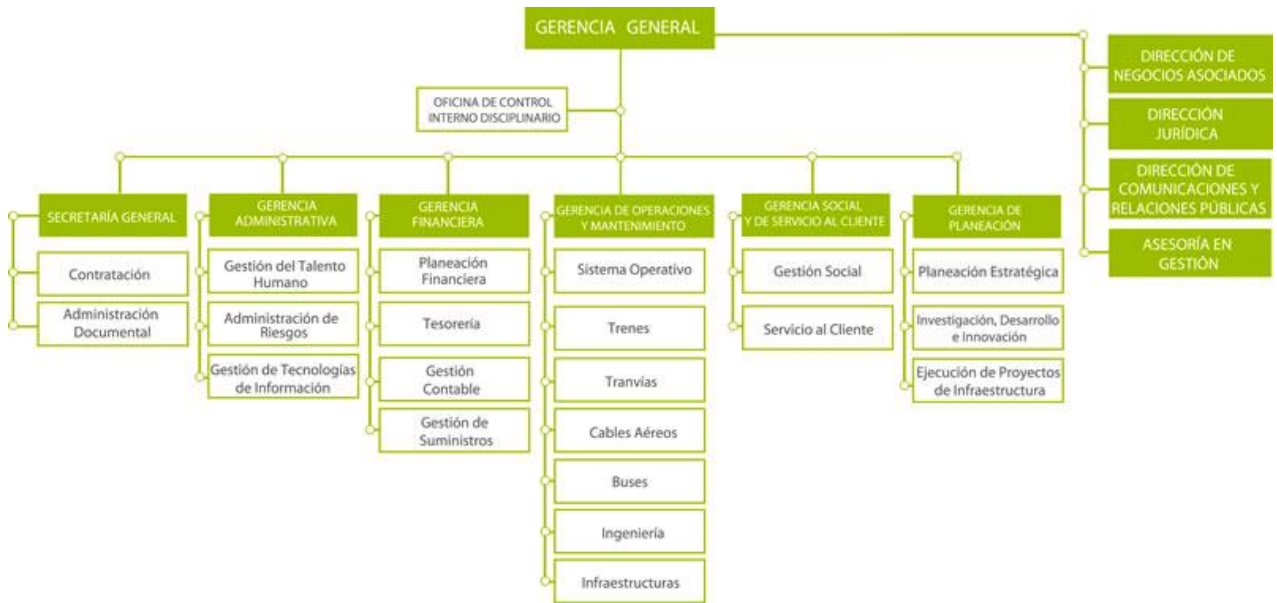
La empresa de Transporte Masivo del Valle de Aburrá Limitada o Metro de Medellín, plantea con su imagen de marca a nivel general la generación de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la ciudad. Y a mayor profundidad, demuestra su aplicación del principio de movilidad sostenible, con energías totalmente limpias y generando grandes beneficios sociales en los que se conoce nacionalmente como cultura Metro.

4.4. CONFORMACION DE LAS COMPAÑIAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”.

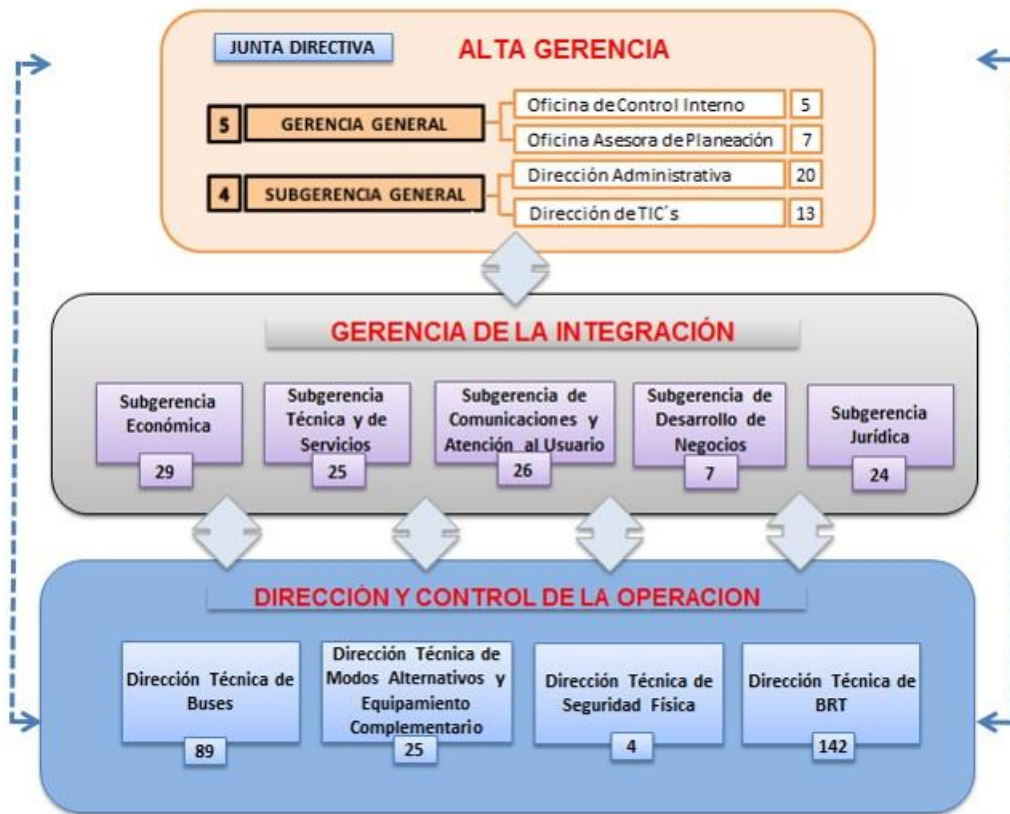
- Organigrama Metro Cali:



- Organigrama Metro Medellin:



• **Organigrama Transmilenio Bogotá:**



5. COMPORTAMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

5.1 COMPETITIVIDAD DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE EN COLOMBIA “TRANSPORTE URBANO”

Múltiples empresas privadas son las encargadas de prestar el servicio de transporte urbano en Colombia, y por tal razón están orientadas hacia fines lucrativos, generando una competencia natural entre los diferentes entes que abarcan: compañías de taxis, buses colectivos, sistemas masivos, metro, Uber y los denominados piratas.

Sin embargo, cada competencia directa se produce de acuerdo a los tipos de transporte y al tipo de usuario que frecuenta cada uno de ellos. Hoy en día se ha generado gran polémica por la constante rivalidad que se presenta entre los taxis tradicionales y la nueva plataforma de transporte Uber. Los taxis han disminuido su participación y reputación de forma importante ya que la percepción de los usuarios esta afectada enormemente por la mala calidad del servicio que incluye: poco profesionalismo del conductor, alta inseguridad al abordar uno de estos vehículos, inadecuada forma de manejo, que conlleva a una inequitativa relación costo-beneficio.

Es en este contexto donde entra a Colombia Uber, donde su valor competitivo está en el desarrollo de la tecnología, pues es un sistema que a través de una aplicación conecta conductores con clientes locales, donde se realiza el pago con tarjeta de crédito, siendo llamados taxis de lujo. Esta innovadora alternativa de transporte le ha quitado a los taxis gran parte de los clientes, ya que son percibidos por una operación de excelencia, y a pesar de que maneja un precio un poco más alto (30% superior), esto se recompensa con las garantías de seguridad y profesionalismo de los conductores, dejando a un lado la constante falta de confianza de los ciudadanos a la hora de coger taxis en las calles. Además, la calidad del servicio se garantiza a través de controles que se aplican a los conductores, a quienes se les verifica el pasado judicial, si conocen la ciudad y se les capacita para el manejo adecuado de

la aplicación, con el fin de prestar una calidad operativa que no supera a ningún otro tipo de transporte en Colombia.

Por otra parte, se vive una constante competencia entre los tipos de transporte urbano que manejan precios mucho más bajos y que son también el ente de múltiples deficiencias e innumerables quejas por parte de los usuarios, llevándolos a escoger según sus necesidades entre Buses colectivos, sistemas de transporte masivo y piratas, que operan bajo la ilegalidad.

En Santiago de Cali, a partir del 2009, año en que entró en operación el sistema de transporte masivo MIO, se comenzaron a eliminar paulatinamente las diferentes rutas que cubren los buses urbanos colectivos, con el fin de modernizar la ciudad, pero que en los hechos reales solo le ha generado inconformidades a los usuarios que día a día necesitan acceder a los diferentes sitios de la ciudad. La razón bajo la cual el MIO no satisface las necesidades de las personas en Cali, están basadas en su ineficiencia operativa que incluye una flota de buses inadecuada para el gran número de personas que utilizan el servicio, retrasos constantes, altas demoras en las diferentes rutas, incomodidad dentro del bus, y muchas deficiencias que podrían disminuir si los dirigentes políticos no hubieran sacado de circulación la mayoría de los buses colectivos, siendo esta su competencia directa.

Por dichas inconformidades por parte de los usuarios, estos se ven tentados en utilizar sistemas de vehículos ilegales que los llevan a sus sitios de destino y que hoy en día se convierten en un dolor de cabeza para las autoridades. Los puntos a favor de estos “piratas” son que por un costo casi igual al pasaje del MIO o de buses colectivos, pueden llegar a su destino mucho más rápido y sin pasar tantas incomodidades, convirtiéndose así en una buena alternativa para miles de personas de bajo poder adquisitivo. Sin embargo, estos vehículos carecen de cualquier normatividad que regule el transporte de pasajeros, por lo cual puede ir en contra de la seguridad física de los usuarios, pero que perciben como un problema mínimo ante las enormes dificultades de los demás tipos de transporte.

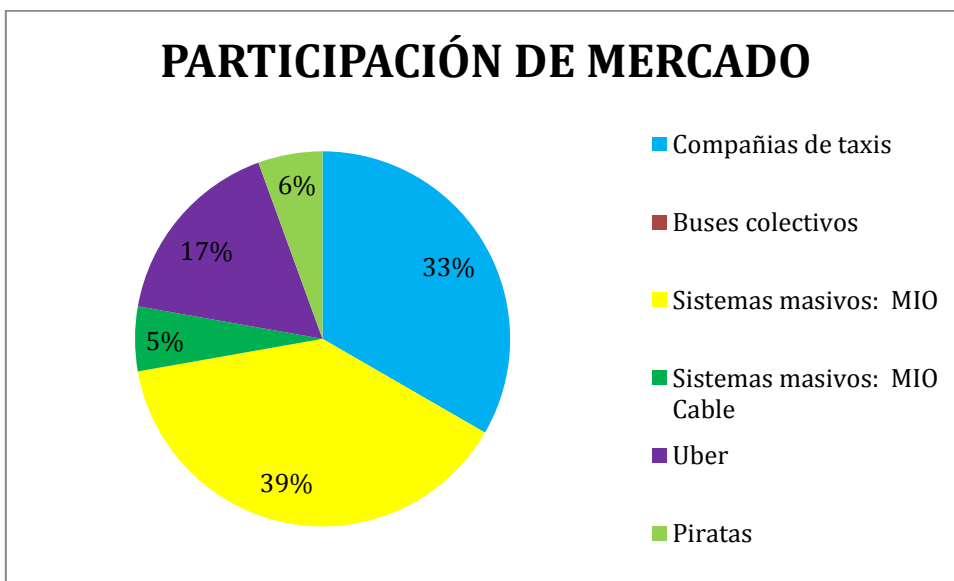
5.2) PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO

Para empezar, cabe resaltar que en Colombia y especialmente en la ciudad de Cali, el transporte Urbano tiene una amplia gama de opciones para sus usuarios. Esto hace que la competencia sea mucho mayor. Una vez dicho esto, debido a los grandes avances tecnológicos que hemos venido viviendo, el transporte caleño se ha visto influido por lo mismo.

Es por esto, que se estima que dentro de los operadores de la ciudad que prestan este servicio se encuentran:

- Compañías de taxis
- Buses colectivos
- Sistemas masivos: entre los que se encuentran MIO y MIO cable
- Metro
- Uber
- Piratas

En cuanto a la participación de mercado con la que cuenta cada uno se estima que está dividida por el siguiente gráfico:



Compañías de taxi: Cuentan con un 30% de la participación en el mercado del transporte urbano caleño, teniendo en cuenta su antigüedad y el reconocimiento que tienen los usuarios.

