



CARTA DE AUTORIZACIÓN

CÓDIGO

AP-BIB-FO-06

VERSIÓN

1

VIGENCIA

2014

PÁGINA

1 de 1

Neiva, 16 Julio 2021

Señores

CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN

UNIVERSIDAD SURCOLOMBIANA

Ciudad

El (Los) suscrito(s):

Zully Ivette Arujo Herrera , con C.C. No1.075.257.749

Daniel José Espinosa Gómez, con C.C. No. 1.075.296.748

Autor(es) de la tesis y/o trabajo de grado titulado Calidad del servicio del transporte público urbano en la ciudad de Neiva. Presentado y aprobado en el año 2021 como requisito para optar al título de Especialista en Alta Gerencia;

Autorizo (amos) al CENTRO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN de la Universidad Surcolombiana para que, con fines académicos, muestre al país y el exterior la producción intelectual de la Universidad Surcolombiana, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera:

- Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo de grado en los sitios web que administra la Universidad, en bases de datos, repositorio digital, catálogos y en otros sitios web, redes y sistemas de información nacionales e internacionales “open access” y en las redes de información con las cuales tenga convenio la Institución.
- Permita la consulta, la reproducción y préstamo a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato Cd-Rom o digital desde internet, intranet, etc., y en general para cualquier formato conocido o por conocer, dentro de los términos establecidos en la Ley 23 de 1982, Ley 44 de 1993, Decisión Andina 351 de 1993, Decreto 460 de 1995 y demás normas generales sobre la materia.
- Continúo conservando los correspondientes derechos sin modificación o restricción alguna; puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación del derecho de autor y sus conexos.

De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, “Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores”, los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables.

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: _____

EL AUTOR/ESTUDIANTE:

Firma: _____

Daniel Jose Espinosa



CÓDIGO	AP-BIB-FO-07	VERSIÓN	1	VIGENCIA	2014	PÁGINA	1 de 3
---------------	---------------------	----------------	----------	-----------------	-------------	---------------	---------------

TÍTULO COMPLETO DEL TRABAJO: Calidad Del Servicio Del Transporte Público Urbano En La Ciudad De Neiva

AUTOR O AUTORES:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Araujo Herrera Espinosa Gómez	Zully Ivette Daniel José

DIRECTOR Y CODIRECTOR TESIS:

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre

ASESOR (ES):

Primero y Segundo Apellido	Primero y Segundo Nombre
Páramo Morales	Dagoberto

PARA OPTAR AL TÍTULO DE: Especialista en Alta Gerencia

FACULTAD: Economía y Administración

PROGRAMA O POSGRADO: Especialización en Alta Gerencia

CIUDAD: Neiva

AÑO DE PRESENTACIÓN: 2021

NÚMERO DE PÁGINAS: 60

TIPO DE ILUSTRACIONES (Marcar con una X):

Diagramas x Fotografías___ Grabaciones en discos___ Ilustraciones en general___ Grabados___
Láminas___ Litografías___ Mapas___ Música impresa___ Planos___ Retratos___ Sin ilustraciones___ Tablas
o Cuadros x

SOFTWARE requerido y/o especializado para la lectura del documento:

MATERIAL ANEXO:

Vigilada Mineducación

La versión vigente y controlada de este documento, solo podrá ser consultada a través del sitio web Institucional www.usco.edu.co, link Sistema Gestión de Calidad. La copia o impresión diferente a la publicada, será considerada como documento no controlado y su uso indebido no es de responsabilidad de la Universidad Surcolombiana.



PREMIO O DISTINCIÓN (En caso de ser LAUREADAS o Meritoria):

PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS:

<u>Español</u>	<u>Inglés</u>	<u>Español</u>	<u>Inglés</u>
1. Servicio	Service	6. ServQual	ServQual
2. Calidad	Quality	7. _____	_____
3. Expectativa	Expectation	8. _____	_____
4. Percepción	Perception	9. _____	_____
5. Satisfacción	Satisfaction	10. _____	_____

RESUMEN DEL CONTENIDO: (Máximo 250 palabras)

En el presente trabajo de investigación, se realiza una aproximación a las expectativas y a la percepción que los habitantes de la ciudad de Neiva tienen sobre el servicio de transporte público Urbano (TPU) aplicando los parámetros metodológicos del modelo SERVQUAL, utilizado para medir la calidad de los servicios que ofrece una organización. El modelo SERVQUAL mide a las organizaciones y su calidad mediante diversas dimensiones entre las cuales se identifican: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Estas dimensiones fueron aplicadas, midiendo la prestación del servicio de transporte público urbano por parte de las 5 empresas que funcionan en la ciudad. Para lo cual se utilizó una muestra aleatoria simple de 96 usuarios de una población finita. Se aplicó la técnica de encuesta utilizando el modelo SERVQUAL adaptada al transporte de pasajeros; midiendo 22 indicadores relacionados a las dimensiones mencionadas, en la escala de Likert con 5 niveles para saber el grado de acuerdo o desacuerdo de los usuarios frente al servicio que esperan y el servicio que perciben.

Se obtiene un puntaje promedio de percepciones 3,28 en comparación a lo esperado (expectativas) con 4,22 pts, determinando que las empresas de transporte de la ciudad de Neiva están prestando una calidad del servicio aceptable, pero lejos de los ideales de los usuarios.



ABSTRACT: (Máximo 250 palabras)

In this research work, an approach is made to the expectations and perception that the inhabitants of the city of Neiva have about the Urban Public Transportation (TPU) service, applying the methodological parameters of the SERVQUAL model, used to measure the quality of the services offered by an organization. The SERVQUAL model measures organizations and their quality through various dimensions among which are identified: reliability, responsiveness, safety, empathy and tangible elements.

These dimensions were applied, measuring the provision of urban public transport services by the 5 companies operating in the city. A simple random sample of 96 users from a finite population was used. The survey technique was applied using the SERVQUAL model adapted to passenger transportation; measuring 22 indicators related to the mentioned dimensions, on a Likert scale with 5 levels to know the degree of agreement or disagreement of the users regarding the service they expect and the service they perceive.

An average perceptions score of 3.28 is obtained in comparison to the expected (expectations) with 4.22 points, determining that the transportation companies in the city of Neiva are providing an acceptable quality of service, but far from the users' ideals.

APROBACION DE LA TESIS

Nombre Presidente Jurado: Elías Ramirez Plazas

Firma: _____

Calidad del servicio del transporte público urbano en la ciudad de Neiva

Zully Ivette Araujo Herrera

Daniel José Espinosa Gómez

Universidad Surcolombiana

Faculta de Economía y Administración

Especialización en Alta Gerencia

Neiva

2021

Calidad del servicio del transporte público urbano en la ciudad de Neiva

Zully Ivette Araujo Herrera

Daniel José Espinosa Gómez

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de Especialista en Alta
Gerencia

Asesor

Dagoberto Páramo Morales

PhD en Ciencias Económicas y Sociales con Énfasis en Gestión de Empresas

Universidad Surcolombiana

Faculta de Economía y Administración

Especialización en Alta Gerencia

Neiva

2021

Nota de aceptación

Presidente

Jurado

Jurado

Neiva, 16 de julio de 2021

Dedicatoria

A Dios

Ya que gracias a él he logrado culminar mis estudios con éxito.

A mi Madre

Siempre ha estado a mi lado brindándome amor, apoyo y consejos para hacer de mí una mejor persona.

A mi Esposo

Por mostrarme el camino hacia la superación, brindarme confianza y permitirme aprender más de la vida a su lado Te amo.

Zully Ivette Araujo Herrera

A Dios

Por guiarme en cada paso que doy.

A mi Padre y Madre

Por ser mi apoyo incondicional y forjarme como la persona que soy.

A mi Esposa

Por acompañarme en cada proceso y etapa de mi vida.

Daniel Jose Espinosa Gómez

Contenido

	pág.
Introducción	13
Planteamiento del Problema	14
Antecedentes	16
Nacionales.	16
Justificación.....	19
Alcance.....	20
Limitaciones	20
Pregunta de Investigación	20
Objetivos	21
General	21
Específicos	21
Marco Teórico.....	22
Teoría de Calidad	22
Teoría de Servicio	22
Características de los servicios.	23
Calidad de servicio	24
Expectativa.	24
Percepción.	24
Modelos para la medición de calidad en servicios	25
Parasuraman, Zeithaml y Berry - Modelo SERVQUAL.....	25
El modelo SERVPERF.....	27
El modelo del desempeño evaluado.	28
El modelo de la calidad normalizada.....	29
Metodología	30
Instrumento: Cuestionario SERVQUAL.....	30
Selección de la muestra y población	31
Técnicas e Instrumentos de recolección de datos.....	32
Análisis de resultados	34
Género.	39
Edad.	39
Análisis por dimensiones	41
Elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva .41	
Fiabilidad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva	42

Capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva	43
Seguridad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva	44
Empatía de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva	45
Análisis de dimensiones por empresas	47
Empresas de transporte que usan los usuarios	47
Conclusiones	51
Recomendaciones	53
Referencias.....	55
Anexos	57

Ilustraciones

Ilustración 1. Problemática del transporte público urbano de pasajeros.....	15
Ilustración 2. Dimensiones del modelo ServQual (1985).....	26
Ilustración 3. Cinco dimensiones (1988). Parasuraman, Zeithaml & Berry	27
Ilustración 4. Dimensiones de la calidad del servicio según el modelo SERVQUAL	31

Lista de Gráficas

Grafica 1. Esquema radial pentágono de promedios por dimensiones	37
Grafica 2. Estado civil (Percepción y Expectativa)	38
Grafica 3. Género (Percepción y Expectativa)	39
Grafica 4. Edad (Percepción y Expectativa)	39
Grafica 5. Elementos tangibles (Expectativa y Percepción)	41
Grafica 6. Fiabilidad de los servicios (Expectativa y Percepción)	42
Grafica 7. Capacidad de Respuesta (Expectativa y Percepción)	43
Grafica 8. Seguridad de los servicios (Expectativa y Percepción)	44
Grafica 9. Empatía de los servicios (Expectativa y Percepción)	45
Grafica 10. Empresas de transporte que usan los usuarios	47

Tablas

Tabla 1. Escala Likert de cinco puntos	33
Tabla 2. Conversión de puntuación escala Likert.....	34
Tabla 3. Resultados del promedio general de Percepción y Expectativa	35
Tabla 4. Análisis de brechas por dimensiones para Coomotor.....	48
Tabla 5. Análisis de brechas por dimensiones para Cootranshuila.....	48
Tabla 6. Análisis de brechas por dimensiones para Autobuses	49
Tabla 7. Análisis de brechas por dimensiones para Flota Huila	49
Tabla 8. Análisis de brechas por dimensiones para Cootransneiva.....	50

Lista de Anexos

Modelo de cuestionario 1. Expectativas del modelo SERVQUAL	57
Modelo de cuestionario 2. Percepciones del modelo SERVQUAL	59

Resumen

En el presente trabajo de investigación, se realiza una aproximación a las expectativas y a la percepción que los habitantes de la ciudad de Neiva tienen sobre el servicio de transporte público Urbano (TPU) aplicando los parámetros metodológicos del modelo SERVQUAL, utilizado para medir la calidad de los servicios que ofrece una organización. El modelo SERVQUAL mide a las organizaciones y su calidad mediante diversas dimensiones entre las cuales se identifican: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles.

Estas dimensiones fueron aplicadas, midiendo la prestación del servicio de transporte público urbano por parte de las 5 empresas que funcionan en la ciudad. Para lo cual se utilizó una muestra aleatoria simple de 96 usuarios de una población finita. Se aplicó la técnica de encuesta utilizando el modelo SERVQUAL adaptada al transporte de pasajeros; midiendo 22 indicadores relacionados a las dimensiones mencionadas, en la escala de Likert con 5 niveles para saber el grado de acuerdo o desacuerdo de los usuarios frente al servicio que esperan y el servicio que perciben.

