

“Análisis del nivel de satisfacción de los usuarios del transporte público (taxis) en la ciudad de Sucre”

ANALYSIS OF THE LEVEL OF SATISFACTION OF USERS OF PUBLIC (TAXIS) TRANSPORT IN THE CITY OF SUCRE

Antonio Oblitas Vedia
DOCENTE UMRPSFXCH, Sucre - Bolivia
antoniooblit@gmail.com

Caleb Bayo Ajchura, Wendy Fabiola Valdez Chavarría, Julio Cesar Bobarín Caro
MIEMBROS GABINETE DE MARKETING Y PUBLICIDAD, UMRPSFXCH, Sucre - Bolivia

RECIBIDO, 25 MARZO 2019
ACEPTADO, 20 MAYO 2019

RESUMEN

Al ser el transporte (de forma particular el público) uno de los ejes más dinámicos de nuestra ciudad y satisface la necesidad de las personas de trasladarse de un lugar a otro, se ha considerado determinar la calidad y los grados de satisfacción de los usuarios, en la prestación de los servicios de taxis en la ciudad de Sucre.

El procedimiento seguido para determinar la calidad y el grado de satisfacción por el servicio de taxis fue el modelo Servqual, que establece cinco dimensiones; Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía.

El Índice de Calidad Percibida obtenido, para cada una de las dimensiones y para el nivel global del servicio, establece resultados negativos. Por tanto, la calidad en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, presenta deficiencias significativas, estableciendo brechas entre lo que esperan recibir y lo que realmente reciben los clientes del servicio. Los conductores no llegan a cumplir las expectativas de los clientes y no prestan el servicio en las condiciones establecidas como se debería brindar el servicio.

Palabras claves: Servicio, Calidad, satisfacción, usuarios.

ABSTRACT

As transportation (particularly the public) is one of the most dynamic axes of our city and satisfies the need of people to move from one place to another, it has been considered to determine the quality and degrees of user satisfaction, in the provision of taxi services in the city of Sucre.

The procedure followed to determine the quality and degree of satisfaction with the taxi service was the Servqual model, which establishes five dimensions; Tangibility, Reliability, Responsiveness, Security and Empathy.

The Perceived Quality Index obtained, for each of the dimensions and for the global level of the service, establishes negative results. Therefore, the quality in the provision of the taxi service in the city of Sucre, presents significant deficiencies, establishing gaps between what they expect to receive and what customers actually receive from the service. Drivers fail to meet customer expectations and do not provide the service in the conditions established as the service should be provided.

Keywords: Service, Quality, satisfaction, users.

INTRODUCCIÓN

La Oficina de Defensa del Usuario y Consumidor de la Alcaldía de Sucre,

con el propósito de cualificar su gestión y de acuerdo a sus funciones, ha considerado; por una parte, atendiendo quejas y reclamos de la ciudadanía y por otra, comprometida en contribuir en el mejoramiento de la calidad en la prestación de los servicios, ha establecido la necesidad de realizar un estudio que determine la calidad y los grados de satisfacción de los usuarios en la prestación de los servicios de taxis en la ciudad de Sucre. Por esta razón, ha establecido un acuerdo con la Carrera de Ingeniería Comercial de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UMRPSFXCH.

El sector de servicios de transporte público (conformado por microbuses y taxis, el primero regido por horarios y rutas definidas y el de taxis que no tienen horarios ni rutas definidas), en la ciudad de Sucre (como en otras), es una fuente importante en la generación de empleos e ingresos, razón por lo cual determinados sectores de la población asumen la decisión de incursionar en esta actividad económica, en algunos casos se constituye en una actividad que posibilita generar ingresos adicionales y en otros se constituye en la actividad económica principal y única. El uso del transporte público está en función de las necesidades del usuario, como factores de decisión en el "uso" están la "disponibilidad" de tiempo, el servicio de ruta, la capacidad adquisitiva, entre otros.