Buses Colectivos: Debido a la aparición del sistema masivo de transporte MIO el uso de estos buses ha bajado de manera considerable, sin embargo, siguen teniendo participación ya que en algunos sitios todavía el MIO no los cubre.

Sistemas Masivos: MIO cuenta con una participación bastante alta ya que es precisamente el medio de transporte masivo de la ciudad, así mismo da la facilidad para muchos usuarios de llegar a sus destinos sin invertir la mayor cantidad de dinero. En cuanto al MIO cable todavía es considerado como un medio turístico más que como un medio de transporte, es por esto que su probabilidad es tan baja.

Uber: Ha sido un servicio que ha venido en crecimiento, debido precisamente a todos los avances tecnológicos y la necesidad de un nuevo medio de transporte, así como el mejoramiento del servicio. La única barrera que tiene es que se necesita tarjeta de crédito, es por esto que no ha podido crecer del todo.

Piratas: Teniendo claro que la ciudad todavía cuenta con muchos lugares que no tienen cobertura completa del servicio de transporte, los usuarios tienden a utilizar este tipo de medios para poder movilizarse, es por esto que tiene este porcentaje.

5.3) FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN.

Dentro de la gran variedad de servicios que han traído los avances tecnológicos se encuentran las diferentes alternativas y formas de pago, además del hecho del avance de las necesidades de los consumidores a lo que el mercado tiende a acomodarse. Es por esto que dentro de las formas de comercialización se encuentran:

- **Aplicaciones móviles:** La mayoría de servicios de transporte de la ciudad cuentan con una aplicación móvil que les permite tener mejor contacto con sus consumidores, así como mejor forma de comercializar su servicio. Dentro de las aplicaciones más relevantes se encuentra UBER y otras aplicaciones para Taxi que permiten una mejor preparación de servicio. Algunas de estas aplicaciones permiten que los usuarios pague con tarjetas de crédito, y otras requieren efectivo.
- **Estaciones de servicio:** estas se encuentran principalmente en el MÍO, ya que es en las estaciones donde el servicio es prestado a los usuarios por medio de tarjetas que recogen toda la información y permiten a los consumidores un mejor consumo sin necesidad de tener dinero en efectivo y se evita la manipulación del mismo.
- **Medios telefónicos:** principalmente en las centrales de taxis a las que las personas llamen para poder adquirir los servicios, en estos se maneja un sistema de conexión entre todos los móviles y logran enviar la información por radio teléfonos que luego permiten a los usuarios movilizarse a donde desean.

Formas de pagos: dentro de las formas se encuentra el efectivo y por tarjeta de crédito. Esta última modalidad fue empleada por Uber y luego adoptada por los operadores de taxis para seguir a la vanguardia.

6. AMBIENTE COMPETITIVO DE LAS COMPAÑÍAS DE TRANSPORTE URBANO

En general los sistemas de transporte masivo de las principales ciudades del país, fueron creados con el fin de suplir una necesidad en cuanto a la movilidad de sus ciudadanos. Sin embargo, también han buscado cambiar un poco el estilo de vida de sus usuarios, al convertir las estaciones de servicio (mientras esperan el arribo del transporte), en lugares para encuentros tanto sociales como culturales.

Estos transportes urbanos ubicados en las diferentes ciudades prestan el mismo servicio a los usuarios, lo que los convierte en competidores directos. Pero lo que es claro, es que el servicio ofrecido por las diferentes compañías es superior en algunas ciudades que en otras. Por ejemplo, en Medellín, el servicio de transporte masivo ofrecido es excelente; no siendo así en otras ciudades como Cali, Barranquilla y Bogotá, en las cuales no se ha logrado implementar unas estrategias adecuadas para erradicar completamente los problemas de movilidad, ni suplir las necesidades de sus ciudadanos.

Cada una de estas empresas, independiente de si es eficiente o no, maneja diferentes estrategias en cuanto a publicidad, mercadeo y merchandising para llegarle a los consumidores. Con esto, estas empresas compiten entre sí con valores agregados, para lograr un buen posicionamiento en el mercado.

6.2. ANALISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

“El análisis de las cinco fuerzas de Porter es un modelo estratégico elaborado por el ingeniero y profesor [Michael Porter](#) de la [Escuela de Negocios Harvard](#), en el año 1979. Este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. Este análisis deriva en la respectiva articulación de las 5 fuerzas que determinan la intensidad de competencia y rivalidad en una industria, y por lo tanto, en cuan atractiva es esta industria en relación a oportunidades de inversión y rentabilidad.

Porter se refería a estas fuerzas como del micro entorno, para contrastarlas con fuerzas que afectan el entorno en una escala mayor a la industria, el macro entorno.

Estas 5 fuerzas son las que operan en el entorno inmediato de una organización, y afectan en la habilidad de esta para satisfacer a sus clientes, y obtener rentabilidad.

Las cinco fuerzas de Porter incluyen 3 fuerzas de competencia horizontal: Amenaza de productos sustitutos, amenaza de nuevos entrantes o competidores en la industria, y la rivalidad entre competidores, y también comprende 2 fuerzas de competencia vertical: El poder de negociación de los proveedores, y el poder de negociación de los clientes.”¹

A continuación se hablara más a fondo de cada una de las fuerzas.

6.2.1. PODER DE LOS COMPRADORES

En la industria del transporte urbano, se observa que existe una gran demanda por la utilización de este servicio, y unas pocas empresas prestadoras del mismo, lo cual genera que el usuario al no tener una amplia gama de opciones en cuanto a su transporte y movilidad en la ciudad, su poder es bajo, y se debe adaptar a las pocas empresas existentes en el mercado caleño.

Igualmente se conoce, que los usuarios del transporte tienen una escasa vinculación entre ellos, motivo por el cual, no pueden ejercer ningún tipo de presión frente a las empresas transportadoras. Es decir, no existe una organización conformada por los usuarios de dicho servicio, que pueda radicar exigencias a las empresas proveedoras en cuanto a reducción de precios y mejoramiento de la calidad del servicio. Esto genera un aumento desproporcional en las utilidades de las empresas de transporte. Se puede decir, que el poder que los consumidores tienen para obtener precios bajos es nulo, lo que ocasiona que la negociación sea manejada exclusivamente por los vendedores del servicio.

Sin embargo, con el pasar del tiempo, empresas como Uber han revolucionado el mercado y han generado mayor conciencia en la mente de los usuarios, logrando

¹ (wikipedia, 2016)

que los consumidores sean conscientes de que merecen mayor calidad a un menor costo.

Con la inclusión de estas empresas en el mercado, se ha aumentado la competitividad de las prestadoras de dicho servicio, fortaleciendo así mismo el poder de negociación de los usuarios y sus exigencias en términos de calidad-precio.

6.2.2. LA AMENAZA DE LOS NUEVOS COMPETIDORES

Una empresa siempre va a tener posibles amenazas de nuevos competidores. Por tal motivo, debe estar alerta y emplear estrategias que ayuden a fortalecerse en el mercadeo o segmento en el que se encuentra.

“El mercado o el segmento es atractivo dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades de apoderarse de una opción del mercado”²²

El mercado Colombiano de servicio de transporte masivo (de cualquier tipo) es un segmento atractivo en cuanto a los márgenes de utilidad que deja. Sin embargo, existen enormes barreras para entrar en estos mercados, como lo son, entre algunos, el alto porcentaje de impuestos que se debe pagar por prestar dicho servicio.

Otra de las barreras se puede decir, que es la corrupción entre dichas empresas y el gobierno, que impiden que competidores nuevos entren en dicho mercado. Un claro ejemplo de esto es la empresa “Uber”, quien ha entrado a competir en este mercado con gran dificultad, topándose con innumerables obstáculos establecidos a propósito por las empresas ya creadas en el segmento. Estas han buscado la forma, legal y no legal para impedir que Uber se establezca como empresa y compita directamente con ellos.

² (Ruiz)

Dichas empresas, buscan impedir la entrada de nuevos prestadores de servicios, puesto que saben que, si en el mercado hay más competencia, se verán obligados a prestar un mejor servicio y a mejorar la calidad del mismo. Igualmente tienen claro, que si aumenta la competencia, estarán sujetos a posibles peticiones y exigencias de los usuarios, exponiéndolos a tener que ceder a muchas de sus peticiones para continuar en el mercado de forma competitiva.

6.2.3. PODER DE LOS PROVEEDORES

El poder de los proveedores hace referencia al poder que tienen los mismos medios de transporte urbano presentes en la ciudad de Cali, para manipular a su gusto (subir o bajar) los precios de la industria, y de acuerdo a esto, ser menos concesivos.

Por lo regular, entre menos proveedores existan en un mercado, más grande será el poder de negociación de ellos. Esto es lo que pasa con la industria de servicio de transporte urbano en Colombia; al existir pocos proveedores, tienen un alto poder de negociación.

Como se mencionó anteriormente, en Colombia dichos servicios son manipulados por un pequeño grupo de empresas que son cerradas entre si y tratan de evitar el ingreso de cualquier otra compañía que pueda competir con ellos. Se podría decir que son casi un oligopolio el pequeño grupo de empresas encargadas de prestar este servicio en el país.

Dichas empresas prestadoras del servicio de transporte, dependen en un 100% de las políticas de fijación de precios y disponibilidad del combustible (su principal materia prima), por parte del gobierno estatal, necesario para el funcionamiento de sus vehículos.

Realizar este análisis, les permite a las compañías formular estrategias destinadas a aumentar su poder de negociación para lograr mejores condiciones o un mayor control sobre sus competidores.

Sin embargo, nuevos competidores ilegales y que huyen de cualquier norma, ley, impuesto, seguro y regulación del transporte se han ingeniado la manera de prestar un servicio de transporte para aquellos usuarios que sin ninguna otra opción deben tomar estos medios de movilidad, donde se encuentran los polémicos piratas y motoratón. Hoy en día la ciudad de Cali se encuentra permeada y sitiada por los “piratas”, que son la alternativa para aquellos usuarios que por las deficiencias en el sistema de transporte masivo y urbano que presta la ciudad, se ven en la obligación de acceder a sus sitios de destino en este tipo de carros particulares, que carecen de seguros y de conductores capacitados para el transporte de personas. Como consecuencia de lo desbordado que está el fenómeno del transporte ilegal, se han intensificado las labores de 45 agentes de regulación de tránsito, que en el 2016 han inmovilizado 1405 vehículos, con un incremento del 134% en comparación al año 2015. Su estrategia esta basada en recorrer los puntos críticos de la ciudad vestidos de civil, para identificar fácilmente las personas que se dedican a este tipo de labores, y que hoy crean asombro, pues es tan lucrativo el negocio que incluso el servicio se presta en carros de alta gama como Ford Fiesta, camionetas SsangYong último modelo, entre otros.

6.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTOS

“Hace referencia al ingreso potencial de empresas que producen o venden productos alternativos a los que ofrece la industria. La presencia de productos sustitutos suele establecer un límite al precio que se puede cobrar por un producto (un precio mayor a este límite podría hacer que los consumidores opten por el producto sustituto).”³

Como se ha venido mencionando anteriormente, la industria del transporte urbano cuenta con pocas empresas que dominan el mercado. Eso genera que el consumidor no tenga muchas opciones para escoger y por tanto, se debe acomodar

³ (negocios)

a lo impuesto por dichas compañías. En otras palabras, el portafolio de servicios ofrecidos por el transporte urbano en Colombia es y ha sido limitado desde hace mucho tiempo.

Por esta razón, las empresas del sector deben estar alerta con esta amenaza presentada, y así tomar medidas en cuanto al mejoramiento de la calidad en sus servicios y al precio manejado. Pues si no mejoran sus estándares de calidad y no le ofrecen un mejor servicio al usuario, este migrará a los nuevos servicios de transporte que están apareciendo en el mercado.