Se obtiene un puntaje promedio de percepciones 3,28 en comparación a lo esperado (expectativas) con 4,22 ptos, determinando que las empresas de transporte de la ciudad de Neiva están prestando una calidad del servicio aceptable, pero lejos de los ideales de los usuarios.

Palabras clave: Servicio, calidad, expectativas, percepción, satisfacción, SERVQUAL.

Abstract

In this research work, an approach is made to the expectations and perception that the inhabitants of the city of Neiva have about the Urban Public Transportation (TPU) service, applying the methodological parameters of the SERVQUAL model, used to measure the quality of the services offered by an organization. The SERVQUAL model measures organizations and their quality through various dimensions among which are identified: reliability, responsiveness, safety, empathy and tangible elements.

These dimensions were applied, measuring the provision of urban public transport services by the 5 companies operating in the city. A simple random sample of 96 users from a finite population was used. The survey technique was applied using the SERVQUAL model adapted to passenger transportation; measuring 22 indicators related to the mentioned dimensions, on a Likert scale with 5 levels to know the degree of agreement or disagreement of the users regarding the service they expect and the service they perceive.

An average perceptions score of 3.28 is obtained in comparison to the expected (expectations) with 4.22 points, determining that the transportation companies in the city of Neiva are providing an acceptable quality of service, but far from the users' ideals.

Key words: Service, quality, expectations, perception, satisfaction, SERVQUAL

Introducción

El problema de movilidad que hay en la ciudad de Neiva no es fácil de solucionar, ya que es de tipo estructural y por lo tanto necesita de soluciones concretas por parte de las autoridades del municipio para fortalecer las empresas de transporte público urbano que actualmente operan en la ciudad. En el año 2002, el Consejo Nacional de Política Económica y Social (CONPES), discutió y firmó el CONPES 3167, el cual dio las bases para el desarrollo, planificación y reorganización en el transporte y la movilidad en la ciudad. En dicho CONPES 3167, se determina la necesidad de que ciudades intermedias como Neiva cuente con un sistema estratégico de transporte público.

El trabajo está compuesto de un proyecto aplicado de tipo descriptivo con enfoque cuantitativo, inclinado a analizar la percepción del usuario respecto a la calidad del servicio de las 5 empresas de transporte público urbano de la ciudad de Neiva ofrecido por Coomotor, Cootranshuila, Flota huila, Autobuses y Cootransneiva mediante una adaptación del modelo ServQual, en el año 2021.

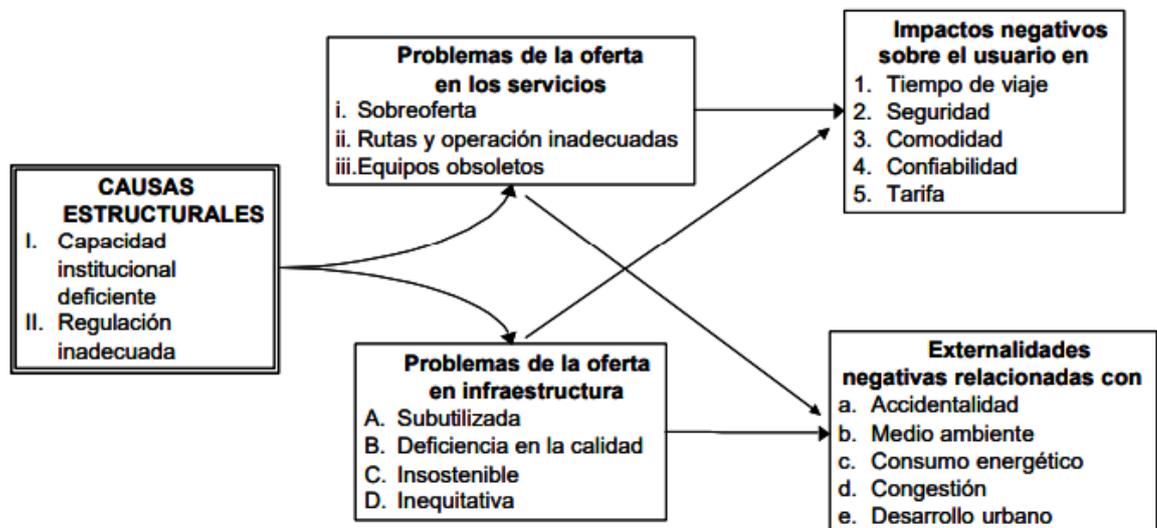
El documento aborda el desarrollo del modelo adaptado al servicio de transporte abordando cinco objetivos específicos orientados a identificar las expectativas y percepciones de los usuarios en las dimensiones de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles, lo que nos generó información sobre algunas medidas de mejora organizacional que el servicio de transporte necesita.

Planteamiento del Problema

El proceso de urbanización en Colombia, entendido como el aumento de la proporción urbana frente al total de la población, ha sido muy acelerado. La proporción de población residente en cabeceras municipales del país se multiplicó por doce al pasar de dos millones y medio en 1938 a 31,5 millones en 2005 (Universidad Externado de Colombia, 2007). Lo cual exige que se desarrollen nuevas capacidades para una adecuada prestación de servicios a los ciudadanos, en el caso de transporte, a medida que va creciendo la ciudad en superficie y en número de usuarios, el número de viajes aumenta. Requiriendo que los sistemas de transporte urbano brinden una solución a la necesidad de movilidad en el área considerada.

La preponderancia del uso del transporte público urbano de pasajeros (entre el 65 y 85% de los viajes motorizados) no ha sido suficiente para cambiar la fuerte tendencia al deterioro de la calidad del servicio prestado en las últimas décadas. El comportamiento del transporte público tiene una estrecha relación con los demás modos de transporte y el uso del suelo en las ciudades, se puede afirmar que las principales manifestaciones de las fallas del sector, relacionadas con la oferta de servicios e infraestructura, se reflejan fundamentalmente en los impactos negativos sobre los usuarios y las externalidades generadas por su funcionamiento. Y estas fallas a su vez se desprenden de fallas estructurales. (Departamento Nacional de Planeación, 2002)

Ilustración 1. Problemática del transporte público urbano de pasajeros



Fuente: DNP (2002)

Los usuarios son afectados en forma directa al tener mayores tiempos de viaje, menor seguridad, comodidad, confiabilidad y tarifas altas. Esta tendencia puede generalizarse a las principales ciudades de Colombia, de las cuales Neiva, Huila, presenta la misma tendencia.

Neiva, es una ciudad intermedia de Colombia, con cerca de 500.000 habitantes, que presenta problemáticas en la prestación de su servicio en el transporte público urbano, al igual que la gran mayoría de ciudades intermedias en Colombia, cuyos problemas se relacionan con fallas estructurales que se reflejan en la sobreoferta, superposición y concentración, ineficiencia, entre otros, que han causado un deterioro acelerado del servicio, y por lo tanto la pérdida masiva de usuarios del servicio, cambiando sus preferencias a otros tipos de servicios tales como el mototaxismo el cual para el 2021 cuenta con más 1.200 moto trabajadores los cuales se tienen caracterizados por la administración para buscarles un camino a un empleo formal. (Opanoticias, 2021)

En Neiva, los colectivos de transporte urbano han pasado de transportar 24.655 pasajeros al mes a 10.214, lo que supone una caída del 58,6% en el número de pasajeros transportados entre 2019 y 2020 (DANE, 2021). Actualmente hay un total de 39 rutas en funcionamiento, con las cuales alcanza una cobertura del 75% teniendo en cuenta el

crecimiento que ha tenido la ciudad en los últimos años y que, desde hace más de 10 años, no se crean rutas nuevas. (Oficina de Comunicaciones Alcaldía de Neiva, 2020).

En el municipio de Neiva se encontró una entidad descentralizada llamada SETP TRANSFEDERAL S.A.S, la cual ha estado encargada de planear, coordinar, socializar, gestionar y desarrollar la implementación de los estudios CONPES los cuales declararon la importancia estratégica de un proyecto de sistema estratégico de Transporte Público del Municipio de Neiva que permita un avance en la movilidad.

Antecedentes

Se ha encontrado algunos trabajos relacionados al tema de nuestro interés investigativo tales como:

Nacionales.

✚ (Carranza, Herrera, & Santiago, 2018) Caracterización de la Calidad del sistema de transporte urbano a través del modelo ServQual en la ciudad de Santa Marta. Santa Marta, Magdalena. Se trata de un trabajo de Grado para optar por el título de administrador de empresas de la Universidad del Magdalena. Este estudio se enfocó en conocer la percepción de los usuarios comunes del STU de la ciudad de Santa Marta bajo el modelo ServQual de Zeithaml, Parasuraman & Berry en 1988, donde permitió identificar los niveles de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles del servicio de transporte; dando como resultado una radiografía de algunas medidas de mejora organizacional que el servicio de transporte necesitaba.

Se aplicaron 783 encuestas sobre las que se hicieron 28 preguntas distribuidas en 8 bloques, que iban desde identificación socioeconómica del encuestado, hasta la medición de seguridad en buses del STU. La encuesta de percepción se enfocó en habitantes de la ciudad de Santa Marta, específicamente en los barrios aledaños al Centro comercial Buena Vista,

avanzando la avenida del Libertador hasta la Av. del Ferrocarril, incluyendo la Carrera Primera, Carrera 22, el barrio Concepción, El Parque, la Av. de Santa Rita y el barrio Taganga.

La técnica de muestreo utilizada fue de un diseño muestral aleatorio simple M.A.S tomando como población a 482.721 habitantes del cual se extrajo una muestra representativa para el estudio de 783 encuestas.

El estudio confirmó que dentro de los elementos tangibles es inaceptable para la gran parte de encuestados tener espacios tan reducidos para prestar el servicio de transporte dado que los niveles de ventilación que se requieren para una ciudad que pasa los 35° deben ser mejor acondicionados por el parque automotor. En cuanto a la fiabilidad los resultados indican que 24 minutos en una buseta es un real retraso para dirigirse a los lugares de trabajo. Avanzando a la capacidad de respuesta se obtuvo un punto a favor con el STU considerando que la frecuencia con que pasan los buses es óptima a las necesidades de los ciudadanos. En cuanto a la seguridad la percepción de los usuarios es mala con tendencias a calificaciones de pésima resaltando que es importante la capacitación oportuna para los conductores. Finalmente, con la empatía se percibe un resultado regular ya que se considera un trato distante con el conductor diferente al que se mantiene con el auxiliar del conductor quien es la persona que crea mañas para cobrar a los pasajeros fomentando riñas o desacuerdos.

Este trabajo se relaciona con la investigación en curso ya que propone conocer la percepción de los usuarios que utilizan el STU mediante la implementación del modelo ServQual para determinar la calidad de los servicios prestados y además la complementamos también con las expectativas del usuario que utiliza el STU en la ciudad de Neiva.

✚ (Londoño Botero & Triana Restrepo, 2020) Análisis de la calidad percibida mediante la aplicación del modelo ServQual en la Empresa de transportes del Quindío. Valores Corporativos. Santiago de Cali. Valle del Cauca. Este estudio tuvo como objetivo analizar el nivel de calidad del servicio en la empresa Transportes del Quindío S.A que se dedicaba a la

prestación de servicios de transporte de carga a nivel nacional. La investigación se realizó en 4 etapas. Primera etapa de diagnóstico, seguido con la elaboración del instrumento de medición, luego un análisis de brechas por dimensiones ponderadas y finalmente se propuso un plan de acción.

El modelo implementado está basado en 5 dimensiones donde fue evaluada la calidad del servicio en las empresas del Quindío. De acuerdo con los resultados, se logró afirmar que la herramienta de medición fue efectiva y confiable, y su coeficiente α de Cronbach fue mayor a 0.7, lo que a su vez logró determinar la percepción de los clientes. La calidad del servicio brindado por Transportes del Quindío fue de 3.423 lo que resultó aceptable, pero, aun así, lejos del valor ideal de la empresa, que es el puntaje más alto de 5, lo que indicó que existe cierto grado de insatisfacción con cada dimensión de la evaluación del cliente. Los análisis de los PQRs arrojaron que la tipología con más casos relacionados fue el Recurso Humano.