El transporte, de forma particular el público, en una ciudad es uno de los ejes dinámicos que la mantienen en constante movimiento, ya que satisface la necesidad de las personas de trasladarse de un lugar a otro no importando el motivo, pero ¿Basta con tan solo suministrar el servicio y tener microbuses y taxis? ¿Cómo se presta este servicio? ¿Cómo lo perciben los usuarios? ¿Les gusta o no? ¿Qué es lo que les causa molestia del mismo? ¿Están satisfechos con él? Es precisamente este conjunto de preguntas que intentan reflejar parte

de los vacíos de información que existe sobre la calidad en la prestación de los servicios de taxis en nuestra ciudad.

Hoy en día se puede observar las deficiencias del transporte público en la ciudad, comúnmente atribuidas al servicio de microbuses y taxis, expresadas en críticas por el servicio que prestan (en esto coinciden vecinos, autoridades y expertos en urbanismo) que se traducen en constantes quejas sobre la calidad del servicio de transporte público. Aspectos como la especulación en las tarifas (taxis) y la falta de control sobre estas, normas y reglamentos que no se cumplen, la informalidad en la prestación del servicio de taxis (no registrados legalmente), motorizados que se encuentran en mal estado (tanto interior como exteriormente), contaminación acústica y ambiental, entre muchos otros, son factores que influyen en la calidad del servicio.

En la ciudad de Sucre existen diferentes unidades económicas (asociadas, empresas e individuales o particulares) dedicadas a la prestación de servicios de transporte de pasajeros. Ahora bien, siendo el cliente la prioridad en la prestación del servicio de transporte, es muy importante conocer sus expectativas, así como el determinar su percepción sobre la calidad del servicio. Por tanto, considerando que el servicio de taxis es un servicio público, su prestación con eficiencia y eficacia incide positivamente en la calidad de vida de los ciudadanos; En esta perspectiva, los objetivos establecidos para la presente investigación fueron los siguientes:

Objetivo general: Determinar el nivel de calidad y satisfacción de los servicios de transporte público taxis en la ciudad de Sucre.

Objetivos específicos: Determinar las características del transporte (taxis) de la ciudad de Sucre.

Fuente: Elaboración propia.

Analizar leyes que regulan el servicio de transporte (taxis) en la ciudad de Sucre.

Para la determinación de la muestra se ha tomado en cuenta los siguientes parámetros:

Evaluar el servicio de transporte de taxis que ofrecen a los usuarios de Sucre.

Datos de la determinación del tamaño de la muestra

Parámetros	Usuarios/clientes del servicio de taxis	Población taxis
Unidad de la muestra:	Personas que utilizan el servicio.	Transporte público de Taxi de la ciudad de Sucre.
Elemento:	Personas de los 5 distritos urbanos del municipio de Sucre.	Personas que prestan el servicio público en la ciudad de Sucre.
Extensión	El área urbana de la ciudad de Sucre.	Distritos 1 al 5 de la ciudad de Sucre.
Tiempo	Recojo de información en la gestión 2018.	Recojo de información en la gestión 2018.
Parámetro pertinente:	Población que utiliza el servicio de Taxis.	Personas que prestan el servicio de taxis.
Población:	153.432 usuarios, entre 18 y 74 años de los 5 distritos urbanos (gestión 2017).	2.495 conductores de automóviles que prestan el servicio de taxis (gestión 2017).
Fórmula aplicada:	$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * P * Q}$	Dónde: N = tamaño de la población; E = error; n = tamaño de muestra; Z = nivel de confianza P = probabilidad éxito; Q = probabilidad fracaso
Tamaño de muestra:	336 usuarios que fueron encuestados.	333 conductores de radio móviles, sindicatos de taxis y taxistas particulares encuestados.
Técnica de muestreo	Aleatorio simple	Aleatorio simple

Fuente: Elaboración propia.

Así también, se procedió a evaluar la calidad del cuestionario, determinando su fiabilidad y su consistencia interna, a través del cálculo (en el SPSS) del coeficiente Alfa de Cronbach, cuyo resultado es de 0,846 siendo deseable que el valor de este, sea superior a 0,7 por la cual los ítems considerados en el cuestionario y los resultados obtenidos son consistentes y fiables.

estadístico, bibliográfico, así como el método Servqual y en cuanto a las técnicas de investigación fueron la encuesta, entrevistas y la observación. En el marco del método SERVQUAL aplicado, para medir la calidad del servicio de taxis, se consideraron las 5 dimensiones de la calidad del servicio, para los cuáles se identificaron y adaptaron 33 ítems, que se agruparon en las dimensiones respectivas, de acuerdo al siguiente detalle:

METODOLOGÍA

La investigación fue de carácter exploratorio y descriptivo. Para este efecto se aplicaron los métodos

Dimensiones del modelo SERVQUAL e ítems para medir la calidad de los servicios de taxi

Dimensión	Descripción	N° de Preguntas	Preguntas
Elementos Tangibles	Apariencia física (interna y externa) de los automotores, accesorios, equipos o componentes, presencia física de los conductores.	9	1 a la 9
Fiabilidad	Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza.	8	10 a la 17
Capacidad de Respuesta	Buena disposición para proporcionar un servicio expedito.	6	18 a la 23
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los conductores, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza.	5	24 a la 28

Empatía	Cuidado y atención que los conductores proporcionan a sus clientes.	5	29 a la 33
Total Ítems		33	33

Los 33 ítems fueron plasmados en un cuestionario (instrumento de medición), en el que se distinguen dos partes:

- Una 1ra, dedicada a las expectativas, donde se preguntan 33 afirmaciones que tratan de identificar las expectativas generales de los clientes o usuarios sobre el servicio de taxis.
- La 2da, dedicada a las percepciones, sobre las 33 afirmaciones anteriores donde la única diferencia es que hacen referencia a una valoración por el servicio específico que reciben por el uso del servicio de taxis.

En ambas partes del cuestionario se aplicaron la alternativa de respuesta tipo Likert de 1 a 7 puntos, cuyos significados fueron los siguientes:

- En cuanto a las percepciones, 1 indica que se está totalmente insatisfecho y 7 totalmente satisfecho.
- En las expectativas, 1 indica nada importante y 7 totalmente importante.

Por lo que, las expectativas y percepciones se valoraron por el nivel de importancia que le otorgan los encuestados a cada uno de los 33 ítems. Luego de la aplicación de los cuestionarios y una vez obtenidos los resultados de las puntuaciones se procedió a vaciar (en el programa SPSS), sistematizar y analizar (cuantitativamente) la información, obteniendo los promedios y la moda de cada uno de los ítems y por consiguiente de las cinco dimensiones de la calidad del servicio, así como el promedio general de todas las dimensiones.

Posteriormente, se realizó otro análisis cuantitativo que consistió en determinar

las brechas, resultado de las diferencias de los promedios entre las Percepciones y Expectativas de los clientes o usuarios sobre el servicio de taxis brindado por cada una de las dimensiones, a partir de los ítems que lo integran, procediéndose a realizar el cálculo del Índice de Calidad en el Servicio de Servqual (ICS), a partir de la diferencia de los promedios de cada dimensión, para lo cual se aplicó la siguiente formula:

$$ICS = \frac{\text{Percepciones} - \text{Expectativas}}{\text{Expectativas}}$$

Esta relación representa a la diferencia que existe entre lo que el cliente espera obtener del servicio de taxi y lo que ha recibido de él.

Por último se calculó el Índice Global de la Calidad en el Servicio de taxis, con la misma fórmula o la sumatoria de los resultados de los ICS de cada dimensión, la misma es la siguiente:

$$ICS \text{ global} = \sum i \text{ ICS}$$

La interpretación de este índice se hace con base en que si es un número negativo indica que las expectativas son mayores que las percepciones, si el número es positivo, indica que las percepciones de los clientes están por arriba de las expectativas, lo que significa que el servicio de taxis, en la ciudad de Sucre, si está cumpliendo con sus expectativas. De manera gráfica, se puede apreciar a continuación:

Índice de calidad percibida en el servicio de taxi y puntuaciones utilizadas

Fuente: Adaptado de Schiffman y Lazar, 2001.

Fuente: A partir de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985b).