Para precisar, un producto potencial que sustituye los medios de transporte urbano en Cali son las motocicletas, donde las cifras son impactantes; la producción y venta de motos en el país alcanzó 632.000 unidades a diciembre de 2015. Este dato evidencia la forma en que miles de colombianos están optando por la compra de motos para mejorar de manera sustancial en la forma en que acceden a los diferentes puntos de la ciudad, ya que este medio de transporte particular les proporciona facilidades en cuanto a tiempo de desplazamiento, accesibilidad, rapidez y economía. Por tanto, cada día son más las personas que adquieren una moto (existen amplias facilidades de pago) en busca de no utilizar medios de transporte urbanos que se caracterizan por un sinnúmero de deficiencias.

En una proporción mucho menor, la bicicleta también resulta ser un producto sustituto, ya que un importante número de caleños prefiere utilizar este medio de transporte para moverse gracias a su facilidad de uso. Sin embargo, de forma desalentadora esta opción de movilidad pide más vías en Cali, ya que la falta de infraestructura es el principal problema identificado por los ciudadanos para que el uso de este vehículo no se convierta en una forma de movilidad con gran potencial. Se espera aún la finalización de 57 kilómetros de vías, donde están incluidos cuatro ciclorutas, y con mayor énfasis, se tiene como expectativa emplear bicirreles que se conviertan en modos alternativos de alimentación a las diferentes estaciones del sistema masivo MIO, con el fin de que el ciudadano pueda utilizar la bicicleta y posteriormente el bus, a través de parqueaderos en las estaciones.

6.2.5. RIVALIDAD E INTENSIDAD DEL SECTOR

“Generalmente la fuerza más poderosa de todas, hace referencia a la rivalidad entre empresas que compiten directamente en una misma industria, ofreciendo el mismo tipo de producto.

Una fuerte rivalidad entre competidores podría interpretarse como una gran cantidad de estrategias destinadas a superar a los demás; estrategias que buscan aprovechar toda muestra de debilidad entre ellos, o reacciones inmediatas ante sus estrategias o movidas.”⁴

En el caso de la industria de transporte urbano, se puede decir que la rivalidad e intensidad del sector es baja, ya que son pocas las empresas que dominan el mercado y que se encuentran compitiendo por ganar participación en él. Es por eso que anteriormente se decía que dichas empresas conforman una especie de oligopolio y evitan la entrada a posibles competidores al mercado.

Para finalizar, es importante también tener claro que esta rivalidad aumenta cuando:

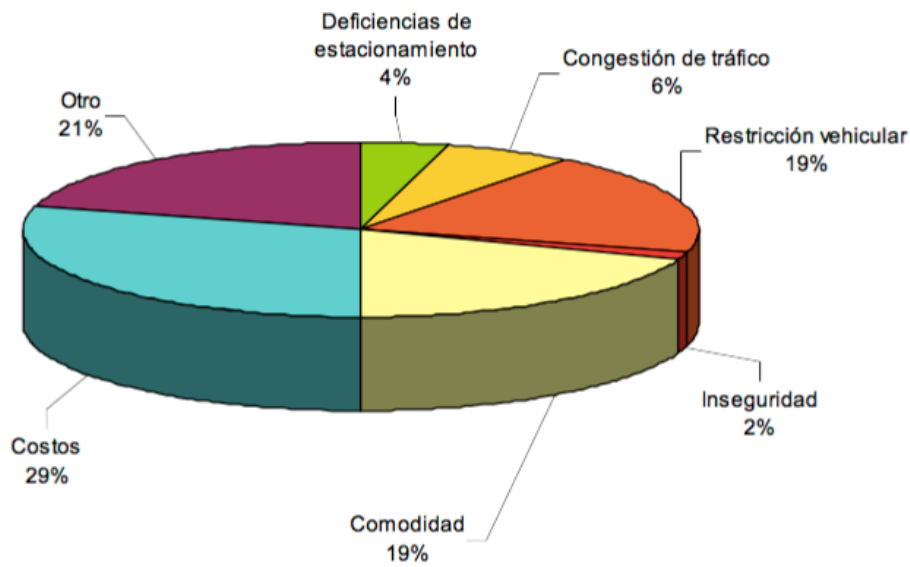
- La demanda por los productos de la industria disminuye.
- Cuando existe poca diferenciación en los productos,
- Cuando las reducciones de precios se hacen comunes
- Cuando los consumidores tienen la posibilidad de cambiar fácilmente de marcas.
- Cuando los costos fijos son altos, entre otros.

⁴ (negocios)

7. ANÁLISIS DE LOS CLIENTES

7.1. PERFIL Y CARACTERÍSTICAS DE LOS COMPRADORES Y USUARIOS

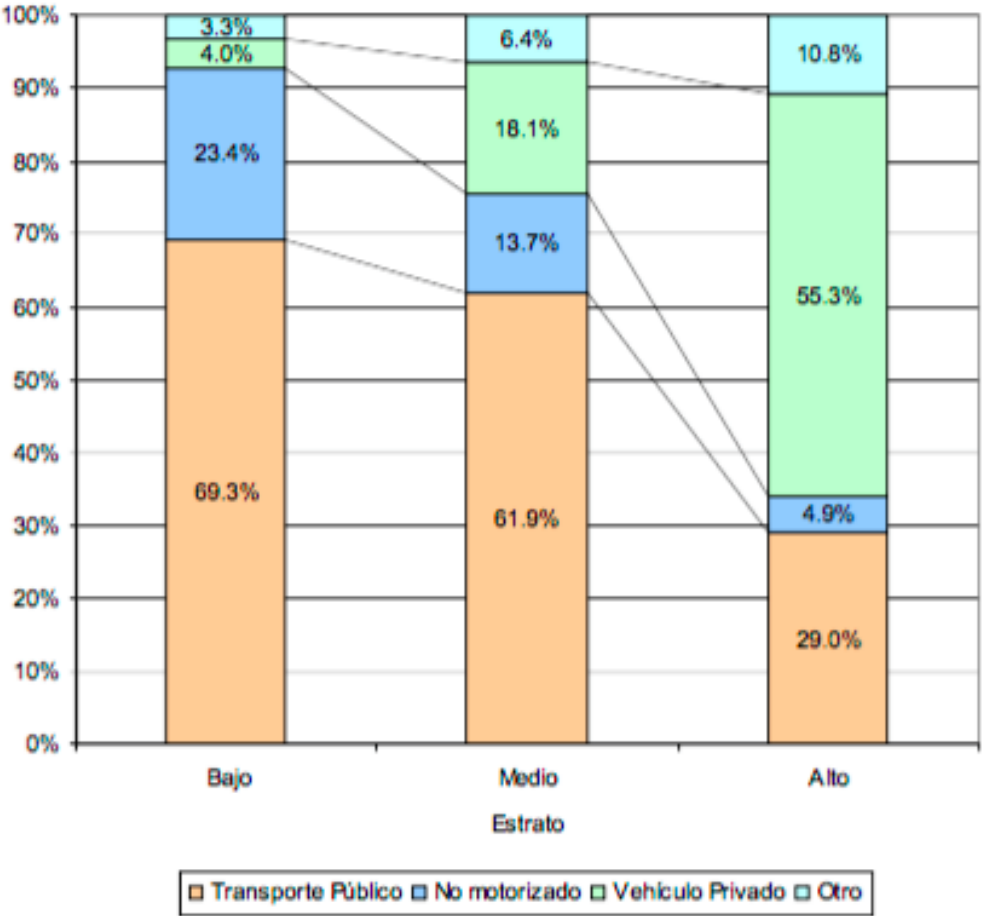
En primera instancia, diversos factores de los usuarios, como preferencias y necesidades, y de la industria de transporte en el país, lleva a las personas a emplear el transporte público en altas tasas por encima del transporte privado. El siguiente gráfico muestra las razones específicas por las cuales las personas no eligen el automóvil o transporte privado: **(STT DANE, encuesta movilidad 2015)**



En general, se percibe disposición en la población para emplear el transporte público, ya sea porque no tienen los medios para comprar un artículo motorizado para movilizarse o porque están empezando a encontrar en el vehículo particular un medio menos conveniente para su uso. Las razones principales son que los vehículos generan mayores costos de desplazamiento y las grandes restricciones tales como el pico y placa.

Además, el siguiente gráfico de barras, realizado por el DANE en el año 2015, evidencia en mayor medida como el motivo principal por el cual el desplazamiento en transporte privado se presenta en baja proporción en estratos socioeconómicos

bajo y medio, se debe al hecho de que estos usuarios no cuentan con la posibilidad monetaria para hacer uso de este modo de transporte, y por tanto, se desplazan a través del transporte publico, careciendo de la opción de realizar elección modal.



Los compradores de transporte urbano en Colombia, son personas de casi todos los niveles socioeconómicos que eligen entre los diferentes sistemas de movilidad que ofrecen las ciudades, dependiendo de sus preferencias, necesidades y poder adquisitivo, pero que a nivel global presentan una misma particularidad: acceder a los diferentes lugares de la ciudad de forma segura, rápida y cómoda. Dichos individuos son muy sensibles al precio, ya que buscan una tarifa de transporte que vaya acorde al servicio prestado, que como se ha mencionado antes, está inmerso en grandes deficiencias, lo cual genera que los usuarios no están dispuestos a pagar grandes montos de dinero por un servicio precario. Además, cerca del 40% de las personas que utilizan el transporte urbano en Cali, eligen los sistemas

masivos, ya que al ser un sistema de uso diario para movilizarse por los diferentes sitios de la ciudad, buscan los tiquetes más económicos, así esto se vea reflejado en incomodidades a nivel de infraestructura, alto volumen de pasajeros, filas, demorados trayectos e inseguridad.

7.2. ¿QUÉ COMPRAN Y COMO LO COMPRAN?

Lo que compran los usuarios de transporte urbano en Colombia, y específicamente en la Ciudad de Cali, es la movilidad urbana, con el fin de buscar desplazamientos a través de la ciudad atendiendo las diferentes necesidades que presenta cada individuo.

Lastimosamente, el costo que paga cada usuario de transporte buscando accesibilidad hacia los diferentes puntos de la ciudad, con una adecuada infraestructura, comodidad, velocidad de desplazamiento y seguridad, se ven afectados de forma importante por múltiples deficiencias, que han sido foco de estudio dentro del proyecto presente, por parte de las empresas privadas que son las encargadas de manejar el transporte urbano en Colombia. Por tanto, el valor que paga cada una de las personas que acceden a este tipo de servicio, es un precio donde el costo no se ve reflejado en el beneficio buscado, pues resulta alto teniendo en cuenta las innumerables insuficiencias que presentan los sistemas actuales de transporte en el país, ya sea en el sector del transporte colectivo, masivo o privado.

De forma más precisa, los usuarios de sistemas masivos y transporte colectivo, compran un servicio que ofrece trayectos que resultan demorados y con una gran cantidad de pasajeros, lo cual se ve reflejado en largas filas de entrada y dentro de los vehículos, pero que a nivel económico son tiquetes mucho más asequibles. Y por otro lado, el taxi y Uber ofrecen un servicio personalizado y con mayor comodidad para el usuario, pues es totalmente individual y el tiempo de desplazamiento es menor, lo cual se ve reflejado en un costo mucho más elevado.

La forma en que compran sus tiquetes o en que efectúan el pago correspondiente al servicio depende directamente del tipo de transporte. Cuando se habla de

sistemas masivos (como el MIO en la ciudad de Cali), el usuario tiene la posibilidad de recargar por medio de una tarjeta el monto que desee, con el fin de evitar largas filas en el momento de entrar a las estaciones de transporte; si se trata de un pasajero menos frecuente, puede comprar el pasaje único, pero igualmente a través de una tarjeta que se introduce en las máquinas registro. En cuanto a los taxis tradicionales, buses colectivos y los denominados piratas, la compra se efectúa en el momento de finalizar el servicio, pagando en efectivo a la persona encargada de manejar el vehículo, con un monto que depende de la distancia recorrida o de la ruta. Y por último, con el reciente y tecnológico servicio de transporte que ofrece Uber, se ha innovado no solo en la prestación que ofrece al usuario, sino también en su forma de pago, debido a que dicha compañía privada es pionera en Colombia en cuanto al pago por medio de tarjeta de crédito, generando de este modo una mayor seguridad para los pasajeros.

7.3. – 7.4. ¿CUANDO LO COMPRAN Y CUÁLES SON LAS RAZONES DE COMPRA?