✚ (Rodriguez Calderon, 2020) Percepción del usuario respecto a la calidad del servicio ofrecido por el Sistema Integrado de Transporte Masivo Transcaribe de la ciudad de Cartagena mediante una adaptación del modelo ServQual. Bogotá DC. La investigación fue aplicada bajo un estudio de tipo descriptivo con enfoque mixto, método analítico y cuantitativo. El modelo ServQual fue el instrumento de recolección de datos utilizado donde se buscó medir la calidad del servicio, mediante las expectativas y percepciones de 96 usuarios que participaron en el estudio, en base a cinco (5) dimensiones, que fueron; dimensión de fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía, y elementos tangibles.

Para el desarrollo se realizó una labor de investigación de campo en las 17 estaciones de servicio y en patio portal del SITM Transcaribe ubicadas en la ciudad de Cartagena, Bolívar. Para el cálculo de la población objeto de estudio (POE), se tuvo en cuenta el número de usuarios que diariamente en promedio moviliza Transcaribe, corresponde a cien mil (100.000) personas aproximadamente. Se concluyó del primer objetivo que El SITM Transcaribe a pesar de estar

solo operando en un 50% de su capacidad, la prestación de su servicio cumple a la fecha con todos los requisitos mínimos. Luego como segundo objetivo analizando cada dimensión del modelo ServQual se concluyó que la calidad del servicio alcanza a ser positiva en 3.19 puntos, sin embargo, este resultado permite concluir que aún faltan muchos atributos del servicio que no son lo suficientemente buenos para llenar todas las expectativas de los usuarios del SITM. Transcribe y en parte los resultados acontecen a que no se opera al 100% de la capacidad. Finalmente, como tercer objetivo se definieron recomendaciones para mejorar la calidad en el servicio integrando otras formas de movilidad ecológicas convirtiéndose éstas en un sistema de financiamiento que añaden valor al servicio sin inversiones exageradas.

Justificación

El desarrollo de la conectividad y competitividad en el transporte contribuye al desarrollo del país por lo que la movilidad es fuente vital de cada ciudad y su población, facilitando el llegar al trabajo, participar en actividades culturales y sociales, acceder a bienes y servicios públicos (Odebrecht, 2017). El servicio de transporte público tiene un objetivo clave y es el de lograr la equidad. Es la base para vivir una vida digna, es un derecho humano. Por tanto, resulta importante saber cómo los usuarios de transporte público urbano definen el servicio ofrecido para generar cambios al interior de las organizaciones, debido a que les permitirá tomar decisiones dirigidas a mejorar en aspectos tan importantes como la competitividad, innovación y optimización de procesos y recursos.

La aplicación del modelo permitirá evaluar la calidad del servicio actual y detectar brechas en la calidad del servicio (percepción y expectativa) que pueden ser utilizadas como base posteriormente para un seguimiento continuo en el que se pueda estudiar la evolución o mejora del servicio a través del tiempo. Así mismo, permitirá promover acciones para satisfacer al cliente, aumentando las ganancias, la participación del mercado y estimulando la fidelización de los usuarios.

Alcance

La investigación se aplicará a los usuarios que hacen uso del servicio de Transporte Público Urbano en la ciudad de Neiva, los cuales se han de seleccionar al azar durante la utilización del servicio y han de participar de manera voluntaria en la investigación. La investigación se enfocará en las 5 empresas de transporte público urbano formales, con quienes el municipio de Neiva tuvo Contratos de Concesión vigentes y se encontraron bajo la fiscalización de la autoridad competente.

Limitaciones

La principal limitación estará dada por las medidas de prevención contra el Covid-19. De igual manera la disposición de los usuarios de TPU al momento de responder la encuesta, debido al tiempo para su aplicación, por lo que se plantea identificar a la persona, contarle respecto al proyecto, enviarle la encuesta a su WhatsApp o ir respondiendo junto a la persona en el trayecto que tengan.

Pregunta de Investigación

¿Cuál es la relación que existe entre las dimensiones del modelo SERVQUAL y la calidad del servicio de Transporte Público Urbano prestado en la ciudad de Neiva?

Objetivos

General

Determinar la calidad en los servicios de las empresas de transporte público urbano en la ciudad de Neiva.

Específicos

Identificar las percepciones y expectativas respecto a los elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva aplicando el modelo SERVQUAL.

Identificar las percepciones y expectativas respecto a la confiabilidad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva aplicando el modelo SERVQUAL.

Identificar las percepciones y expectativas respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva aplicando el modelo SERVQUAL.

Identificar las percepciones y expectativas respecto a la seguridad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva aplicando el modelo SERVQUAL.

Identificar las percepciones y expectativas respecto a la empatía de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva aplicando el modelo SERVQUAL.

Marco Teórico

Teoría de Calidad

Hay diversas definiciones de calidad, de las más importantes que se pueden encontrar a (Ishikawa, 1986), quien indicó que la calidad consiste en libertad después de las deficiencias. En general, calidad significa calidad del producto, más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, es decir, la calidad de todo el proceso desde la entrada de los requisitos hasta el resultado final. Dos años después, (Crosby, 1988) señaló que la calidad es la conformidad con todos y cada uno de los requerimientos que tiene el cliente, los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos con el producto final que se entrega; las no conformidades encontradas en el proceso o en el producto final entregado indican ausencia de calidad.

(Juran, 1990) definió a la calidad como el conjunto de propiedades de un producto que satisfacen las necesidades de los clientes y, en consecuencia, hacen satisfactorio el producto; (Drucker, 1990) indicó que la calidad no es lo que se ofrece como parte de un servicio, la calidad es lo que el cliente obtiene del servicio y por lo que está dispuesto a pagar.

Teoría de Servicio

Se pueden encontrar diversas definiciones de servicios, dentro de las cuales se destaca el concepto de (Kotler, 1992) quien plantea que “un servicio es cualquier actuación que una parte puede ofrecer a la otra, esencialmente intangible, sin transmisión de propiedad. Su prestación puede ir o no ligada a productos físicos”

De igual manera (Stanton, Etzel, & Walter, 1992) plantean que “los servicios constituyen actividades identificables, intangibles, que son objeto principal de una operación que se concibe para proporcionar la satisfacción de las necesidades de los consumidores. Con

esta definición se excluyen servicios complementarios que respaldan la venta de bienes tangibles u otros servicios”

Según el autor (Serna Gomez, 2006) define que: El servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos.

Por lo tanto, al hablar de servicio, se hace referencia a “la prestación principal de la empresa, así como al conjunto de prestaciones accesorias, de naturaleza cuantitativa o cualitativa, que acompañan a la prestación principal, ya consista ésta en un producto o en un servicio” (Camisón, Cruz, & González, 2006).

Características de los servicios.

- ✚ La mayoría de los servicios son **intangibles**. No son objetos, más bien son resultados. Esto significa que muchos servicios no pueden ser verificados por el consumidor antes de su compra para asegurarse de su calidad, ni tampoco se pueden dar las especificaciones uniformes de calidad propias de los bienes. (Duque & Edinson, 2005)
- ✚ Los servicios son **heterogéneos**, haciendo referencia a “la alta variabilidad potencial que existe en el desempeño de los servicios” (Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985). Son heterogéneos en el sentido de que los resultados pueden variar de proveedor a proveedor, de cliente a cliente y de un día a otro. (Camisón, Cruz, & González, 2006)
- ✚ La producción y el consumo de la mayoría de los servicios son **inseparables**. (Gronroos, 1984). A diferencia de los productos, en los servicios por lo general ocurre en el momento que se ofrece el servicio, usualmente cuando se da la interacción entre el cliente y el proveedor. (Requena Ponce & Serrano López, 2007)
- ✚ **carácter perecedero** de los servicios expresa que los servicios deben consumirse cuando son producidos ya que no son inventariables. Como resaltan Rushton y Carson

(1985), los servicios no pueden ser producidos antes de ser solicitados y almacenarse hasta su demanda. (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Calidad de servicio

El concepto de calidad se define anteriormente como el cumplimiento de los requerimientos, necesidades o expectativas del cliente. “La determinación de la calidad en el servicio debe estar basada fundamentalmente en las percepciones de los clientes que tienen del servicio (Grönroos, 1994; Parasuraman, Zeithaml y Berry, 1985; Steenkamp, 1990), y así se introduce el concepto de calidad percibida de los servicios” (Camisón, Cruz, & González, 2006)

Por lo mencionado, se puede concluir que el cliente o consumidor es quien califica la calidad de un servicio, teniendo en cuenta la experiencia percibida vs la expectativa que tenía de recibir el servicio, generando así un juicio positivo o negativo.

Expectativa.

Las expectativas se describen como “la anticipación de un evento o consecuencia futura” (Escoriza Nieto, 1985), o como “la esperanza de realizar o conseguir algo. - Posibilidad razonable de que algo suceda.” (RAE, 2021).

Por lo tanto, las expectativas que tiene el usuario, están relacionadas con lo que esperan recibir como servicio. De acuerdo con (Matsumoto Nishizawa, 2014) el nivel de expectativa puede variar con amplitud, dependiendo del punto de referencia que tenga el cliente. Además, las expectativas son dinámicas y pueden cambiar con rapidez en el mercado altamente competitivo y volátil.

Percepción.

La percepción es cómo valoran las personas los servicios. Es decir, cómo las reciben y evalúan los servicios de una empresa. Las percepciones están enlazadas con las características

o dimensiones de la calidad del servicio que son; confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía, y elementos tangibles. (Matsumoto Nishizawa, 2014).

Modelos para la medición de calidad en servicios

Parasuraman, Zeithaml y Berry - Modelo SERVQUAL.

El modelo Service Quality denominado comúnmente como SERVQUAL, es un modelo propuesto por los investigadores Parasuraman, Zeithaml y Berry. Este modelo, es uno de los más reconocidos y que en la literatura académica es muy usada cuando se quiere realizar medición de la calidad en servicio, la cual nos sirve para el propósito de la presente investigación.

En este modelo los autores centraron su investigación en las siguientes preguntas ¿Cuándo un servicio es percibido de calidad? ¿Qué dimensiones integran calidad? y ¿Qué preguntas deben integrar el cuestionario para medir la calidad? (Camisón, Cruz, & González, 2006) Esta investigación trajo consigo las respuestas a cada una de ellas, referente a la primera pregunta se hace mención a lo que es la gestión de las expectativas, el cual radica que todo comprador o cliente tiene expectativas antes de la compra de un producto determinado, y que estos deben gestionarse y tener claro para que lo percibido después del consumo tenga una diferencia que superen positivamente a estos, y de esta manera el cliente pueda percibir a un producto de calidad.

Camisón, Cruz & González, afirma: “Sin esta diferencia la calidad de servicio no se puede medir correctamente”. Es por ello que se hace muy importante resaltar la labor de dirección de la organización, el cual debe entender las expectativas y los factores que contribuyen a su formación. (2006, pág. 918).

En la segunda respuesta, En su primera investigación al respecto de estas dimensiones, Parasuraman et al. (1985) identificaron 10 dimensiones o criterios que influyen en la calidad del servicio percibido.

Ilustración 2. Dimensiones del modelo ServQual (1985)

DIMENSIÓN	DESCRIPCIÓN
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación
Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
Capacidad de Respuesta	Es la disposición para atender a los clientes a proporcionar un servicio oportuno
Profesionalidad	Refiere a las actitudes y aptitudes necesarias para la correcta prestación del servicio.
Cortesía	Refiere a la amabilidad, atención, consideración y respeto de los empleados con el cliente.
Credibilidad	La veracidad y honestidad en la prestación del servicio.
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Accesibilidad	Facilidad del contacto.
Comunicación	Habilidad para escuchar al cliente y mantenerlo informado utilizando un mismo lenguaje.
Empatía	Esfuerzo en conocer al cliente y sus necesidades.