Por tanto, las brechas o diferencias entre las percepciones y las expectativas produce tres situaciones: que las percepciones sobrepasen las expectativas, lo que significa altos niveles de calidad; que las percepciones sean inferiores que las expectativas, lo que significa bajo nivel de calidad; y que las percepciones igualen a las expectativas, lo que denota niveles modestos de calidad. No obstante para la presente publicación, se ha realizado determinadas conversiones que posibilitan presentar los resultados en porcentajes.

del servicio de taxis, con relación al servicio recibido y considerando que la calidad del servicio y el de satisfacción del cliente son constructos diferentes (aunque estén muy relacionados), se presentan indicadores sobre el grado de satisfacción a partir de las percepciones de los usuarios con relación al nivel máximo, estimando que el cliente espera recibir un 7 (puntuación máxima significando totalmente satisfecho) que se establece en las respuestas del cuestionario correspondiente a las percepciones. Sobre esta base, se establecen los siguientes rangos de satisfacción:

Por otra parte, a partir del análisis de las percepciones de los clientes o usuarios

Índice de satisfacción del usuario y Escala Likert para medir la satisfacción del usuario

Fuente: Adaptado de Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2006).

Escala de Likert	Significado	Rango de % de satisfacción del cliente
1	Totalmente insatisfecho	0-15
2	Moderadamente insatisfecho	15-30
3	Ligeramente insatisfecho	30-45
4	Ni insatisfecho ni satisfecho	45-55
5	Ligeramente satisfecho	55-70
6	Moderadamente satisfecho	70-85
7	Totalmente satisfecho	85-100

Bajo este marco metodológico, se presentan y analizan los resultados obtenidos para cada una de las dimensiones y el análisis global del nivel de satisfacción y calidad del servicio de taxis en la ciudad de Sucre.

RESULTADOS

Características de la oferta en la prestación del servicio de taxis

Horarios de trabajo: Las preferencias y los horarios en los cuales prestan sus servicios de taxis, de acuerdo a los resultados obtenidos, el 35% de los taxistas trabaja todo el día, un 30% indica que trabaja por las mañanas, un 22% indica que trabaja solo en la tardes. Los horarios de trabajo que cumplen los

taxistas para prestar el servicio, depende de muchos factores, se presentan casos en que *“funcionarios públicos, que salen de su trabajo, se quitan la corbata y ponen su letrero de taxi para ganar unos extras entre las seis y las ocho de la noche, donde se puede observar un alto número de taxistas activos en la semana, también se da el caso de que muchas personas tienen su auto y se ponen a trabajar en sus tiempos libres”*.

La disponibilidad de accesorios en los vehículos: Según los resultados obtenidos, sobre la disponibilidad de accesorios, los vehículos cuentan con los diferentes accesorios para brindar el servicio, algunos de estos son controlados por el organismo de

Tránsito en los procesos de inspección técnica que se realiza anualmente. En cuanto a radio, triángulo, extinguidor y llanta de auxilio poseen el 100% de los vehículos. Se evidencia que existe un 23% aproximadamente de los vehículos, que no cuentan con basureros incidiendo en las condiciones de la prestación del servicio.

La limpieza y el mantenimiento de los vehículos: Otro de los elementos relacionados a la calidad en la prestación de los servicios de taxi, están la limpieza y el mantenimiento de los vehículos, los resultados obtenidos son: i) En cuanto a la limpieza de los vehículos, el 81% de los taxistas lo hacen de manera personal, es decir por ellos mismos en cambio un 19% indica que recurren a un servicio de lavado de vehículos; ii) Sobre el mantenimiento de sus vehículos, aproximadamente el 50% lo hacen cuando ellos ven por conveniente, indicando que es complicado registrarse bajo parámetros de kilometraje recorrido, ya que sus recorridos son normalmente cortos, paradas en cada momento, entre otros factores. En porcentajes del 27,6 lo hacen semanalmente sobre todo aquellos vehículos cuyo modelo son antiguos y tienen un nivel relevante de deterioro en sus vehículos.

Pasajeros que contratan los servicios de taxi: Desde la perspectiva de los taxistas, la cantidad de pasajeros que contratan sus servicios, por día y de manera aproximada se da en las siguientes proporciones y cantidades; el 31% de los taxistas manifiesta que adquieren sus servicios entre 21 a 30 pasajeros por día, el 30% indica que contratan sus servicios entre 11 a 20 pasajeros por día y un 23% revela que adquieren sus servicios menor a 10 pasajeros por día. No obstante, estas cantidades están directamente relacionadas con el tiempo y horarios que se dedican a la prestación del servicio de taxi. Esta información indica la cantidad de pasajeros que perciben servicios por

día, permite saber cuán importante es el servicio para la población de Sucre.