Los usuarios de transporte Urbano en Cali pagan por su servicio de transporte cuando necesitan desplazamientos dentro de la ciudad, buscando que los sistemas atiendan sus necesidades, para acceder a los diferentes sitios de forma rápida, segura, confortable, cómoda y con una adecuada infraestructura. Por tanto, la razón de compra es la movilidad, donde este concepto debe ser tratado como un derecho ciudadano y las atenciones deben ser focalizadas en la circulación de personas, debido a que una adecuada movilidad urbana repercute directamente en la calidad de vida de la población.

Las razones de compra, también están encaminadas en gran medida por la falta de recursos económicos de los caleños, que no cuentan con el poder adquisitivo de desplazarse en vehículos privados, sino que deben utilizar las diferentes modalidades que ofrece el transporte masivo, colectivo o de privado.

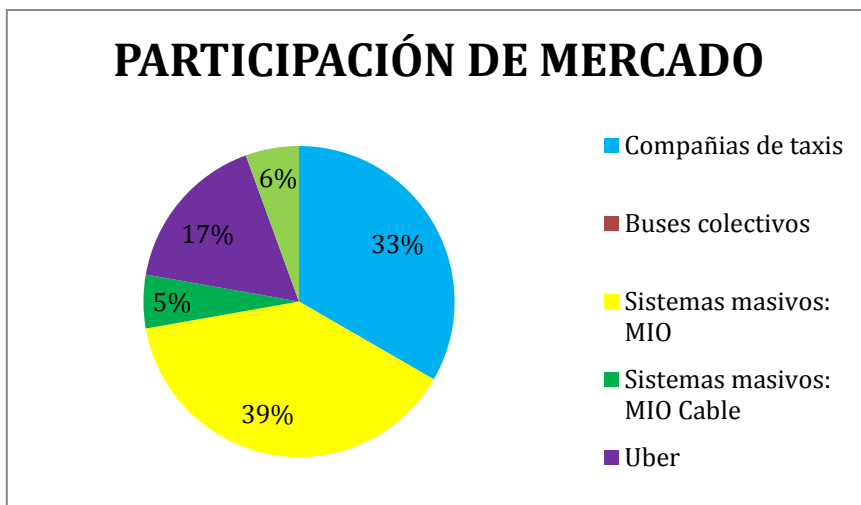
En menor medida, las razones de compra pueden ser espontáneas y por conveniencia, porque existe un pequeño porcentaje de caleños que no utilizan el transporte urbano de forma diaria, sino eventualmente.

7.5. ¿COMO SELECCIONAN Y PORQUE LO PREFIEREN?

El panorama del servicio de transporte urbano en Colombia registra una gran competitividad dentro de los sistemas existentes, ya que cada compañía de carácter privado tiene como finalidad manejar un gran volumen de pasajeros.

Dentro de este marco, cada usuario elige entre un medio de transporte y otro de acuerdo a aquel que supla sus necesidades y preferencias, y que se acomode a un precio razonable desde su posibilidad económica.

A nivel general, la distribución del transporte urbano que eligen los caleños se evidencia en el siguiente cuadro:



Dicha selección se ve reflejada en mayor proporción hacia los sistemas masivos de transporte, como lo es el MIO, ya que son usuarios de estrato socioeconómico bajo y medio que requieren de una movilidad diaria para cumplir con sus diferentes labores, y que por tanto necesitan una tarifa baja y acorde con sus ingresos económicos. Y es en este punto donde se debe resaltar como dichos usuarios de transporte masivo, deben elegir como única opción este tipo de transporte debido a su precio bajo, viéndose obligados a soportar inconformidades a nivel de demoras, largos trayectos, inadecuada infraestructura, largas filas, estaciones en mal estado, gran número de personas por vehículos, falta de rutas, entre otros.

Actualmente, Uber es el líder en cuanto preferencia por parte de los usuarios, ya que cuenta con seis grandes ventajas. En primer lugar, su tarifa es mucho más justa para los pasajeros, debido a que la tarifa está vinculada al traslado de un punto a otro, y no importa el tiempo o si se debe cambiar el recorrido por alguna eventualidad. En segundo lugar, esta innovación en transporte crea un entorno confiable, porque quién lo toma sabe que su pedido, viaje y chofer quedan registrados en el sistema. Tercero, porque el usuario puede valorar el servicio en la plataforma. En cuarto lugar, el usuario tiene la posibilidad de monitorear el viaje, desde donde viene el auto y cuánto tiempo se demora en llegar. Quinto, Uber permite pagar sin dinero físico, ya que el pasajero tiene una cuenta de usuario asociada a un medio de pago, ya sea tarjeta de crédito, débito o sistemas PayPal.

Y por último, la flota de vehículos que atiende a los pasajeros, son mucho más recientes, cómodos, seguros y con mejores características para ofrecer un viaje confortable desde cualquier punto de vista al usuario.

8.METODOLOGÍA

Para realizar esta investigación se debe seguir una serie de pasos que conducirán a la obtención de información clara y relevante para el proyecto que se está realizando. Con dicha información, se hará un análisis tanto cualitativo, como cuantitativo con el fin de determinar la percepción de los consumidores de transporte urbano en Colombia.

8.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Con el fin de llevar acabo la investigación se recolectarán datos tanto primarios como secundarios.

En cuanto a los datos primarios, se realizará una investigación de campo, por medio de métodos cualitativos; en este caso específico por medio de la observación al usuario del transporte urbano en Colombia. También, se usarán los métodos cuantitativos, mediante la aplicación de encuestas a los consumidores.

Por otra parte, en cuanto a los datos secundarios, se buscará información relevante para nuestro proyecto en informes publicados con anterioridad, tanto en libros como en revistas. Todo esto con el fin de obtener argumentos sólidos que apoyen el proyecto final.

De igual forma, se manejará la investigación descriptiva concluyente. Se tratará este tipo de investigación porque “el diseño implica observar y describir el comportamiento de un sujeto sin influir sobre él de ninguna manera”⁵. El objetivo de esta, es poder generar conclusiones para una toma de decisiones válida.

⁵ (Explorable)

En otras palabras, por medio de esta investigación se explicará el comportamiento de los usuarios del transporte urbano en Colombia.

8.2. DISEÑO Y METODO DE INVESTIGACIÓN

El método de investigación utilizado en este proyecto fue la observación. La cual esta enfocada en los usuarios de transporte urbano que actualmente residen en Colombia. Esta investigación se llevó a cabo en las estaciones del Mio, en las universidades y a través de medios digitales, con el fin de abarcar un mayor número de usuarios. Además, se realizó una sesión de grupo y varias entrevistas en profundidad en la universidad Icesi, en donde se pudo explorar un poco más la percepción de dichos consumidores, sus gustos y lo que les molesta acerca del transporte.

Con todo esto, se pudo confirmar la información recogida por medio de informes, páginas web y libros. Por último, se escogerá una muestra de personas con el fin de tener un panorama más claro acerca de la percepción de dicho transporte en Colombia.

Por último, el diseño del estudio será descriptivo ya que se necesita establecer las percepciones específicas que tienen los usuarios de los diferentes medios de transporte urbano presentes en Colombia .

8.3. FUENTES Y TECNICAS UTILIZADAS

Teniendo en cuenta que el proyecto en estudio tiene un alto grado de complejidad debido a que la percepción de los usuarios de transporte en Colombia resulta con una amplia variedad de perspectivas y de información, se decide abordar diferentes fuentes que proporciona la biblioteca de la universidad Icesi, distintas páginas en internet y diferentes investigaciones que ha realizado el gobierno, ya que resultan

bastante precisas y exactas, y nos acercan a la ciudad desde la perspectiva de obras y proyectos en el sector del transporte. Lo anterior con el objetivo de recolectar la mayor cantidad de información precisa y relevante para el desarrollo del proyecto, donde se hace énfasis en datos secundarios, que nos ayudan en la formulación del problema en cuestión, a sugerir tipos de datos que satisfacen nuestras necesidades de información, y en gran medida a servir como fuente de datos comparativos que nos aproximan hacia la percepción de los usuarios de transporte urbano en la capital del Suroccidente Colombiano.

De igual forma se recurre a datos primarios. Como se mencionó anteriormente, se observará detenidamente al consumidor y se realizarán sesiones en profundidad, tanto grupales como individuales.

Estas fuentes generan la posibilidad de estudiar estadísticas y números para determinar el estado actual del transporte en la región, siendo un elemento clave para determinar gran cantidad de aspectos en cuestión del usuario.

8.4. POBLACIÓN Y TAMAÑO DE MUESTRA

Partiendo de que la muestra es la parte o fracción representativa de un conjunto de la población objetivo, que en este caso será de la ciudad de Cali. Esta muestra se calculara utilizando la siguiente fórmula matemática cuando la población es finita:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 * P * Q}{e^2}$$

Donde:

Z: es el nivel de confianza

P: población a favor

Q: Población en contra

e: error de la estimación

n: tamaño de la muestra

Se maneja un nivel de confianza del 95%, el cual nos arroja un margen de error del 5%, el P (población a favor) será de un 90%, un Q (población en contra) del 10% lo que nos da el siguiente resultado:

$$n = \frac{1,96^2 * 0,90 * 0,10}{0,05^2}$$

$$n = 138,29 \cong 138$$

Dado este resultado el tamaño de la muestras para la investigación es de 138 encuestas.

9.DISEÑO DEL CUESTIONARIO

9.1. MODELO DEL CUESTIONARIO



La siguiente encuesta es un trabajo académico llevado a cabo por estudiantes de la Universidad Icesi, con el fin de medir la percepción de los usuarios de transporte urbano en la ciudad de Cali.

Lugar de la encuesta:

Fecha de realización: _____

1. Indique su género

_____ Femenino _____ Masculino

2. Ocupación: _____

3. Edad

_____ 15 a 20 _____ 20 a 25 _____ 25 a 30 Más de 30

4. ¿Posee algún vehículo particular?

_____ Si _____ No

5. ¿Utiliza el transporte público?

_____ Si _____ No

6. ¿Qué tipo de transporte urbano utiliza en mayor medida?

_____ Mio
_____ Taxi
_____ Transporte colectivo
_____ Uber
_____ Transporte informal

7. ¿Cuántas veces por semana utiliza este transporte?

_____ 1 a 2 veces
veces

_____ 3 a 5 veces

_____ Más de 6

8. **¿ Qué tan relevantes son los siguientes aspectos para catalogar el transporte como eficiente o deficiente? (considere como transporte urbano a los taxis, buses, piratas, uber y el MIO) Donde 5 es la calificación más alta**

- | | | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|---|
| a. Tiempo de recorrido | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| b. Comodidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| c. Disponibilidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| d. Seguridad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| e. Costo | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

9. **¿Cómo cree usted que es el transporte urbano en Colombia?**

- _____ Excelente
_____ Bueno
_____ Regular
_____ Malo

10. **Califique de 1 a 5 la calidad del servicio prestado para cada uno de los siguientes tipos de transporte:**

- _____ Mio
_____ Taxi
_____ Transporte colectivo
_____ Uber
_____ Transporte informal

11. **¿ Cree que la calidad del servicio esta ligada a las políticas del gobierno que ha tenido la ciudad de Cali?**

_____ Si _____ No

¿Por qué?

12. **Ante la situación actual del transporte urbano en Cali, indique la opción que considera pertinente:**

- _____ Crear nuevos sistemas de transporte urbano
_____ Mejorar los sistemas actuales de movilidad

_____Otros

¿Por qué?

13. ¿Considera que los nuevos sistemas de transporte como Uber, traen beneficios para la movilidad de los caleños?

_____ Si _____ No

¿Por qué?

14. En general, ¿considera que se mueve con facilidad por la ciudad cuando hace uso del transporte urbano? (incluye Mio, taxi, Uber, transporte colectivo, Informales)

_____ Si _____ No

Gracias por su gran colaboración.