Fuente: Camisón, Cruz & González. Libro Gestión de la Calidad. Pág. 902.

En posteriores estudios, los mismos autores de este modelo revisando el grado de dependencia de la dimensión. Redujeron de estas diez dimensiones a cinco dimensiones de la calidad del servicio.

Ilustración 3. Cinco dimensiones (1988). Parasuraman, Zeithaml & Berry

DIMENSIONES	DESCRIPCIÓN
Elementos Tangibles	Apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicación
Fiabilidad	Capacidad para realizar el servicio prometido de manera precisa y fiable.
Capacidad de Respuesta	La buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionar un servicio oportuno
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza
Empatía	Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes

Fuente: Camisón, Cruz & González. Libro Gestión de la Calidad. Pág. 902.

El modelo SERVPERF.

Como alternativa al modelo SERVQUAL, Cronin y Taylor (1992) desarrollaron una escala para medir la calidad percibida basada únicamente en las percepciones del cliente sobre el servicio prestado. El modelo emplea las 22 afirmaciones referentes a las percepciones sobre el desempeño extraídas directamente del modelo SERVQUAL. Reduce, por tanto, a la mitad las mediciones con respecto al SERVQUAL y lo convierte en un instrumento mucho más manejable y menos costoso de utilizar. Además, supera las limitaciones que surgen de la utilización de expectativas para medir la calidad percibida.

Se calcula de la siguiente manera:

$$Q_i = \sum_{j=1}^K W_j P_{ij}$$

donde:

Q_i = calidad percibida global del elemento i ;

k = número de atributos, 22 en este caso;

P_{ij} = percepción del resultado del estímulo i con respecto al atributo j ;

W_j = importancia del atributo j en la calidad percibida.

Como podemos observar, esta escala utiliza ponderaciones en función de la importancia que cada atributo tiene en la evaluación de la calidad, y la calidad del servicio será tanto mejor cuanto mayor sea la suma de dichas percepciones.

El modelo del desempeño evaluado.

El modelo del Desempeño Evaluado (EP) es el primer modelo aportado por Teas (1993) en el afán de suplir las limitaciones que presenta el instrumento SERVQUAL. Este autor cuestiona el concepto de «expectativas» y pone en entredicho la estructura de medición P-E del instrumento SERVQUAL, ya que un incremento de la diferencia entre percepciones y expectativas puede no reflejar necesariamente un incremento de los niveles de calidad percibida. Este modelo evalúa la calidad del servicio percibida como «la congruencia relativa entre el producto y las características ideales del producto para el consumidor».

De forma simplificada, el modelo EP se puede calcular con la siguiente expresión:

$$Q_i = -1 \left[\sum_{j=1}^m W_j |P_{ij} - I_j| \right]$$

donde:

Q_i = calidad percibida global del elemento i ;

m = número de atributos;

P_{ij} = cantidad percibida del atributo j ;

I_j = cantidad ideal del atributo j como el punto ideal actitudinal clásico;

W_j = es la importancia del atributo j como determinante de la calidad percibida.

Los resultados se interpretan considerando que cuanto mayor sean los valores de Q_i mayor nivel de calidad percibida.

El modelo de la calidad normalizada.

Teas (1993), además del modelo EP, también propone el modelo de la Calidad Normalizada (NQ) como alternativa al modelo SERVQUAL. Este modelo compara la calidad percibida del objeto que se evalúa y la calidad percibida de otro objeto que se toma como referente, que hace la función de las expectativas en el modelo de operativización P-E. Este modelo se puede expresar de la siguiente manera.

$$NQ_i = [Q_i - Q_e]$$

donde:

NQ_i = calidad normalizada para el objeto i ;

Q_i = calidad percibida del elemento i , operativizada mediante el modelo EP;

Q_e = calidad percibida por un individuo del objeto excelente.

A pesar de que este instrumento supone una alternativa válida para medir la calidad percibida, su aplicación está condicionada por la gran cantidad de información que requiere y la dificultad para obtenerla.

¹ En el instrumento SERVQUAL el valor máximo de la calidad percibida es de +6 (cuando expectativa es +1 y percepción es +7) y el valor mínimo de la calidad de servicio es de -6 (cuando expectativa es +7 y percepción es +1). Para aceptar la validez de este instrumento, Teas (1993) señala que éste debería reflejar constantemente incrementos en los niveles de calidad cuando las puntuaciones oscilen entre -6 y +6.

Metodología

Se planteó una metodología de investigación de tipo cuantitativa, debido a que permitió optimizar el proceso de recopilación y análisis de información para lograr los propósitos del estudio, permitiendo incorporar en efecto los instrumentos del modelo ServQual a través de los cuestionarios de identificación de expectativas y el de las percepciones de los usuarios de transporte público urbano de la ciudad de Neiva.

El método empleado para realizar el estudio de investigación fue analítico – descriptivo, ya que se realizó la descripción del proceso actual de prestación del servicio de transporte público urbano y se interpretó la percepción de la calidad del servicio que poseen los usuarios de este.

Los datos obtenidos de SERVQUAL evaluaron la calidad global del servicio percibida por los clientes y, por tanto, pueden utilizarse para cuantificar los defectos de la calidad del servicio con diferentes niveles de análisis. Además, estos datos determinaron qué dimensiones o criterios más importantes para los clientes, por lo que los esfuerzos para mejorar la calidad del servicio pueden enfocarse en estas áreas.

Instrumento: Cuestionario SERVQUAL

La generalidad de este tipo de cuestionario sirvió a las empresas para la identificación de problemas generales de calidad, debiendo ser complementado con estudios posteriores de carácter más conciso que profundicen en aquellos aspectos en los que se ha identificado falta de calidad. El cuestionario incluye las siguientes variables las cuales se adaptaron para medir las expectativas (lo ideal del servicio) y las percepciones (apreciación del servicio prestado).

Ilustración 4. Dimensiones de la calidad del servicio según el modelo SERVQUAL

Dimensiones del Servicio Evaluadas	
Cod.	Elementos Tangibles
1	Equipos modernos
2	Vehículos visualmente atractivos
3	Conductores bien vestidos y aseados
4	Aspectos de los vehículos acordes con el tipo de servicios prestados
Cod.	Fiabilidad
5	Promesa de venta en cuanto al tiempo
6	Conductores comprensivos y tranquilos para solución de problemas
7	Confianza en la empresa
8	Finalización del servicio en el tiempo prometido
9	Intención por mantener registros con precisión
Cod.	Capacidad de Respuesta
10	Conductores No comunicativos
11	Conductores No son rápidos
12	Conductores No siempre dispuestos a ayudar
13	Conductores no están ocupados para atender
Cod.	Seguridad
14	Conductores confiables
15	Seguridad con el servicio de los conductores
16	Conductores educados
17	Conductores con apoyo adecuado por parte de las empresas
Cod.	Empatía
18	Empresa no tiene atención individual con los usuarios
19	Conductores no prestan atención personalizada
20	Conductores no conocen necesidades de los usuarios
21	Empresa no se preocupa por intereses de usuarios
22	Empresa no tiene horas de operación conveniente

Fuente: Elaboración propia

Selección de la muestra y población

La población considerada en el estudio estará conformada por los usuarios de transporte público urbano que efectúan trayectos en la ciudad de Neiva, con motivo de trabajo, estudio, agitación, traslados cotidianos, entre otros.

Para determinar la muestra, se empleó una muestra probabilística con la finalidad de asegurar representatividad de la población, y se consideró la técnica de muestreo aleatorio simple. La fórmula utilizada se plantea para universos finitos. Dado que los pasajeros de transporte público urbano en la ciudad de Neiva para el año 2020 fueron aproximadamente 10.214 (DANE, 2021) es considerado como universo finito, un nivel de confianza de 95%, al cual le correspondió una desviación de 1.645, un margen de error del 10 % y una probabilidad de éxito del 50%, factor que se utiliza en casos en los que particularmente se selecciona por

primera vez una muestra en una población, resultando en un tamaño de muestra de 96 personas.

Aplicando 192 cuestionarios tanto a expectativas como a percepciones.



Calculadora de Muestras

Margen de error:

 Nivel de confianza:

 Tamaño de Poblacion:

Margen: 10%
Nivel de confianza: 95%
Poblacion: 10214

Tamaño de muestra: 96

Ecuacion Estadística para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Calculado: https://www.corporacionaem.com/tools/calc_muestras.php

Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Las técnicas de recolección de datos utilizados en la investigación, según (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014) fueron:

- ✚ Cuestionario ServQual: Conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

- ✚ Escalas para medir las actitudes: En este hace referencia a la medición de la actitud, el cual es la predisposición aprendida para responder coherentemente de manera favorable o desfavorable referente a un objeto, concepto, actividad, etc. Entre los métodos para ello tenemos a la escala de Likert. (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

✚ **Análisis de Contenido Cuantitativo:** Enfoca su estudio en la comunicación, cuantificando los mensajes o contenidos en categorías y subcategorías, para luego someterlos a análisis estadístico (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

✚ **Observación:** Consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos y situaciones observables, a través de un conjunto de categorías y subcategorías (Hernandez Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014).

La recolección de datos en la presente investigación se lleva a cabo mediante cuestionarios compuesto por atributos calificados expresados en forma de afirmaciones o declaraciones para expresar el grado de acuerdo o desacuerdo basado en la escala Likert de cinco puntos basado en el modelo SERVQUAL.

Tabla 1. Escala Likert de cinco puntos

Puntuación	1	2	3	4	5
Significado	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni en desacuerdo ni de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

Análisis de resultados

Se lograron identificar las expectativas y percepciones del servicio actual de las 5 empresas de Transporte Público Urbano de la ciudad de Neiva, mediante la aplicación de 203 cuestionarios adaptados al sector de transporte basados en las 5 dimensiones del modelo ServQual.

En las dimensiones de capacidad de respuesta y empatía se realizó el ajuste en la puntuación, ya que el modelo original recomendaba realizar las afirmaciones de forma negativa realizando la siguiente conversión:

Tabla 2. Conversión de puntuación escala Likert

Puntaje negativo	Puntaje positivo
1	5
2	4
3	3
4	2
5	1

Fuente: Elaboración propia

Entonces las afirmaciones que tenían un puntaje de 1 que significa totalmente en desacuerdo se convertiría en un 5 totalmente de acuerdo, un 2 que significa en desacuerdo en un 4 de acuerdo y así en viceversa. Teniendo como único valor que no cambia el 3.

En la Tabla 3, se pueden observar el número de ítems usados para reconocer la opinión de los usuarios respecto a cada una de las dimensiones del modelo ServQual y el promedio general obtenido en lo que respecta a percepciones y expectativas.

De esta manera, se calificaron veintidós (22) atributos en total, los cuales se distribuyeron de la siguiente forma: 4 atributos para los Elementos Tangibles, 5 atributos para

la Dimensión Fiabilidad, 4 para la Dimensión Capacidad de respuesta, 4 para la Dimensión Seguridad y 5 ítems para la Dimensión Empatía.