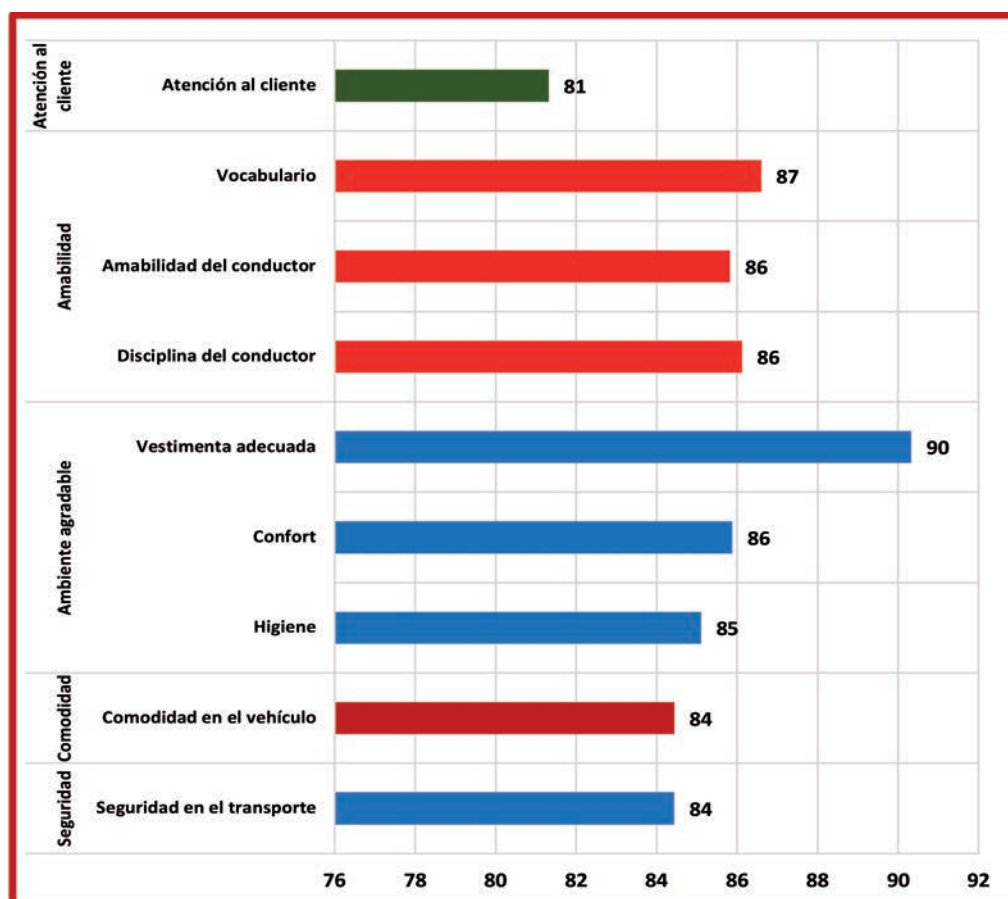
Principales problemas en la prestación del servicio: Se procedió a consultar a los conductores de los vehículos y se identificaron cuatro tipos de problemas que afectan e influyen en la prestación del servicio, estos son: i) Con el 52,5% esta como principal problema el excesivo tráfico de vehículos, generando congestión vehicular, sobretodo en algunas zonas de la ciudad. ii) Luego con el 27,8% está la señalización de las calles. iii) Después esta Tránsito con el 11,6% referido a problemas vinculados a educación vial, vigilancia policial y abusos de autoridad. iv) Y por último identifican a otros con el 8%, estas están referidas a que no hay una buena coordinación entre la alcaldía y tránsito para atender al sector, ausencia de un ente regulador y control en la prestación del servicio.