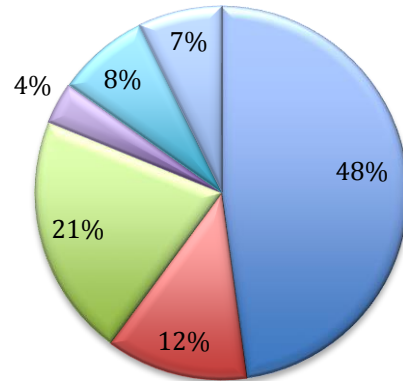
9.2. ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Las encuestas realizadas que tienen como finalidad medir la percepción de los usuarios de transporte urbano en Colombia fueron desarrolladas en un rango de tiempo de octubre 10 al 23 de Octubre de 2016.

ANÁLISIS 1

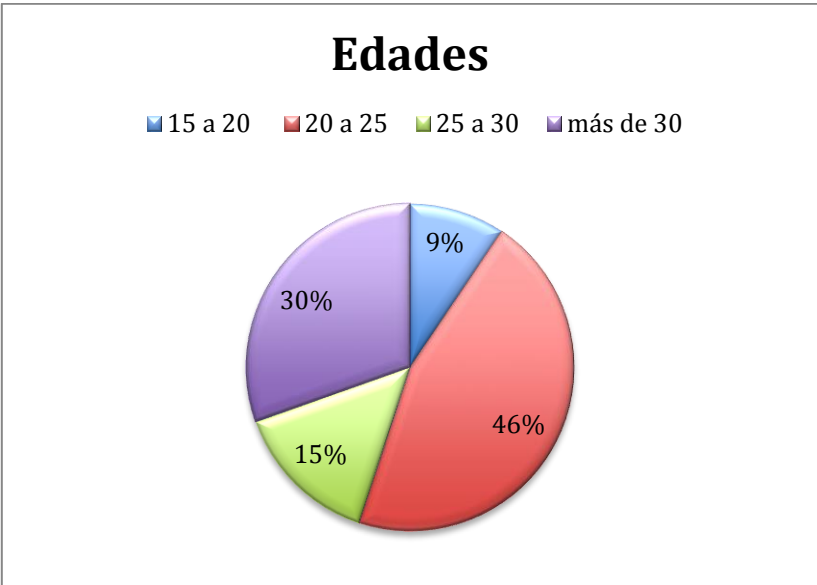
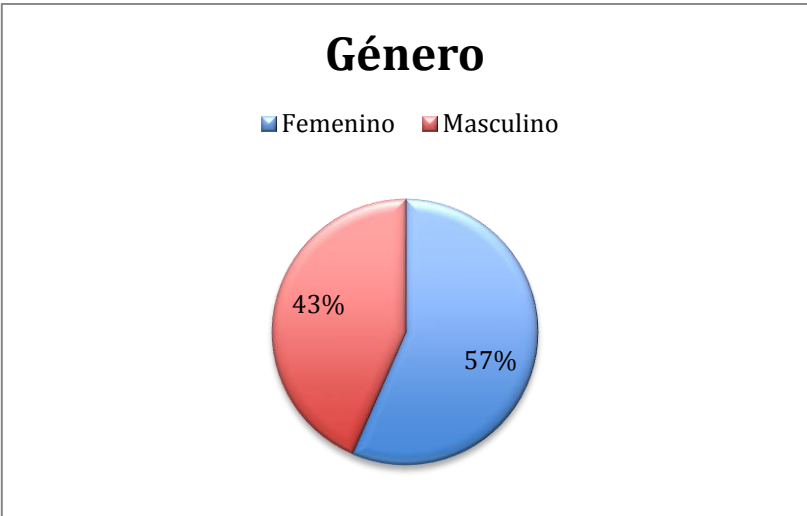
Lugar de realización

■ Calli ■ Casa ■ Universidades ■ Parque del ingenio ■ Estacion del mio ■ Otros



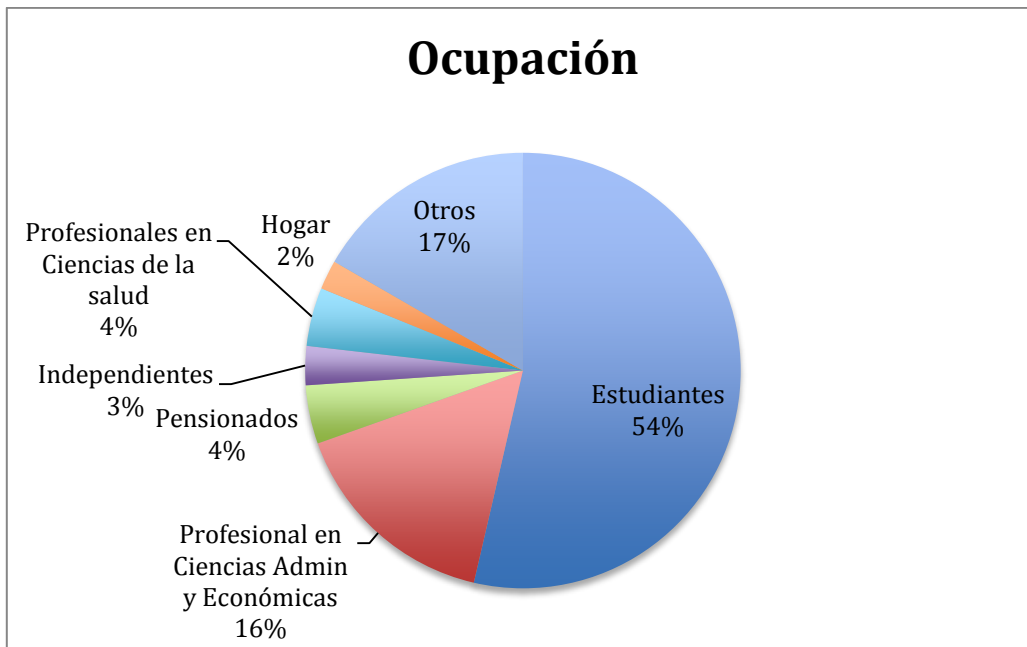
Frente al lugar de realización de las encuestas, se encontró que el 93% de los encuestas se desarrollaron en la ciudad de Cali. Dentro de este porcentaje, se aprecia que el 48% no fue específico en cuanto al lugar, mientras que el 45% restante indicó con precisión el lugar en donde la realizó: universidades 21%, parque del ingenio 4%, estaciones MIO 8% y casa 12%. Por último, el 7% de las encuestas, se llevaron a cabo en otras ciudades representativas del país.

ANÁLISIS 2



En lo referente al género, se puede observar que el 43% de los encuestados fueron hombres y 57% mujeres, es decir, 60 y 78 personas, respectivamente. Por otro lado, si se analiza las edades de las personas encuestadas, 13 personas varían en un rango de edad de 15 a 20 años (con un 9%), 63 personas oscilan entre 20 a 25 años (con un 46%), 20 personas están entre 25 y 30 años (con un porcentaje de 15%) y finalmente, las personas mayores de 30 fueron 42, con un porcentaje del 30%.

ANÁLISIS 3

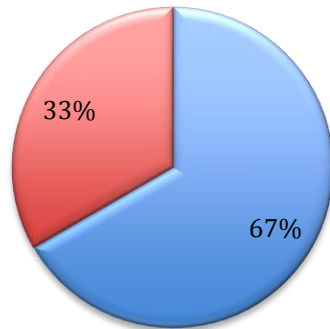


Al analizar la ocupación, se puede observar que la mayoría de encuestados fueron estudiantes, con un porcentaje del 54% del total, equivalente a 74 personas. Por otra parte, el 16% (22 personas) fueron profesionales en ciencias administrativas y económicas, el 4% (6 personas) pensionadas, el 3% (4 personas) independientes, otro 4% (4 personas) profesionales de la salud, el 2% amas de casa y por último, la categoría “otro”, que incluye otras profesiones cuenta con un 17% (con 23 personas).

ANÁLISIS 4

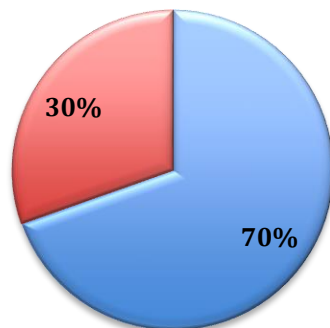
¿Posee algún vehículo particular?

■ Si ■ No



¿Utiliza el transporte público?

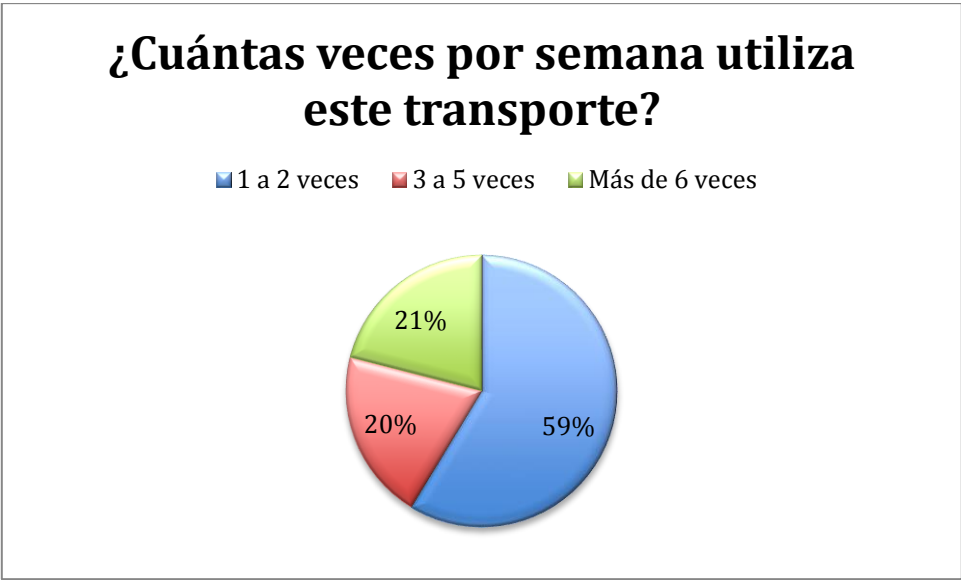
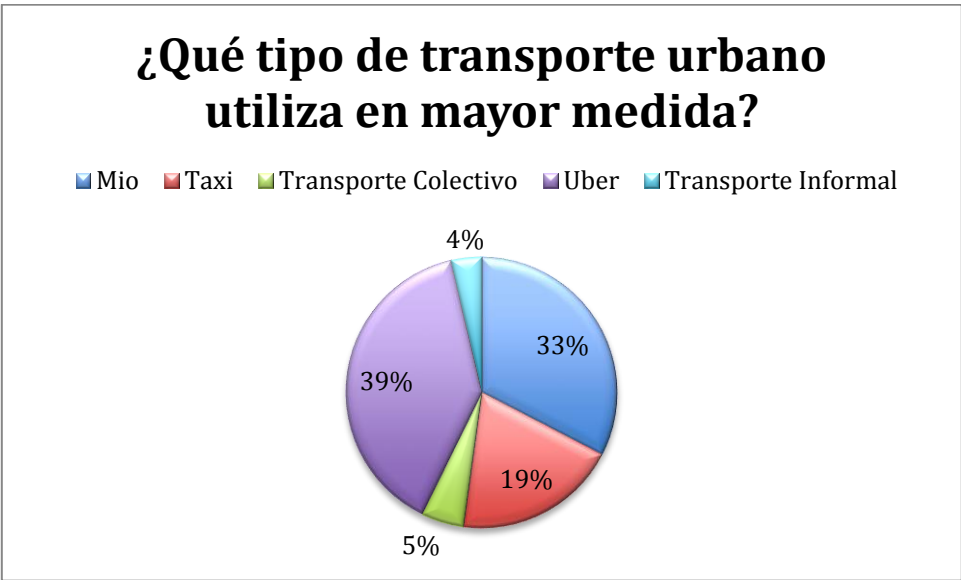
■ Si ■ No



Teniendo en cuenta el gráfico y los datos analizados, se puede observar que gran parte de los encuestados poseen vehículo particular. Esto es evidente, ya que el 67% de los encuestados respondió que si, es decir, 92 personas del total de encuestados tiene carro. El 33% restante no tiene un vehículo particular, por lo cual, son usuarios activos del transporte urbano colombiano.