Tabla 3. Resultados del promedio general de Percepción y Expectativa

Dimensiones del Servicio Evaluadas		Percepción		Expectativa	
Cod.	Elementos Tangibles	Ponderación	Promedio Dimensión	Ponderación	Promedio Dimensión
1	Equipos modernos	3,81	3,75	4,72	4,68
2	Vehículos visualmente atractivos	3,72		4,53	
3	Conductores bien vestidos y aseados	3,74		4,79	
4	Aspectos de los vehículos acordes con el tipo de servicios prestados	3,74		4,69	
Cod.	Fiabilidad	Ponderación	Promedio Dimensión	Ponderación	Promedio Dimensión
5	Promesa de venta en cuanto al tiempo	3,67	3,69	4,71	4,73
6	Conductores comprensivos y tranquilos para solución de problemas	3,21		4,67	
7	Confianza en la empresa	3,98		4,84	
8	Finalización del servicio en el tiempo prometido	3,86		4,77	
9	Intención por mantener registros con precisión	3,74		4,64	
Cod.	Capacidad de Respuesta	Ponderación	Promedio Dimensión	Ponderación	Promedio Dimensión
10	Conductores comunicativos	2,62	2,66	3,06	3,61
11	Conductores son rápidos	2,45		3,59	
12	Conductores siempre dispuestos a ayudar	2,9		3,85	
13	Conductores están disponibles para atender	2,66		3,94	
Cod.	Seguridad	Ponderación	Promedio Dimensión	Ponderación	Promedio Dimensión
14	Conductores confiables	3,64	3,61	4,42	4,70
15	Seguridad con el servicio de los conductores	3,74		4,76	
16	Conductores educados	3,41		4,91	
17	Conductores con apoyo adecuado por parte de las empresas	3,64		4,71	
Cod.	Empatía	Ponderación	Promedio Dimensión	Ponderación	Promedio Dimensión
18	Empresa tiene atención individual con los usuarios	2,57	2,7	3,43	3,37
19	Conductores prestan atención personalizada	2,84		3,51	
20	Conductores conocen necesidades de los usuarios	2,83		3,13	
21	Empresa se preocupa por intereses de usuarios	2,79		3,37	
22	Empresa tiene horas de operación conveniente	2,47		3,4	
		TOTAL	3,28	TOTAL	4,22

Fuente: Elaboración propia

La dimensión percibida más determinante en la prestación del servicio para los usuarios fue la de elementos tangibles, calificando el aspecto visual de los vehículos, la modernidad de los vehículos y la presentación de los conductores, obteniendo un promedio de percepción de 3,75 puntos. Al ubicarse con un puntaje intermedio, se puede evidenciar que existe una actitud de indecisión por parte de los usuarios en afirmar o negar las proposiciones en relación con los aspectos físicos que percibieron al hacer uso de este. En pocas palabras los usuarios consideran que las empresas de transporte público urbano de Neiva no cuentan con los suficientes equipos modernos, ni con vehículos atractivos, a pesar de que se han hecho algunos cambios en un pequeño porcentaje de la flota por buses más amplios, frescos y más tecnología.

Luego sigue la dimensión de fiabilidad con una calificación de 3,69 puntos, un grado de percepción que indica que las empresas cuentan con una capacidad media para realizar el servicio prometido de manera precisa y fiable, se interpretó que existen unas opiniones notablemente divididas, indicando que una gran parte de los encuestados considera que las empresas de transporte público urbano de Neiva si cumplen con el servicio prometido mientras que la otra parte piensa todo lo contrario generando una calificación que difiere con 1,03 puntos en relación a las expectativas las cuales obtuvieron el promedio más alto con 4,73 puntos demostrando la importancia para los usuarios de ejecutar el servicio prometido y brindar confianza a la hora de prestar un servicio.

La dimensión de seguridad identificada como los conocimientos y cortesía de los empleados, su capacidad para transmitir seguridad y confianza se calificó con 3,61 puntos de los cuales la mejor proposición percibida fue la seguridad recibida por parte de los conductores en el servicio con promedio de 3,74 puntos, demostrando una vez más que hay usuarios que cuenta con una buena experiencia del servicio en lo relacionado a las habilidades para ejecutar el servicio prometido de forma íntegra y cuidadosa y, al mismo tiempo, también existen usuarios en casi la misma proporción, que opinan todo lo contrario.

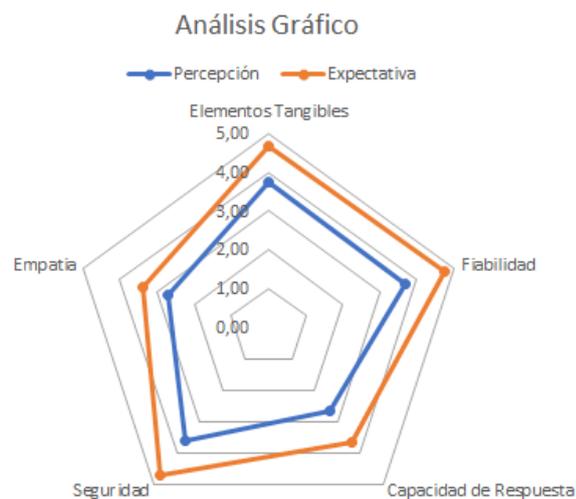
En las dimensiones de capacidad de respuesta y empatía, las cuales fueron las peores valoradas por los usuarios con calificaciones de 2,66 y 2,70 puntos, se pudo evidenciar que las empresas poseen falencias a la hora de brindarles un servicio oportuno y una atención personalizada.

En general, las percepciones se encontraron por debajo de las expectativas en su mayoría por un punto de diferencia concluyendo que la calidad del servicio de las empresas de transporte público de la ciudad de Neiva es baja, con puntaje de 3,28 en comparación de un 4,22 como expectativas.

Para una mejor visualización de los promedios obtenidos se escogió utilizar un esquema radial ya que los hace útiles para ver qué variables tienen valores similares o si hay valores atípicos entre cada variable. Los gráficos radiales también son útiles para ver qué variables son altas o bajas dentro de un conjunto de datos, haciéndolos ideales para mostrar el rendimiento (Ribbecca).

El esquema radial planteado para consolidar la información fue un pentágono (Grafica1), en el cual se logró graficar cada uno de los promedios globales obtenidos por dimensión del servicio en percepciones y expectativas, donde posteriormente se unieron con una línea.

Grafica 1. Esquema radial pentágono de promedios por dimensiones



Fuente: Elaboración propia

En términos generales, la figura mencionada muestra la situación general de la calidad del servicio ofrecido por las empresas de transporte de Neiva en función de la percepción de los usuarios: cuanto más se acerca la figura obtenida al borde del hexágono, indica una mayor percepción de calidad.

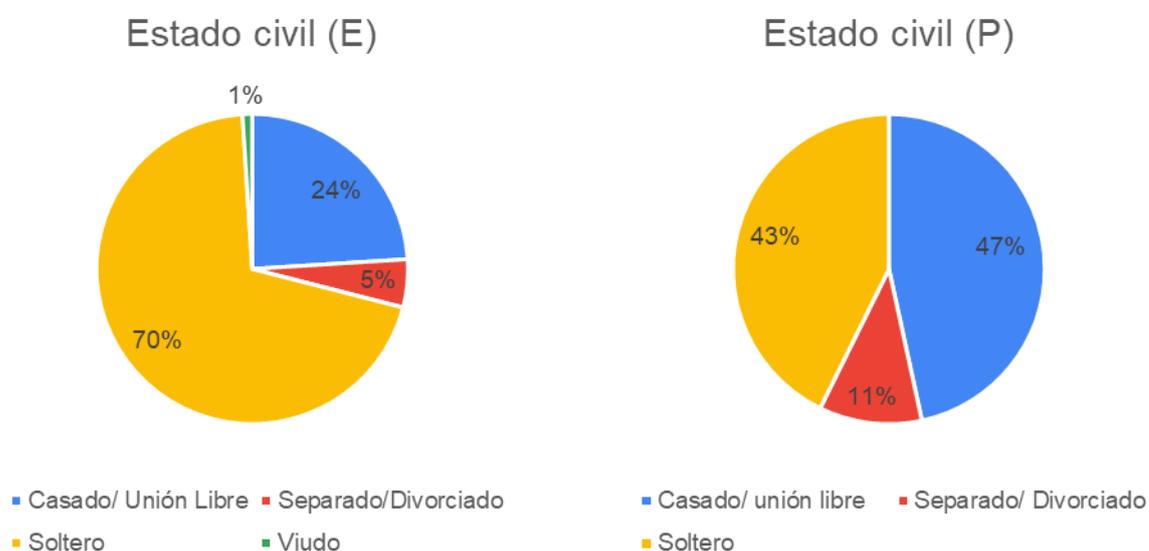
Por tanto, con base en los resultados observados en la figura anterior, se puede concluir que hay aspectos del servicio que están funcionando de forma moderada, pero persiste la mejora por parte de las empresas en cuanto a empatía y capacidad de respuesta.

Aspectos sociodemográficos

Algunos de los aspectos adicionales que se pudieron identificar en relación con los usuarios que contestaron los instrumentos ServQual fueron: estado civil, género y edad.

Estado civil.

Grafica 2. Estado civil (Percepción y Expectativa)

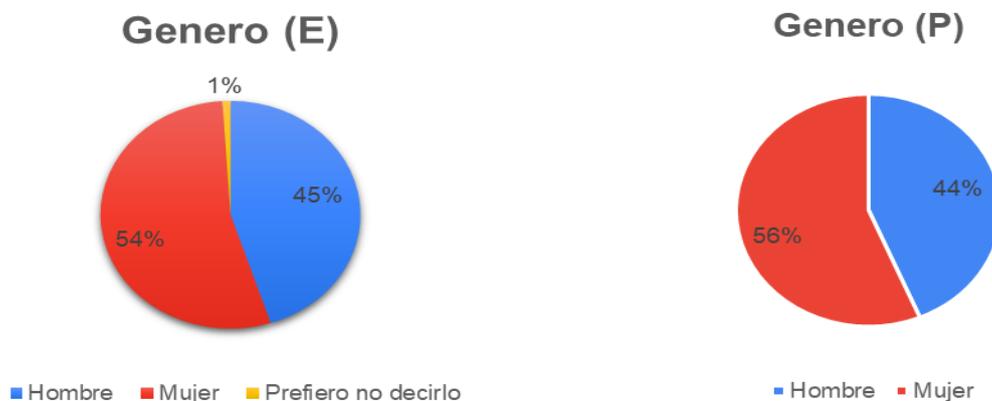


Fuente: Elaboración propia

La población a la cual se le aplicó el cuestionario de percepciones indicó que su estado civil era casado o en unión libre con 46% seguido con un 43% soltero, por otra parte, a la población que midió expectativas el 70% estaba compuesto por solteros, seguido de un 24% de usuarios casados o en unión libre. Deduciendo que la mayoría de las personas que usan el transporte público urbano en la ciudad de Neiva es soltero, casado o en unión libre.

Género.

Grafica 3. Género (Percepción y Expectativa)

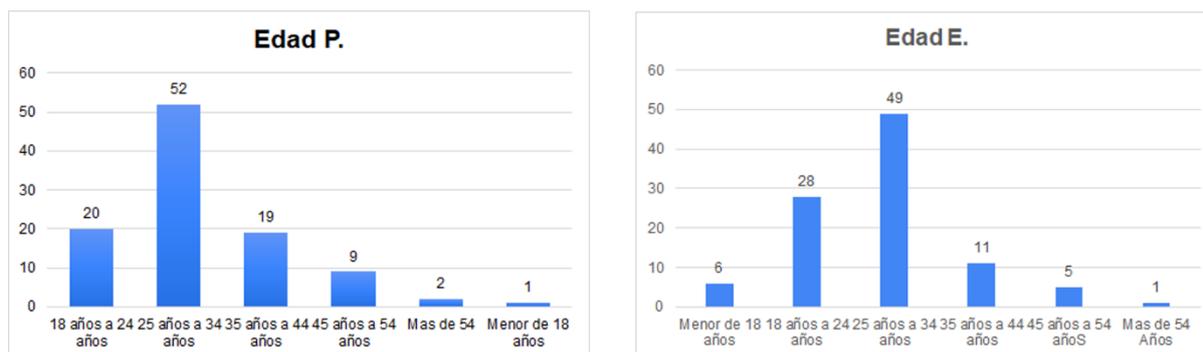


Fuente: Elaboración propia

Con respecto al género de los usuarios que respondieron el instrumento de percepción un 56% eran mujeres muy similares a la población que respondió a las expectativas con un 54%. Llegando a la conclusión que por la diferencia de un pequeño porcentaje las mujeres usan más el transporte público urbano.

Edad.