El grado de importancia en los factores del servicio al cliente: En la perspectiva del presente estudio, el servicio al cliente es el servicio o atención que los conductores o “taxistas” brindan a sus clientes o “pasajeros” al momento de atender sus consultas, solicitudes o reclamos, que son parte de la prestación del servicio de transporte y desplazamiento. Para entender mejor este concepto se han identificado los siguientes factores (algunos se desagregan) que intervienen en la prestación del servicio al cliente: Seguridad, Comodidad, Ambiente agradable (higiene, confort, vestimenta), Amabilidad (disciplina, amabilidad y vocabulario del conductor) y Atención al cliente. Por tanto, se presta un buen servicio al cliente cuando se ha trabajado en estos factores; por ejemplo, cuando trata a sus clientes con amabilidad, les ofrece un ambiente agradable y los hace sentir, cómodos y seguros. Los resultados obtenidos y que se presentan en cuanto al servicio al cliente, corresponden a la perspectiva de los

conductores de los vehículos del servicio de taxis, estos son los siguientes:

Valoración sobre los factores que determinan el servicio al cliente

Fuente: Elaboración propia en base las encuestas.



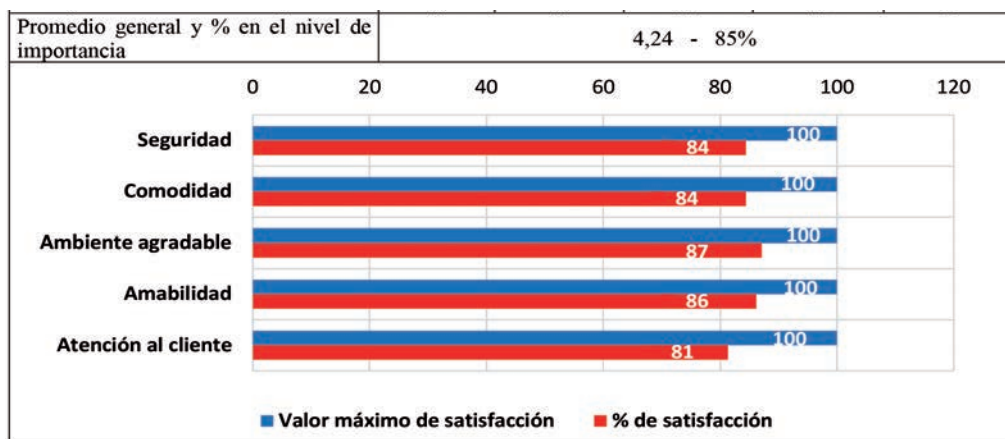
Los resultados obtenidos y presentados en el gráfico representan los valores promedio, de cada uno de los factores que determinan el servicio al cliente y estos, están en el rango de 4,07 a 4,52 considerando una escala Likert de 1 (menos importante) a 5 (más importante) representando el nivel de importancia que consideran que le otorgan los conductores de los vehículos a la

prestación del servicio al cliente. Por tanto, se tiene entre el 81 al 87% de los niveles de importancia que le asignan a los diferentes factores que constituyen el servicio al cliente.

Considerando los factores centrales de la prestación del servicio y agregando sus componentes, se tienen los siguientes resultados:

Grados de importancia en la prestación del servicio al cliente

	Seguridad	Comodidad	Ambiente agradable	Amabilidad	Atención al cliente
Valor máximo: Razón más importante	5	5	5	5	5
Percepción promedio de nivel de importancia asignada en el servicio	4,22	4,22	4,36	4,31	4,07
% asignado en el nivel de importancia	84	84	87	86	81



Fuente: Elaboración propia en base las encuestas.

En general el nivel de importancia asignada al servicio al cliente tiene un promedio de 4,24 sobre 5, lo que equivale al 85% del rango del porcentaje de importancia sobre la prestación del servicio, el factor más afectado es el de la atención al cliente que obtuvo 4,07 de promedio que equivale a un 81% del rango del % de importancia.

54% corresponde al segmento femenino y el 39% a los varones.

Considerando el número y el porcentaje de usuarios que utilizan el servicio de taxis, los resultados siguientes que se presentan consideran a esta población, descartando a las personas que no utilizan el servicio.