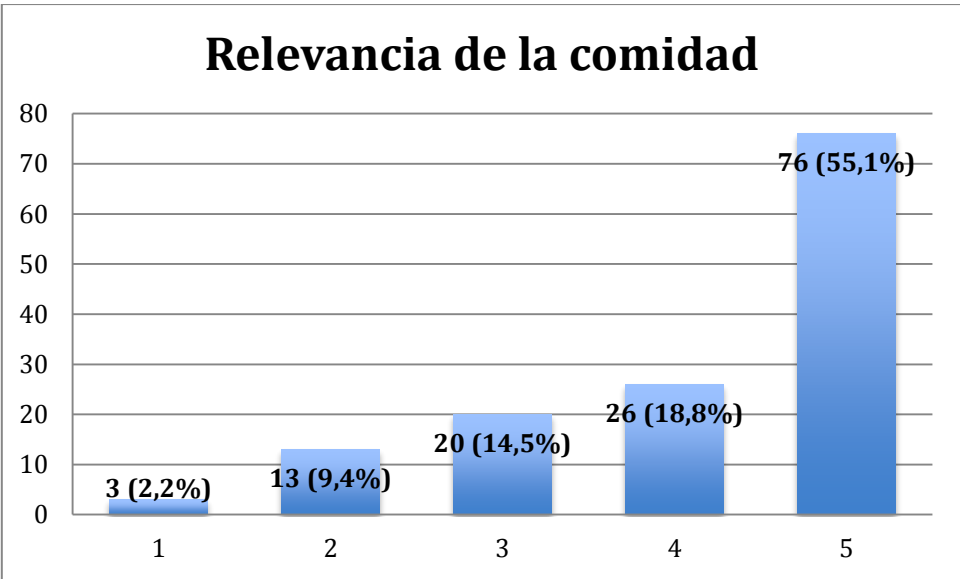
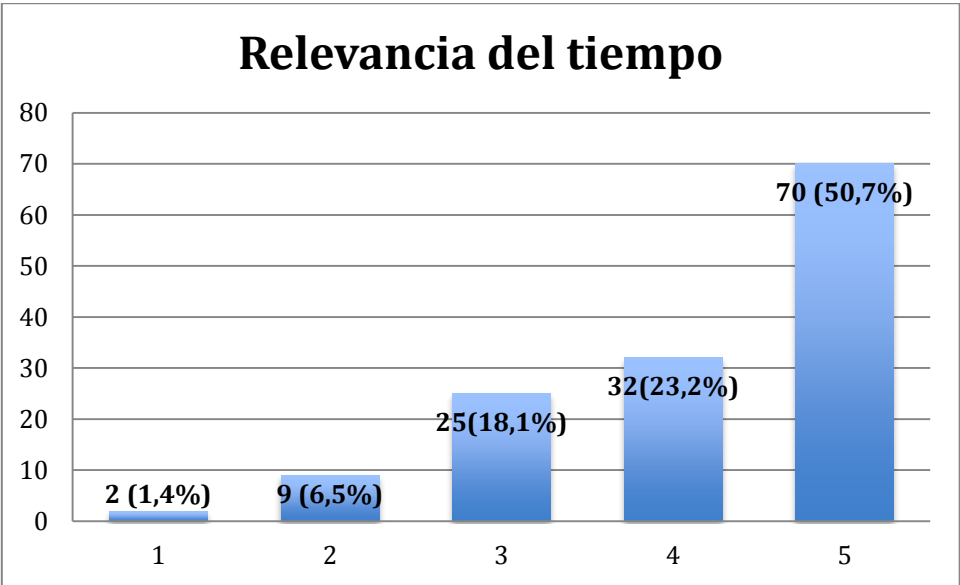
De la misma forma, se pudo evidenciar que la mayoría de personas utilizan el transporte urbano como medio para transportarse en la ciudad, con un 70%, equivalente a 96 personas. El 30% restante de las personas encuestadas no utilizan dichos medios de transporte, es decir, 42 personas del total de encuestadas se movilizan de una manera diferente.

ANÁLISIS 5

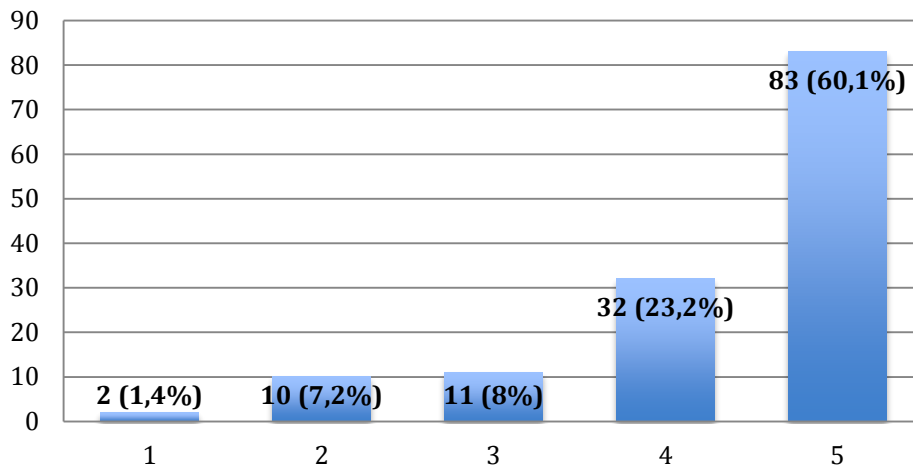


Un 39% de la totalidad de encuestados, utiliza como medio para transportarse a Uber, es decir, 54 del total de encuestados; un 33% se transporta en el sistema de transporte masivo MIO, un 19% en taxi y un 9% en transporte colectivo e informal.

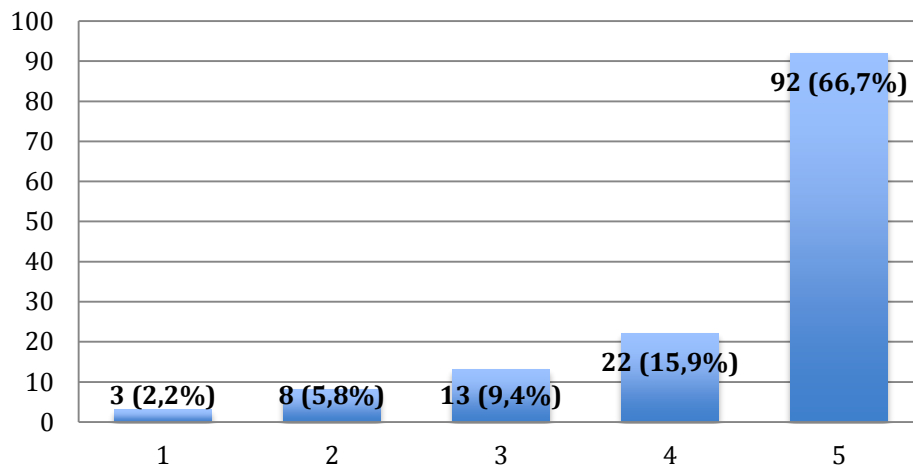
ANÁLISIS 6

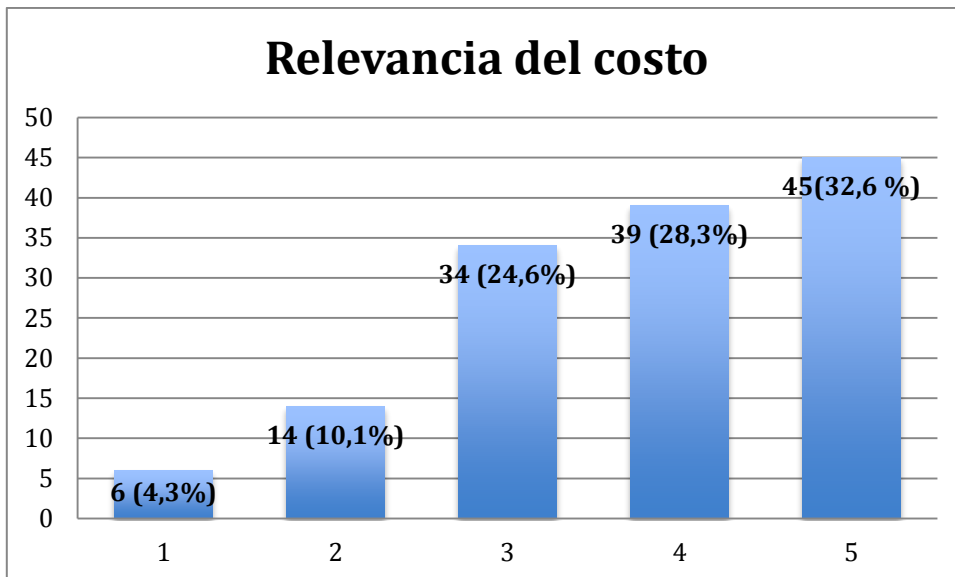


Relevancia de la disponibilidad



Relevancia de la seguridad

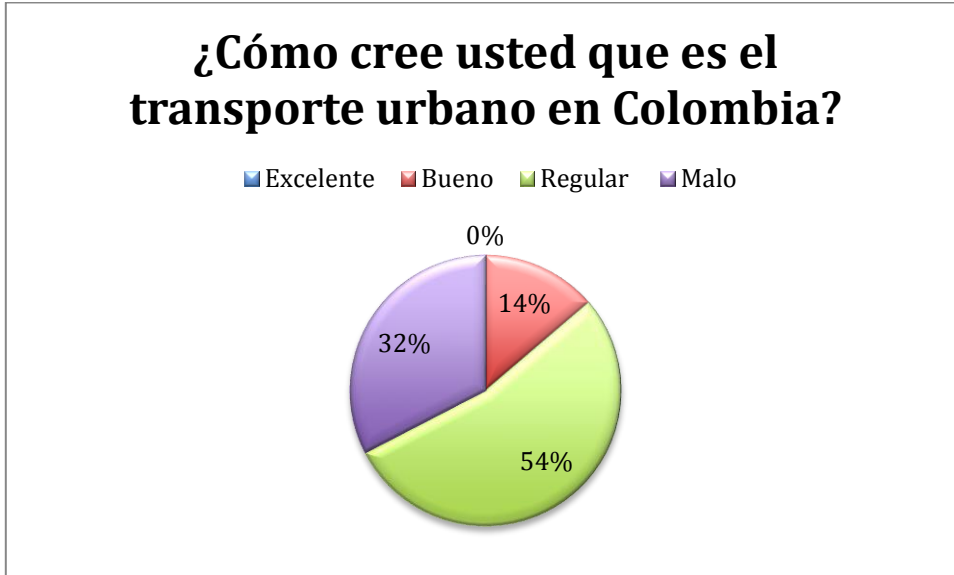




Teniendo en cuenta los resultados de los gráficos anteriores, se ve claramente que el atributo de mayor importancia a la hora de catalogar el servicio de transporte urbano como eficiente o deficiente es la seguridad con un 66,7%, seguida por la disponibilidad con un 60,1 %, la comodidad con un 55,1%, el tiempo y finalmente esta el costo con un 32,6%.

Lo anterior refleja la situación actual que viven los ciudadanos colombianos, los cuales prefieren pagar más por la seguridad.