Grafica 4. Edad (Percepción y Expectativa)



Fuente: Elaboración propia

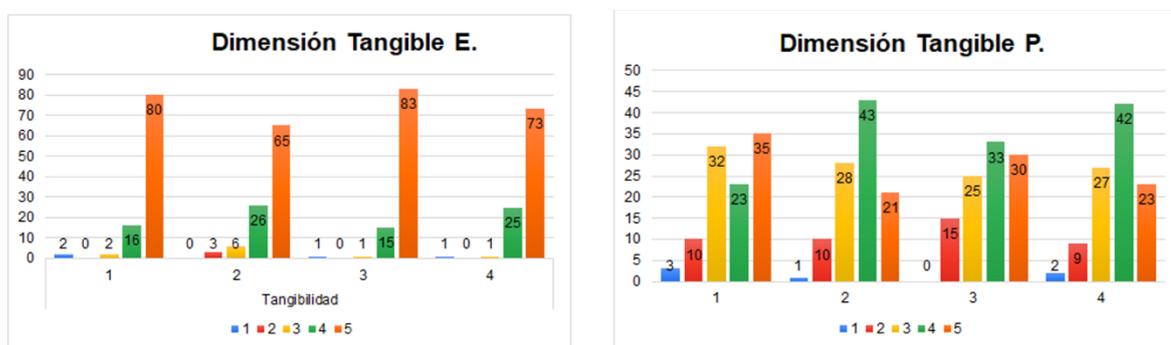
En cuanto a los rangos edad que más prevalecen en los resultados de las encuestas de expectativa y percepción son de 25 a 34 años, lo que quiere decir que es la población que tiene mayor preferencia de usar el transporte urbano en la ciudad de Neiva.

Análisis por dimensiones

Elementos tangibles de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva

Los Elementos tangibles son el primer componente que se mide dentro del Modelo ServQual, éste consta de atributos calificados con relación a aspectos físicos que el cliente quiere y percibe, tales como: Equipos modernos, vehículos visualmente atractivos, conductores bien vestidos y aseados y aspectos de los vehículos acordes con el tipo de servicios prestados.

Grafica 5. Elementos tangibles (Expectativa y Percepción)



Fuente: Elaboración propia

En relación con las expectativas cuyo promedio general fue de 4,68 pts, en donde la variable que mayor importancia tuvo con un promedio de 4,79 pts fue que los conductores de las empresas excelentes deberían estar bien vestidos y aseados, continuando con la importancia de que la empresa debería contar con equipos modernos con 4,72 pts.

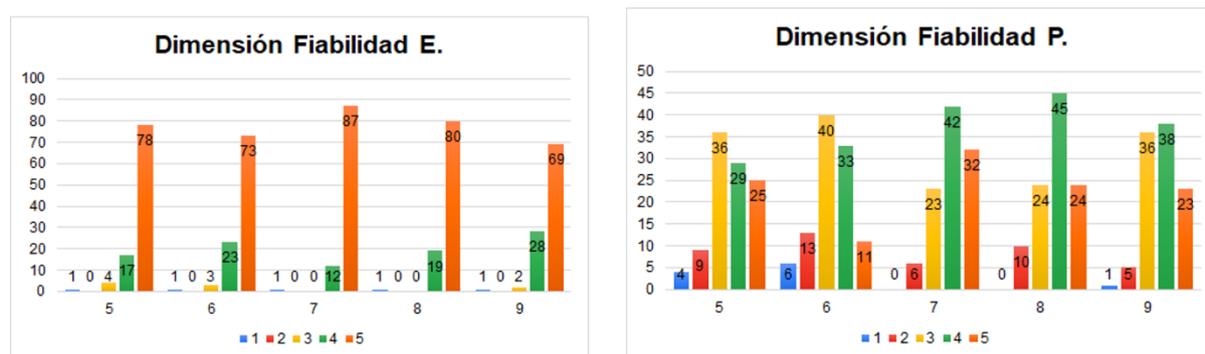
Por otra parte, en las encuestas de percepción cuyo promedio general fue de 3,75 pts, se identificó que la variable con mayor puntaje fue que las empresas cuentan con equipos modernos con un promedio de 3,81 pts, de igual forma en su orden y con igual promedio las variables que los conductores de las empresas se encuentran bien vestidos y lucen aseados; y el aspecto de los vehículos de la empresa está acorde con el tipo de servicios prestados tuvieron un promedio de 3,74 puntos. Estos resultados están dados ya que de las 5 empresas de transporte solo algunas han implementado buses colectivos de innovación tecnológica, pero otras pocas aún faltan en tener un desarrollo de equipos y aun usan obsoletos que causan bajos

niveles de satisfacción al momento de dar la calificación de la calidad en el servicio de transporte prestado a los usuarios.

Fiabilidad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva

La dimensión fiabilidad es el segundo componente que se mide dentro del modelo ServQual, éste consta de atributos calificados con relación a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa, tales como: Promesa de venta en cuanto al tiempo, conductores comprensivos y tranquilos para la solución de problemas, confianza en la empresa, finalización del servicio en el tiempo prometido e intención de mantener registros con precisión.

Grafica 6. Fiabilidad de los servicios (Expectativa y Percepción)



Fuente: Elaboración propia

Las expectativas de los usuarios en cuanto a la dimensión de fiabilidad en el promedio general fueron de 4,73 pts, teniendo en cuenta como más importante que la empresa debería ser confiable con 4,84 pts y además que debería cumplir con el servicio en el tiempo en el que promete hacerlo con 4,77 pts. Indicando que la confianza y el cumplimiento de promesas eran factores fundamentales a la hora de adquirir un servicio de transporte.

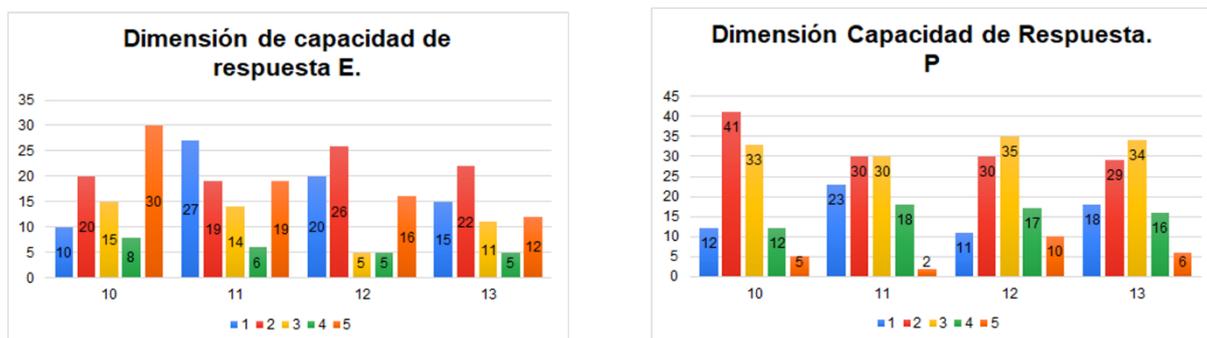
En relación con la percepción para la dimensión de Fiabilidad cuyo promedio general fue de 3,69 puntos, se identificó que la variable de mayor puntaje fue que la empresa es confiable con un promedio de 3,98 pts, seguido de la variable la empresa presta sus servicios en el momento en que se compromete a hacerlo con un promedio de 3,86 pts. Este tipo de

confianza se obtiene en cada contacto y uso de los vehículos, principalmente en la credibilidad, imagen y experiencia del usuario.

Capacidad de respuesta de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva

La dimensión capacidad de respuesta es el tercer componente que se mide dentro del modelo ServQual, éste consta de atributos calificados en relación la disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido, tales como: Conductores son comunicativos, los conductores son rápidos, los conductores están siempre dispuestos a ayudar y los conductores están ocupados a atender.

Grafica 7. Capacidad de Respuesta (Expectativa y Percepción)



Fuente: Elaboración propia

Las expectativas de esta dimensión tuvieron un promedio 3,61 pts, teniendo como mayor puntaje que los conductores deberían estar disponibles a atender con 3,94 pts, continuando con que los conductores siempre deberían estar dispuestos ayudar con 3,85 pts. Demostrando así que las actitudes más importantes para las empresas en cuanto capacidad de respuesta es la disponibilidad y la disposición de los conductores.

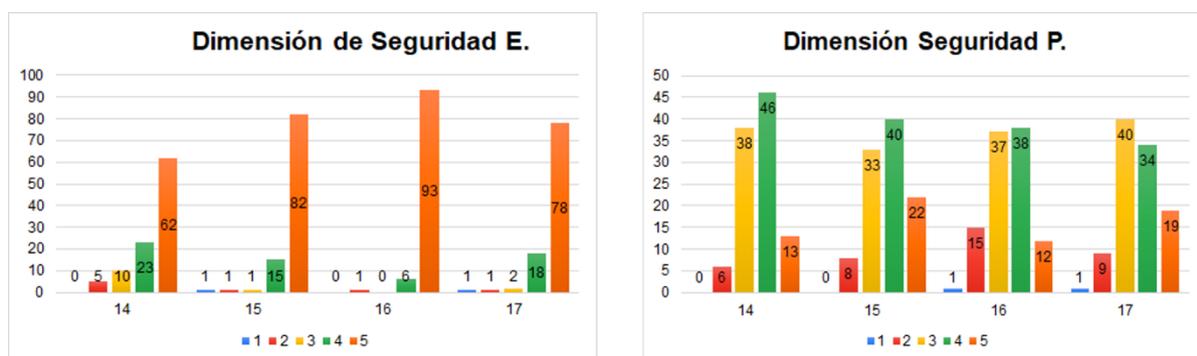
En relación con la percepción para la dimensión de capacidad de respuesta cuyo promedio general fue de 2,66 puntos, se identificó que la variable de mayor puntaje fue los conductores de la empresa están siempre dispuestos a ayudar a los usuarios con un promedio de 2,90 pts, seguido de la variable los conductores de las empresas de TPU están disponibles

para responder con prontitud a las peticiones de los clientes con un promedio de 2,66 pts. El resultado de estas dos variables resulta dar una calificación muy baja en cuanto a la capacidad de respuesta excelente que se debería tener para mantener una mejor calificación del servicio y se recomienda que los conductores se esfuercen en conocer al cliente, sus necesidades, escuchar con atención, mostrar disponibilidad y finalmente ponerse en el lugar del otro.

Seguridad de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva

La dimensión Seguridad es el cuarto componente que se mide dentro del modelo ServQual, éste consta de atributos calificados en relación con el conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza., tales como: Conductores confiables, seguridad con el servicio de los conductores, conductores educados y conductores con apoyo adecuado por parte de las empresas.

Grafica 8. Seguridad de los servicios (Expectativa y Percepción)



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a las expectativas de seguridad el promedio general es de 4,70 pts siendo la dimensión que sigue después de la fiabilidad, identificando que los usuarios de transporte consideraron que los conductores deberían ser educados con 4,91 pts, también tuvieron en cuenta que los usuarios deberían sentirse seguros con el servicio de los conductores 4,76 pts. Siendo la educación determinante para ganarse la seguridad de los usuarios.