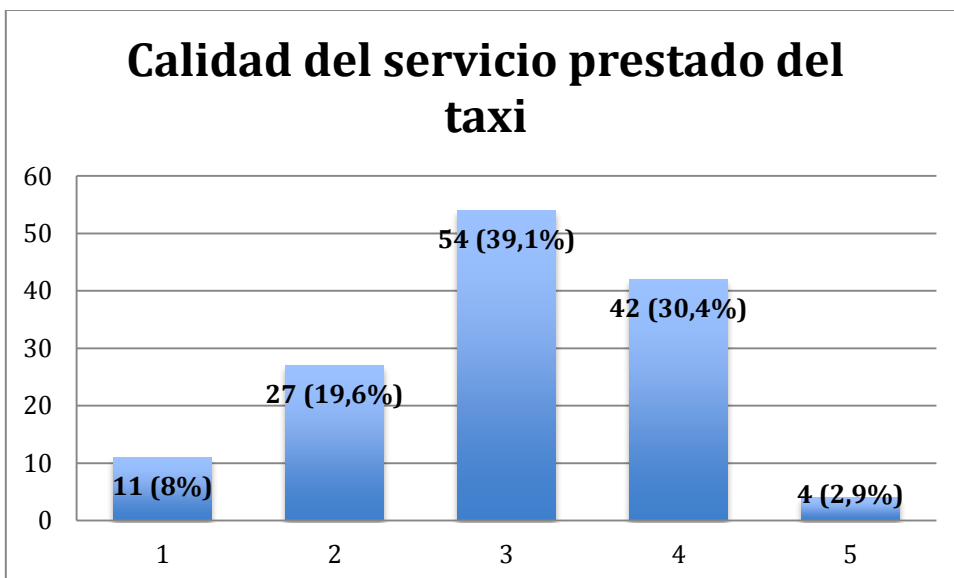
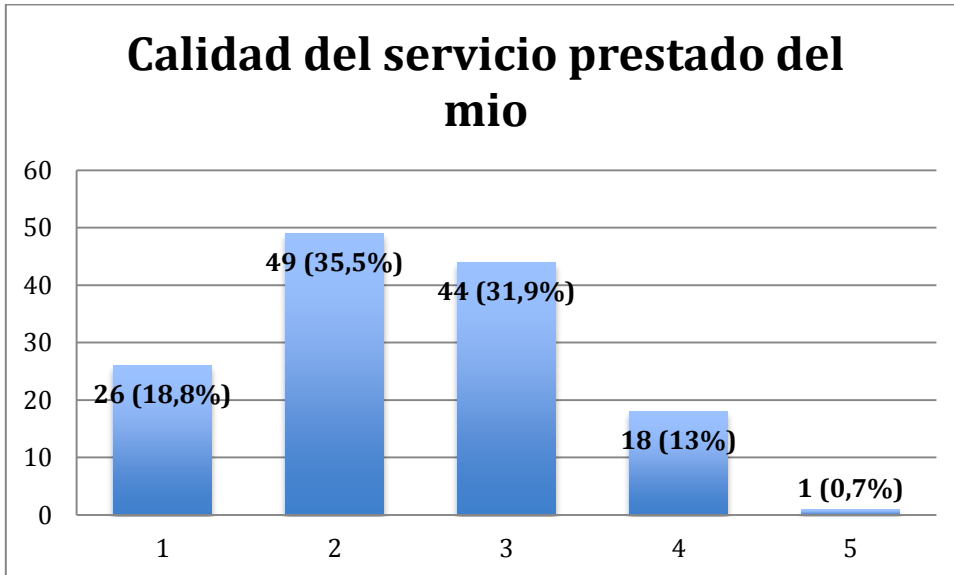
ANÁLISIS 7



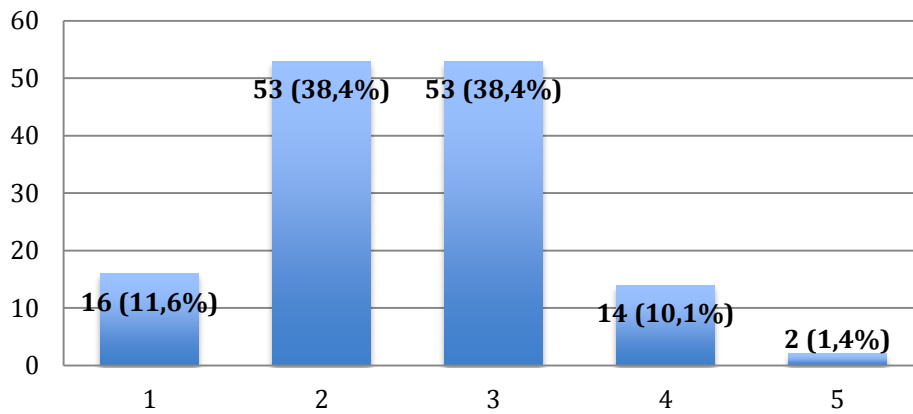
Con esta gráfica, se puede observar algo muy importante. En general los colombianos no están conformes con el servicio de transporte urbano en el país, pues un 54% de los encuestados respondió que percibe dichos medios como regulares, es decir, 74 personas del total de encuestados no están completamente satisfechos. Además, un alto porcentaje (32%) respondió que el servicio es malo, lo que quiere decir que están totalmente insatisfechos con el servicio ofrecido. Por otra parte, solo el 14% restante respondió que el transporte urbano en Colombia es bueno.

Por todo lo anterior, es evidente que existe una falencia inminente en la estructura y administración de los sistemas de medios masivos en Colombia.

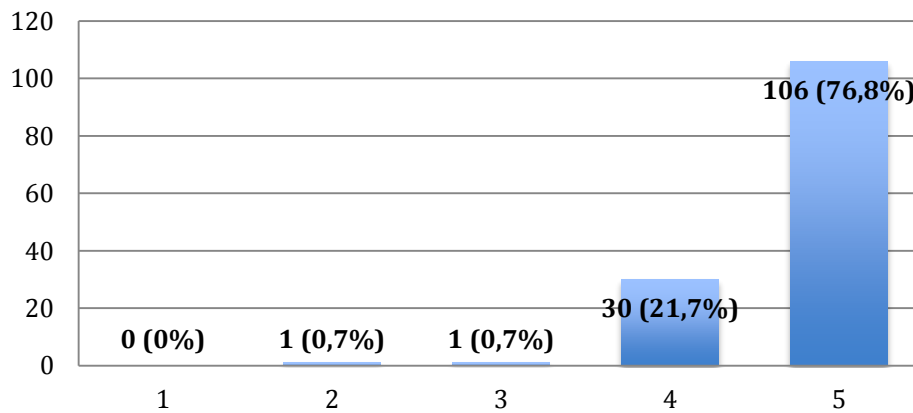
ANÁLISIS 8

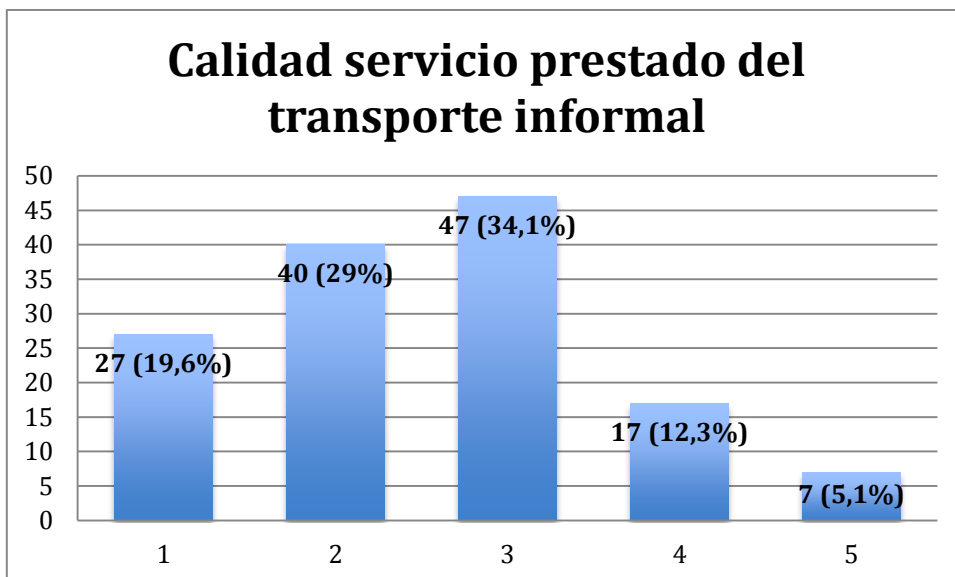


Calidad del servicio prestado por el transporte colectivo



Calidad del servicio prestado de Uber



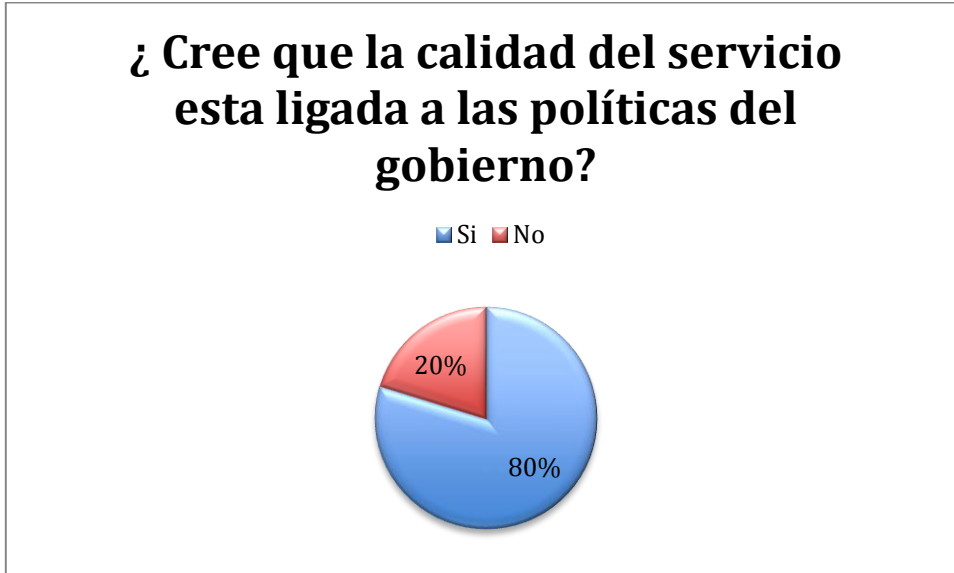


Al realizar un detenido análisis de estas gráficas, se puede observar que Uber es percibido por los usuarios como el servicio de mayor calidad, con una calificación de excelencia por 106 personas, es decir, el 76,8% del total de encuestados afirmaron que este transporte ofrece un servicio de primera clase.

Continuando con este orden, el taxi es el segundo mejor servicio percibido por los usuarios, pues lo catalogan como “bueno” el 30, 4% de los encuestados, es decir, 42 personas del total consideran que ofrece un buen servicio.

Por otra parte, se encuentran los servicios ofrecidos por los buses colectivos y vehículos informales, los cuales son descritos en mayor medida como servicios regularmente malos, pues obtuvieron el 50,0% y 48,6% respectivamente; que representan la inconformidad de los usuarios con estos medios de transporte. Finalmente, el transporte peor catalogado y percibido por los usuarios, es el Mio, pues el 54,3% de las personas encuestadas manifestó que es muy malo. Por lo anterior, es claro que el servicio de transporte masivo Mio no esta funcionando eficientemente, y probablemente necesite de una mejor administración.

ANÁLISIS 9



Después de analizar los resultados obtenidos respecto a esta pregunta, se pudo evidenciar que la mayoría de ciudadanos están de acuerdo en que la calidad del servicio esta ligada a las políticas públicas del gobierno, pues el 80% de los encuestados respondió que si creen que existe una relación entre estas dos variables, es decir, 110 del total de encuestados coincidieron en esto. El 20% restante respondió que no veía una relación existente entre el gobierno y la calidad prestada por el servicio de transporte urbano.

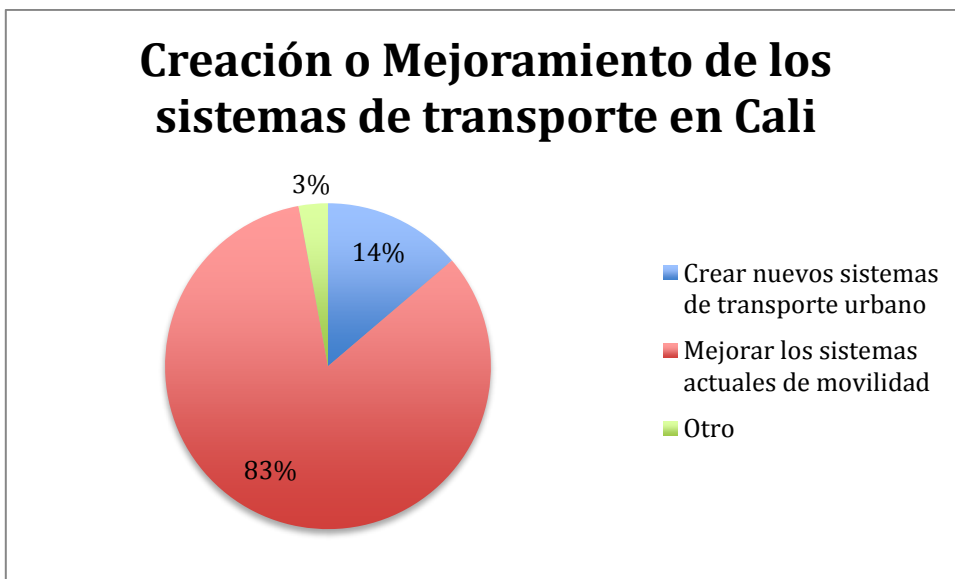
Analizando un poco más, se pudo observar que las personas que relacionaron estas dos variables, tienen diferentes argumentos. A continuación, se mencionarán los más relevantes:

- La calidad del servicio es mala debido a la corrupción del gobierno, ya que el transporte público se ha convertido en un monopolio, donde el gobierno es el que pone las reglas y el único beneficiado.