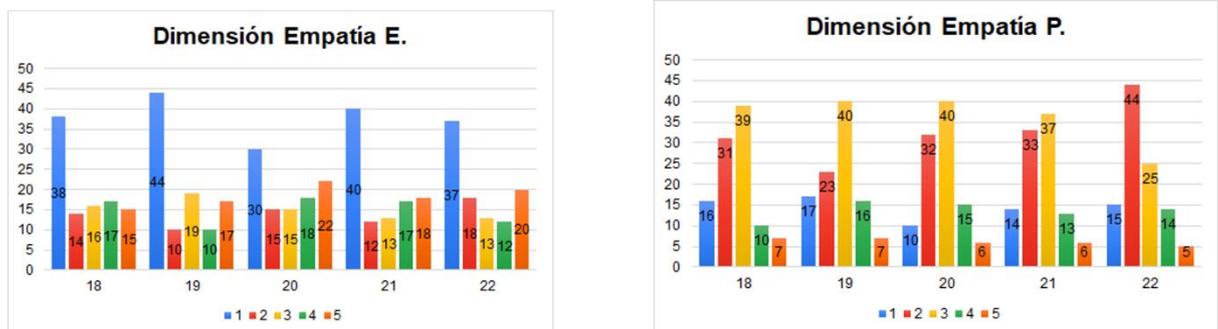
En relación con la percepción para la dimensión de seguridad cuyo promedio general fue de 3,61 puntos, se identificó que la variable de mayor puntaje fue que los usuarios pueden

sentirse seguros con el servicio de los conductores de estas empresas con un promedio de 3,74 pts, seguido de las variables con igual puntuación que los usuarios pueden confiar en los conductores de esta empresa y los conductores de la empresa obtienen el apoyo adecuado para hacer bien su trabajo con un promedio de 3,64 pts. La seguridad es determinante para lograr la confianza de los usuarios.

Empatía de los servicios de transporte público urbano en la ciudad de Neiva

La dimensión Empatía es el quinto componente que se mide dentro del modelo ServQual, éste consta de atributos calificados en relación al conocimiento y atención de los empleados y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza., tales como: Atención individualizada por parte de la empresa y los conductores, conocimiento de las necesidades de los usuarios, preocupación por los intereses de los usuarios y horarios convenientes de operación.

Grafica 9. Empatía de los servicios (Expectativa y Percepción)



Fuente: Elaboración propia

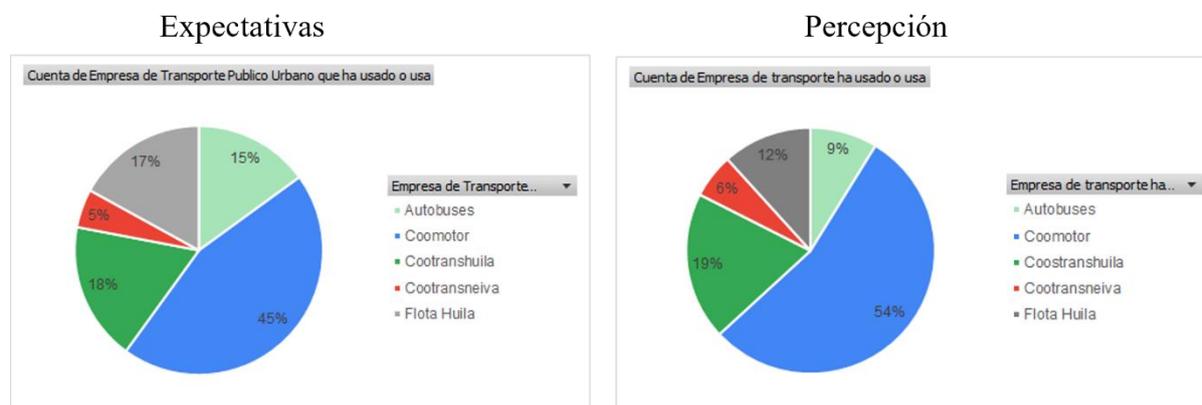
Las expectativas en esta dimensión fueron calificadas con un promedio de 3,37 pts en el que se destacó que los conductores prestarán una atención personalizada con 3, 51 pts seguido de la atención individualizada por parte de las empresas con 3, 43 pts. Siendo la atención una de las variables más importantes a la hora de las empresas mostrar empatía a sus usuarios.

En relación con la percepción para la dimensión de empatía cuyo promedio general fue de 2,70 puntos, se identificó que la variable de mayor puntaje fue que los conductores de las empresas prestan atención personalizada a los usuarios con un promedio de 2,84 pts, seguido de la variable los conductores de las empresas saben cuáles son las necesidades de sus usuarios con un promedio de 2,83 pts. La empatía es vital para el crecimiento de una organización porque permite comprender que es lo que les molesta a los usuarios y cuáles son esas características que ellos ven de forma positiva.

Análisis de dimensiones por empresas

Empresas de transporte que usan los usuarios

Grafica 10. Empresas de transporte que usan los usuarios



Fuente: Elaboración propia

Coomotor es la empresa de transporte más usada por los usuarios del transporte público urbano de la ciudad de Neiva con un porcentaje del 45% en las encuestas de expectativa y 54% en percepción; esto exalta que es la mejor empresa calificada por los usuarios y denota que tiene muchas ventajas frente a la competencia en cuanto a la cantidad de rutas y vehículos en el parque automotor, comodidad, seguridad y confianza del servicio prestado.

A continuación, se presenta la comparación entre expectativas y percepciones de acuerdo con las empresas de transporte público urbano de la ciudad de Neiva. Se realizó un análisis de brechas por cada una de las dimensiones, donde la dimensión con una brecha más amplia es la que se encuentra más alejada del valor ideal calificado en las expectativas, así mismo la brecha con menor valor es la que se acerca a lo esperado por los usuarios.

Tabla 4. Análisis de brechas por dimensiones para Coomotor

COOMOTOR			
Dimensiones del Servicio Evaluadas	Promedio Dimensión		
	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	3,79	4,68	-0,89
Fiabilidad	3,74	4,75	-1,00
Capacidad de Respuesta	2,69	3,26	-0,57
Seguridad	3,68	4,66	-0,97
Empatia	2,80	2,98	-0,18
PROMEDIO TOTAL	3,34	4,07	-0,72

Fuente: Elaboración propia

Coomotor obtuvo la mejor calificación en comparación con las otras empresas, dado que su brecha fue la más próxima entre percepciones y expectativas con -0,72 puntos indicando que su prestación de servicios se encuentra más cercana de cumplir las expectativas a los clientes, debiendo prestar mayor atención en las dimensiones de fiabilidad y seguridad que son las brechas más amplias con el fin de incrementar la satisfacción en los usuarios.

Tabla 5. Análisis de brechas por dimensiones para Cootranshuila

COOTRANSHUILA			
Dimensiones del Servicio Evaluadas	Promedio Dimensión		
	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	3,55	4,67	-1,12
Fiabilidad	3,62	4,66	-1,04
Capacidad de Respuesta	2,56	3,78	-1,22
Seguridad	3,53	4,63	-1,10
Empatia	2,55	3,57	-1,02
PROMEDIO TOTAL	3,16	4,26	-1,10

Fuente: Elaboración propia

Cootranshuila obtuvo la segunda brecha más cercana con -1,10, se puede evidenciar la empatía como la dimensión de menor calificación entre percepciones y expectativa. Además, se debe tener en cuenta la dimensión de capacidad de respuesta que fue la brecha más amplia con -1,22 indicando que falta una mejor disposición por parte de los conductores para ayudar a los usuarios de forma oportuna. Cabe destacar que los usuarios prefieren esta empresa por su fiabilidad dado que obtuvo una brecha de -1,04.

Tabla 6. Análisis de brechas por dimensiones para Autobuses

AUTOBUSES			
Dimensiones del Servicio Evaluadas	Promedio Dimensión		
	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	3,86	4,75	-0,89
Fiabilidad	3,58	4,83	-1,25
Capacidad de Respuesta	2,75	3,60	-0,85
Seguridad	3,33	4,83	-1,50
Empatia	2,40	3,47	-1,07
PROMEDIO TOTAL	3,18	4,30	-1,11

Fuente: Elaboración propia

Autobuses quedó ubicada en la tercera posición de las mejores empresas de servicio de transporte en la ciudad de Neiva con una brecha promedio de -1,11, dando así un resultado equilibrado, pero no tan favorable. Los usuarios consideran que la Empatía tiene la menor calificación, no obstante, es un punto por mejorar dado que esta dimensión es el éxito para conectar con los clientes y atraer a otros.

Tabla 7. Análisis de brechas por dimensiones para Flota Huila

FLOTA HUILA			
Dimensiones del Servicio Evaluadas	Promedio Dimensión		
	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	3,81	4,68	-0,86
Fiabilidad	3,70	4,66	-0,96
Capacidad de Respuesta	2,50	4,06	-1,56
Seguridad	3,67	4,72	-1,05
Empatia	2,48	3,82	-1,34
PROMEDIO TOTAL	3,23	4,39	-1,16

Fuente: Elaboración propia

Flota huila se identificó con mayor número de brechas ubicándose como cuarta de cinco empresas de transporte, dado que su brecha general fue de -1,16, cuyas dimensiones con mayor amplitud fueron la de capacidad de respuesta con -1,56 y la empatía con -1,34, indicando que su disposición y atención personalizada con los usuarios tiene falencias que se deben corregir. Sin embargo, se puede señalar que los usuarios perciben buenos elementos tangibles.

Tabla 8. Análisis de brechas por dimensiones para Cootransneiva

COOTRANSNEIVA			
Dimensiones del Servicio Evaluadas	Promedio Dimensión		
	Percepción	Expectativa	Brecha
Elementos Tangibles	3,50	4,55	-1,05
Fiabilidad	3,47	4,72	-1,25
Capacidad de Respuesta	2,50	4,65	-2,15
Seguridad	3,29	4,90	-1,61
Empatia	2,53	4,28	-1,75
PROMEDIO TOTAL	3,06	4,62	-1,56

Fuente: Elaboración propia

La empresa que menor calificación obtuvo en relación con la percepción de la calidad del servicio fue Cootransneiva con un promedio de 3,06 de igual manera con la obtención de brechas más bajas, en cuanto a elementos tangibles con -1.05, siendo esta la brecha más cercana indica que hay una flota que se viene modernizando, pero que hace falta aún más vehículos atractivos. Existe una gran brecha en la de capacidad de respuesta con -2,15, indicando que se requiere de mejora en la disposición del servicio por parte del personal con el fin de poder brindar un transporte de calidad, eficiente, seguro y diferenciador que impacte positivamente en los habitantes de Neiva,

Como se evidenció en el análisis empresarial, en relación con las percepciones, la empresa que mayor cantidad de vehículos tenía era la que mayor recordación y calificación obtuvo siendo Coomotor la mejor calificada en los atributos con una percepción de 3,34 pts, teniendo como mejor dimensión los elementos tangibles y la fiabilidad. Seguida de flota huila con una percepción 3,23 pts caracterizada por los elementos tangibles siendo su mejor valoración. Estas dos empresas crecen de manera continua y contribuyen al desarrollo del país, también son el ejemplo perfecto para otras que inician en este gremio del transporte y quieren estar dentro de las mejores de preferencia de la población neivana.

Conclusiones

La movilidad y el transporte urbano en Colombia, es fundamental para el desarrollo socioeconómico de las regiones requiriendo de atención por parte de las entidades gubernamentales y empresas privadas dedicadas al sector. Gracias a la aplicación del modelo ServQual en las empresas de transporte público urbano de la ciudad de Neiva se identifican aspectos positivos y negativos, siendo mayores los resultados negativos los cuales indican que las empresas prestadoras del servicio de transporte público de Neiva tienen grandes oportunidades de mejorar en cada una de las dimensiones calificadas en los cuestionarios con el fin lograr brindar una óptima calificación y percepción del servicio de las organizaciones.

Respecto a las percepciones del servicio, las dimensiones que requieren mayor revisión por parte de las empresas de transporte público son la capacidad de respuesta y la empatía, cuyos ítems a tener en cuenta fueron la rapidez de los conductores, los horarios poco convenientes y la falta de atención personalizada.

Por otra parte, el manejo de carácter político y administrativo no permiten una mejora continua o un avance significativo, evidenciándose en la deteriorada infraestructura vial que ocasiona congestión vehicular, accidentalidad y un limitado desarrollo urbano. La mejora del SETP, proyecto el cual se desarrolla teniendo en cuenta recomendaciones por parte del Departamento Nacional de Planeación, puede ayudar a cambiar la percepción de los usuarios consiguiendo resolver problemas en la oferta de servicios e infraestructura y garantizando la creación de un sistema sostenible y equitativo que brinde verdaderamente una solución a los ciudadanos de Neiva.

Finalmente, de acuerdo a la evaluación de la calidad del servicio del transporte público urbano de la ciudad de Neiva, podemos indicar que los factores determinantes para que los usuarios se sientan satisfechos son: La confianza que pueden generar las empresas respecto su imagen, el aspecto de los vehículos y su seguridad, de igual forma, la disponibilidad de rutas

en horarios convenientes, la creación de nuevas rutas que mejoren los trayectos en relación al tiempo, eviten una sobreoferta y lleguen a barrios limitados por el acceso del servicio.

Recomendaciones

Crear un proceso de capacitaciones para los empleados de las empresas de transporte con el fin de mejorar la capacidad de respuesta y la empatía por parte de los conductores y colaboradores.

Incorporar una flota de buses con nuevas tecnologías, ya que implementando nuevas tecnologías ecológicas se podrá reducir costos de mantenimiento e impactos ambientales negativos, así mismo proporcionando mejores niveles de capacidad de respuesta, confiabilidad y disponibilidad a los usuarios de transporte público urbano.

Realizar estudios constantes de la evaluación de quejas y requerimientos mediante el modelo ServQual que mide la calidad del servicio de las organizaciones en distintas dimensiones. Permitiendo mejorar y corregir a mediano plazo las inconsistencias que presenta el Sistema de TPU en Neiva.

A través de la Secretaría de Transporte de la Alcaldía municipal de Neiva, se debe aplicar mayor vigilancia, control e inspección no solo en el cumplimiento de las normas de tránsito a empresas de transporte que exigen tener los vehículos en óptimas condiciones técnico-mecánicas y prestar el servicio en vehículos clase microbús, bus, buseta o automóvil cuya antigüedad no supere los 20 años, sino también hacer un seguimiento de los estándares mínimos de calidad y atención al usuario, generando una serie de incentivos para aquellas empresas que tengan una alta calificación en el servicio. Adicionalmente proporcionar mayor compromiso en el desarrollo del SETP con el fin de brindar una infraestructura buena para el flujo de movilidad.

El sector del TPU de la Ciudad de Neiva debería realizar alianzas estratégicas con el fin de garantizar la implementación de los nuevos requerimientos sanitarios exigidos para el manejo de la pandemia COVID19, dado que la capacidad de aforo permitida en los vehículos disminuyó, ocasionando bajos ingresos y altos costos de operación.

Proporcionar horarios y mapas de las rutas del sistema de transporte público urbano a los usuarios a través de herramientas tecnológicas como página web o aplicaciones móviles. De igual forma suministrar esta información en los paraderos establecidos con el fin de identificar fácilmente qué rutas se pueden utilizar para dirigirse al destino escogido.

Referencias

- Camisón, c., cruz, s., & gonzález, t. (2006). *Gestión de la calidad: conceptos, enfoques, modelos y sistemas*. Pearson educación. Obtenido de <https://porquenetecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Carranza, g., herrera, o., & santiago, a. (2018). *Caracterización de la calidad del sistema de transporte urbano a través de modelo servqual en la ciudad de santa marta*. Santa marta.
- Crosby, p. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: mcgraw-hill interamericana s.a. De c.v.
- Dane. (15 de 02 de 2021). *Encuesta de transporte urbano de pasajeros – etup*. Obtenido de dane: www.dane.gov.co
- Departamento nacional de planeación. (2002). *Conpes 3197 consejo nacional de política económica y social*. Bogotá.
- Dnp, departamento nacional de planeación. (2013). *Conpes 3756 - declaración de importancia estratégica del proyecto sistema estratégico de transporte público del municipio neiva*. Bogota.
- Drucker, p. (1990). *El ejecutivo eficaz*. Buenos aires: editorial sudamericana.
- Duque, o., & edinson, j. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar. Revista de ciencias administrativas y sociales*, 64-80.
- Escoriza nieto, j. (1985). *Motivación y aprendizaje*. Madrid: psicología de la educación.
- Gronroos, c. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European journal of marketing*. , 36-44.
- Hernandez sampieri, r., fernandez collado, c., & baptista lucio, m. D. (2014). *Metodología de la investigación. Sexta edición*. Mexico d.f.: mcgraw-hill.
- Ishikawa, k. (1986). *¿qué es control total de la calidad?* Bogota: editorial norma.
- Juran, j. M. (1990). *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: editorial díaz de santos.
- Kotler, p. (1992). *Dirección de marketing*. Prentice hall.
- Londoño botero, m. D., & triana restrepo, v. (2020). *Análisis de la calidad percibida mediante la aplicación del modelo servqual en la empresa transportes del quindío*. Santiago de cali.
- Matsumoto nishizawa, r. (2014). Desarrollo del modelo servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad ayuda experto. *Perspectivas*, 181-209.
- Odebrecht, t. (9 de septiembre de 2017). El transporte público es un derecho fundamental. *El espectador*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/colombia2020/opinion/el-transporte-publico-es-un-derecho-fundamental-columna-859039/#:~:text=es%20un%20fen%c3%b3meno%20de%20importancia,vida%20digna%20un%20derecho%20humano>.

- Oficina de comunicaciones alcaldía de neiva. (2020). *Neiva tendrá 17 nuevas rutas de servicio público gracias al setp*. Obtenido de sept: [https://www.setpneiva.gov.co/12-obras/219-neiva-tendr% c3% a1-17-nuevas-rutas-de-servicio-p% c3% bablico-gracias-al-setp.html](https://www.setpneiva.gov.co/12-obras/219-neiva-tendr%c3%a1-17-nuevas-rutas-de-servicio-p%c3%bablico-gracias-al-setp.html)
- Parasuraman, zeithaml, & berry. (1988). A multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of retailing*, 64, 12 - 40.
- Quintero a, m. (2014). *Sistema de gestión de calidad en las pymes colombianas*. Bogotá.
- Rae. (2021). *Real academia española*. Obtenido de diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/expectativa>
- Requena ponce, m. V., & serrano lópez, g. C. (2007). *Calidad de servicio desde la perspectiva de clientes, usuarios y auto-percepción de empresas de captación de talento*. Caracas.
- Rodriguez calderon, d. F. (2020). *Percepción del usuario respecto a la calidad del servicio ofrecido por el sistema integrado de transporte masivo transcaribe de la ciudad de cartagena mediante una adaptación del modelo servqual. Periodo 2019 – 2020*. Bogotá.
- Ruiz fonseca, j. G. (2020). Potenciales beneficios del diseño de un sistema de rutas de transporte público colectivo urbano formulado a partir de un modelo matemático multiobjetivo aplicando algoritmos genéticos. Caso de estudio: neiva, huila. *Universidad nacional de colombia*, 149. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/bitstream/handle/unal/78149/1049604719.2020.pdf?sequence=1&isallowed=y>
- Serna gomez, h. (2006). *Conceptos básicos. En servicio al cliente*. Colombia: panamericana editorial ltda.
- Setp transfederal sas. (2018). *Informe de gestión. Primer semestre* . Neiva.
- Stanton, w., etzel, m., & walter, b. (1992). *Fundamentos de marketing* . Mcgraw-hill.
- Universidad externado de colombia. (2007). *Ciudad, espacio y población: el proceso de urbanización en colombia*. Bogota. Obtenido de https://www.uexternado.edu.co/wp-content/uploads/2017/04/ciudad_espacio_y_poblacion._el_proceso_de-urbanizacion.pdf

Anexos

Modelo de cuestionario 1. Expectativas del modelo SERVQUAL

ITEM	EXPECTATIVAS	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni deacuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
Dimensión elementos tangibles						
1	Las empresas excelentes del TPU deberían contar con equipos modernos.					
2	Los vehículos de las empresas excelentes del TPU deberían ser visualmente atractivos.					
3	Los conductores de las empresas excelentes del TPU deberían estar bien vestidos y luciendo aseados.					
4	El aspecto de los vehículos de las excelentes empresas del TPU deberían estar acorde con el tipo de servicios prestados.					
Fiabilidad						
5	Cuando las empresas excelentes del TPU prometen hacer algo en un momento determinado, deberían hacerlo					
6	Cuando los usuarios de las empresas excelentes del TPU tienen un problema, los conductores deberían ser comprensivos y tranquilos.					
7	.Las empresas excelentes del TPU deberían ser confiables					
8	Las empresas excelentes del TPU deberían prestar sus servicios en el momento en que se comprometan a hacerlo.					
9	Los conductores de las empresas excelentes del TPU deberían mantener sus registros con precisión					
Capacidad de Respuesta						

10 (-)	Los conductores de las empresas excelentes del TPU no deberían ser comunicativos					
11 (-)	Los clientes no deberían esperar un servicio rápido de los conductores de las empresas excelentes del TPU.					
12 (-)	Los conductores de las empresas excelentes del TPU no deberían estar siempre dispuestos a ayudar a los usuarios.					
13 (-)	No pasa nada si los conductores de las empresas excelentes del TPU están demasiado ocupados para responder con prontitud a las peticiones de los clientes					
Seguridad						
14	Los usuarios deberían confiar en los conductores de las empresas excelentes del TPU.					
15	Los usuarios deberían sentirse seguros con el servicio de los conductores de las empresas excelentes del TPU.					
16	Los conductores de las empresas excelentes del TPU deberían ser educados.					
17	Los conductores de las empresas excelentes de TPU deberían obtener el apoyo adecuado para hacer bien su trabajo.					
Empatía						
18 (-)	No se debe esperar que las EMPRESAS excelentes del TPU presten atención individual a los usuarios.					
19 (-)	No se debe esperar que los CONDUCTORES de las empresas excelentes del TPU presten atención personal a los usuarios.					
20 (-)	Es poco realista esperar que los CONDUCTORES de las empresas excelentes del TPU sepan cuáles son las necesidades de sus usuarios.					

21 (-)	Es poco realista esperar que las empresas excelentes del TPU se preocupen por los intereses de sus usuarios.					
22 (-)	Las empresas excelentes del TPU no deberían tener horas de operación convenientes para sus usuarios.					

Modelo de cuestionario 2. Percepciones del modelo SERVQUAL

ITEM	PERCEPCIONES	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Ni deacuerdo ni en desacuerdo	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
Dimensión elementos tangibles						
1	La empresa cuenta con equipos modernos.					
2	Los vehículos de la empresa son visualmente atractivos.					
3	Los conductores de la empresa se encuentran bien vestidos y lucen aseados.					
4	El aspecto de los vehículos de la empresa está acorde con el tipo de servicios prestados.					
Fiabilidad						
5	Cuando la empresa promete hacer algo en un momento determinado, lo hace.					
6	Cuando un usuario de la empresa tiene un problema, los conductores son comprensivos y tranquilos					
7	La empresa es confiable.					
8	La empresa presta sus servicios en el momento en que se compromete a hacerlo.					
9	Los conductores de la empresa mantienen sus registros con precisión.					

Capacidad de Respuesta						
10	Los conductores de la empresa no son comunicativos					
11	Los clientes no deberían esperar un servicio rápido de los conductores de la empresa.					
12	Los conductores de la empresa no siempre están dispuestos a ayudar a los usuarios.					
13	Los conductores de las empresas de TPU nunca están demasiado ocupados para responder con prontitud a las peticiones de los clientes					
Seguridad						
14	Los usuarios pueden confiar en los conductores de esta empresa.					
15	Los usuarios pueden sentirse seguros con el servicio de los conductores de esta empresa.					
16	Los conductores de la empresa son educados.					
17	Los conductores de la empresa obtienen el apoyo adecuado para hacer bien su trabajo.					
Empatía						
18	La EMPRESA no presta atención individual a los usuarios.					
19	Los CONDUCTORES de la empresa NO prestan atención personalizada a los usuarios.					
20	Los conductores de la empresa NO saben cuáles son las necesidades de sus usuarios.					
21	La empresa NO se preocupa por los intereses de sus usuarios.					
22	La empresa no tiene horas de operación convenientes para sus usuarios.					