- El gobierno es el encargado de realizar, supervisar, administrar y controlar las políticas públicas. Además, es el encargado de educar a los Colombianos y crear una cultura para el mejorar el funcionamiento de dicho transporte.
- El gobierno debe invertir en infraestructura vial. No hay suficientes buses ni vías.

Por todo lo anterior, es evidente que existe una inconformidad en cuanto al manejo que el gobierno le ha dado al transporte urbano en Colombia. Los ciudadanos creen que existe una relación directa entre la mala calidad y la mala administración del actual gobierno.

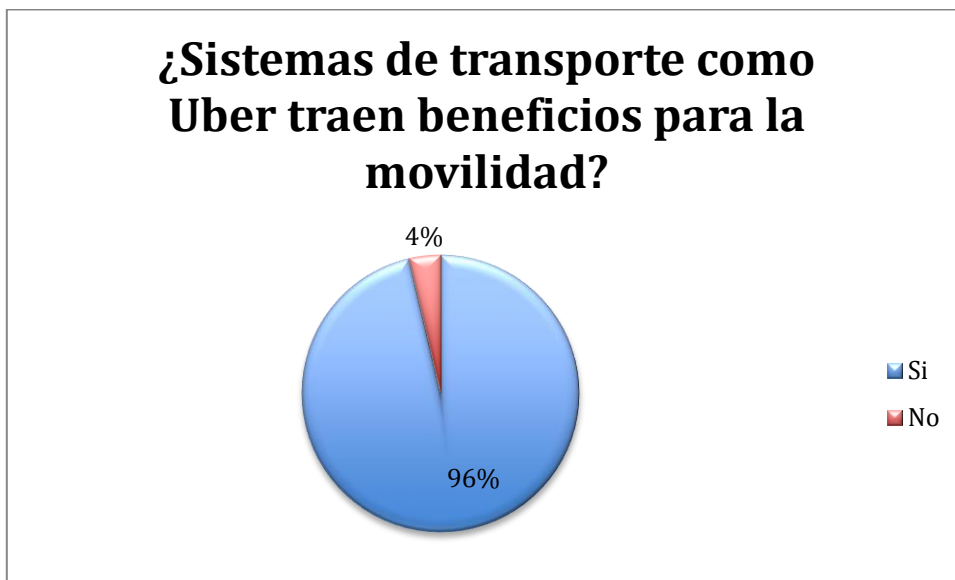
ANÁLISIS 10



Por medio del gráfico, se aprecia como los caleños se inclinan en mayor medida, con un 83% de las respuestas, por mejorar e invertir de forma sustancial en los actuales sistemas de transporte, pues consideran que antes de crear nuevos medios de transporte, se debe optimizar y reparar tantas falencias y deficiencias

que se presentan a nivel de movilidad. Por otro lado, el 14% de los encuestados considera que no son suficientes los sistemas de transporte caleños, y que por tanto, se deben crear nuevos medios de accesibilidad a los diferentes puntos de la ciudad, pues estos no dan abasto para los altos volúmenes de usuarios que se presentan diariamente. Por otro lado, el 4% de la muestra considera que la solución esta más enfocada en el mejoramiento de infraestructura vial de la ciudad, ya que las calles actuales no dan abasto para el alto tráfico de vehículos particulares y públicos, y además, consideran que la solución no es invertir, sino crear estrategias más eficaces y apropiadas para los sistemas de transporte.

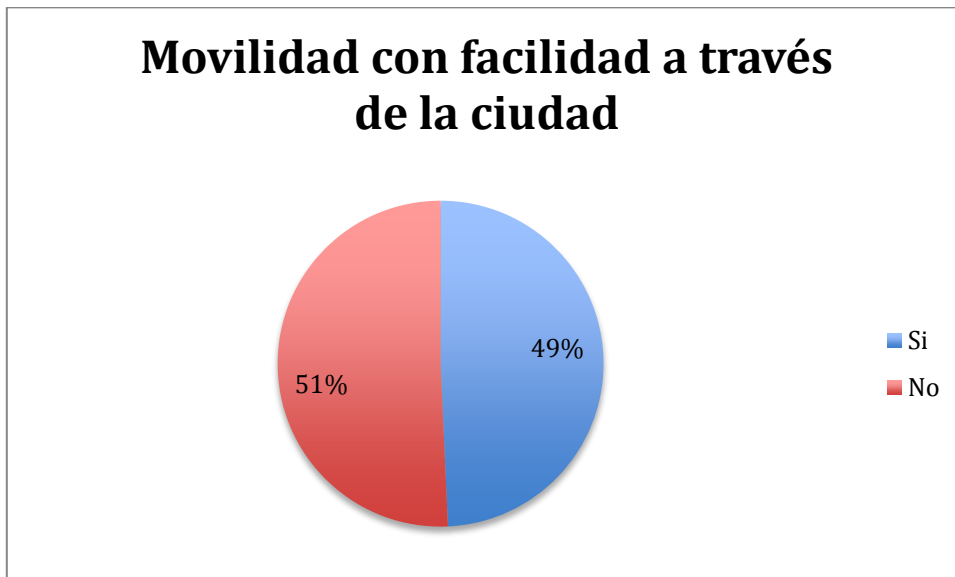
ANÁLISIS 11



Un 96% de la totalidad de encuestados, es decir, 133 personas piensan que sistemas de transporte como Uber traen beneficios para la movilidad de los Colombianos; pues brinda un excelente servicio, cómodo, práctico (posibilidad de pago con tarjeta de crédito), seguro y a un precio razonable. Además, sus trabajadores se caracterizan por ser cultos, amables y muy limpios, lo que le otorga una ventaja competitiva frente a los demás medios de transporte urbano.

Sin embargo, el 4% de los encuestados estuvo en desacuerdo, pues mencionaron que este medio de transporte es excluyente, pues solo tiene en cuenta estratos medio-alto.

ANÁLISIS 12



A través del gráfico, se puede ver que 68 personas, es decir, un 49% del total de encuestados consideran que se mueven con facilidad por la ciudad cuando hacen uso del transporte urbano. Por otra parte, el 51% restante afirmó que no es fácil transportarse por la ciudad por medio de los diferentes transportes urbanos disponibles.

10. ESTRATEGIAS Y TACTICAS

10.1 RECOMENDACIONES

Se encuentra que las características que componen al sistema de transporte en Cali están mediadas esencialmente a partir de las políticas y manejos que da el gobierno de la ciudad, ya que la gran mayoría de los usuarios creen que el gobierno es el encargado de realizar, supervisar, administrar y controlar las políticas públicas. De igual forma, es el encargado de educar a los Colombianos y crear una cultura para el mejorar el funcionamiento de dicho transporte.

Por ende, se recomienda una progresiva administración y gestión frente a las políticas públicas que proporciona el gobierno frente al sector de transporte en la ciudad, ya que se necesita inversión para el mejoramiento de la infraestructura de los sistemas actuales, específicamente en los medios masivos MIO y buses colectivos, pues los usuarios consideran que no es necesario crear nuevos medios de transporte sino mejorar los que están operando. Estas reformas deben estar encaminadas hacia infraestructura, disponibilidad de vehículos, seguridad, tiempo de trayecto y una adecuada red vial.

Otro tema importante de estudio, es fomentar la cultura de los usuarios de transporte en Cali y en el país, ya que es necesario educar a los pasajeros para que el mejoramiento del servicio como tal, prestado por estas empresas, este acompañado por una educación de los usuarios frente a estos medios, donde se busque el cuidado de estos y su participación activa en posibles formas de progreso.

10.2 CONCLUSIONES

Posterior al estudio a fondo de los usuarios de transporte urbano en Colombia, y específicamente en Cali, se encontró una inconformidad marcada en los ciudadanos caleños, debido a un gran número de variables que se van a profundizar en las líneas siguientes.

Como se mencionó anteriormente, en general, los usuarios del transporte urbano catalogaron el servicio ofrecido por dichas empresas como regular o malo, es decir, los consumidores se encuentran totalmente insatisfechos con el servicio suministrado por las empresas de transporte colombianas. Los ciudadanos atribuyen la mala calidad prestada, con las políticas públicas del gobierno, es decir, se piensa que existe una relación directa entre estos dos, y que, por mala administración del Estado y manejo inadecuado del dinero presupuestado, es que el servicio se encuentra en esta situación.

Además, el gobierno es el encargado de realizar, supervisar, administrar y controlar las políticas implementadas y debe educar a los colombianos para crear una cultura que contribuya al buen funcionamiento de dicho transporte. Esto es lo que debería realizar cualquier gobierno, pero, claramente se puede observar que el Colombiano no está cumpliendo con su labor, lo cual repercute en la mala calidad del servicio y en la insatisfacción de sus usuarios.

Por todo lo anterior, es evidente que existe una falencia inminente en la estructura y administración de los sistemas de medios masivos en Colombia, que debe ser tratada y solucionada de inmediato.

11. BIBLIOGRAFIA

Zambrano, D. P. "Piratas de asfalto" una característica del transporte informal y sus formas de organización colectiva en el oriente de cali. Trabajo de grado, Universidad del Valle, ciencias sociales, Santiago de caliz.

Shuttleworth, M. (s.f.). *Explorable*. Obtenido de Explorable:
<https://explorable.com/es/disenio-de-investigacion-descriptiva>

Pensante. (s.f.). *La investigación explicativa, qué es y en qué consiste*. Obtenido de El pensante educacion: <https://educacion.elpensante.com/la-investigacion-explicativa-que-es-y-en-que-consiste/>

Anonimo. (s.f.). *Masivo Integrado de Occidente*. Obtenido de Wikipedia:
https://es.wikipedia.org/wiki/Masivo_Integrado_de_Occidente

Porter, M. E. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Harvard.

Paola, J. (s.f.). Obtenido de Analisis de la competencia y ventaja competitiva:
http://www.academia.edu/5261060/3._ANALISIS_DE_LA_COMPETENCIA_Y_VENTAJA_COMP%C3%89TITIVA

CreceNegocios. (s.f.). *El modelo de las cinco fuerzas de Porter*. Obtenido de CreceNegocios:
<http://www.crecenegocios.com/el-modelo-de-las-cinco-fuerzas-de-porter/>

Dane. *Estadísticas por tema: Transporte*. Encuesta de transporte urbano, Dane, Cali.

País, R. d. (5 de Julio de 2016). *Elpais.com.co*. Obtenido de Cali está 'inundada' de transporte pirata: <http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/cali-esta-inundada-transporte-pirata>

PubliMotos. (2015). *PubliMotos*. Obtenido de La producción y venta de motocicletas en Colombia, alcanzó 632.412 unidades a Diciembre de 2015:
<http://www.publimotos.com/es/index.php/noticias/actualidad/1267-la-produccion-y-venta-de-motocicletas-en-colombia-alcanzo-632-412-unidades-a-diciembre-de-2015>

País, R. d. (6 de Abril de 2015). *Elpais.com.co*. Obtenido de Bicicleta, la opción de movilidad que pide más vías en Cali: <http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/bicicleta-opcion-movilidad-pide-vias-cali>

Yepes, T. (2013). *Integración de los sistemas de transporte urbano en Colombia una reforma en transición*. Claudia Cadena.

Colprensa, E. I. (5 de Abril de 2015). *Elpais.com.co*. Obtenido de Estos son los problemas que padecen los sistemas de transporte masivo del país:
<http://www.elpais.com.co/elpais/cali/noticias/estos-son-problemas-padecen-sistemas-transporte-masivo-pais>