Características generales de los usuarios y el uso del servicio de taxis

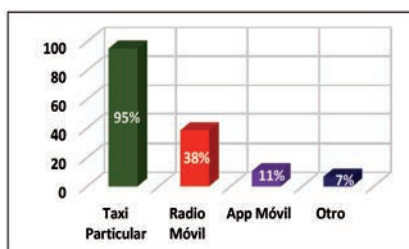
Servicio de taxi de uso habitual y frecuencia de uso semanal: En cuanto al uso habitual y la frecuencia de uso, se tiene la siguiente información:

Población por sexo, distrito y edad:

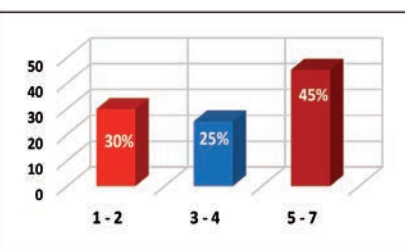
El 56% de las personas encuestadas corresponde al género femenino y el 44% al género masculino. Respecto a la pertenencia de los distritos, en el distrito 2 está concentrada el 48% de las personas. En el resto de los distritos están entre el 10 y 17% de la población. Por otra parte, la población es en su mayoría joven, ya que 66% de los encuestados se encuentra en el rango de 18 a 40 años de edad; destaca el intervalo de 21 a 35 (47%), correspondiente, entre otros, al segmento de los estudiantes universitarios. Es importante aclarar que la proporción de este rango de edad está influido por ser Sucre una Ciudad Universitaria.

Uso del servicio de taxi: De la información obtenida de la muestra, se ha determinado que el 7% no utiliza el servicio público de taxis, en cambio el 93% si lo hace, de este porcentaje el

Servicio de taxi de uso habitual



Frecuencia de uso semanal del servicio de taxi



En cuanto al uso habitual del servicio de taxi, por la dinámica que tienen los usuarios de poder acceder a uno u otro tipo de servicio de taxi, se aplicó una pregunta de respuesta múltiple, en esta perspectiva, de manera porcentual se obtiene que el taxi particular tiene mayor participación con el 95%, seguida del radio móvil con el 38%, luego se tiene a la App móvil con un 11% y por último a otros (moto taxis, vecinos, amigos) con un 7%.

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la frecuencia de uso semanal del servicio de taxi, se puede observar que el servicio de transporte público de taxi, en la ciudad de Sucre, es utilizado regularmente, ya que el 45% de las personas realizan entre cinco y siete viajes a la semana. En cambio el 30% realiza entre uno y dos viajes a la semana. Y por último, se tiene que el 25% de los usuarios encuestados realiza entre 3 y 4 viajes.

Razones centrales para el uso del servicio de taxi: Considerando que cada usuario tiene diferentes razones (entre una y otra contratación) para desplazarse y contratar el servicio de taxi, se utilizó la escala de Likert para calificar las respuestas, en escalas de 1 a 5 y categorías entre la opción más utilizada (5) a la menos utilizada (1), es decir, 5 para la opción más utilizada, 4 para la segunda, 3 a la tercera, 2 a la cuarta, y 1 a la última. Entre los motivos centrales para el desplazamiento y el uso del servicio de taxi, en primer lugar, está el transporte hacia el lugar de trabajo y/o estudio, obteniéndose un promedio de 3,8 en el marco de las categorías de 1 a 5 establecidas en las alternativas de respuestas, resultado que se aproxima a 4, no obstante, la respuesta que más se repite y obtiene es de 5 representando a la moda. Si representamos el valor de la media (3,8), respecto al valor más alto que refleja la opción más utilizada (5) obtenemos el 75% en el grado de importancia en el uso del servicio. La segunda razón por la que contratan el servicio de taxi, es el

transporte a eventos sociales y culturales obteniéndose una media de 3,7 y una moda de 4. La relación entre la media y el valor más alto (5) nos da un resultado del 74% de importancia. En tercer lugar, se encuentra a los desplazamientos hacia la terminal de buses y el aeropuerto cuya media es de 3,4 cuyo porcentaje es de 64% y una moda de 3. En las tres categorías menos utilizadas se deben a las razones cuando se presentan desperfectos en sus movilidad (media 2,2), tras algún accidente (media 1,8) y en otras ocasiones (media 1,0).

La calidad y el grado de satisfacción percibido en el servicio de taxi

La dimensión Tangibilidad

La dimensión Tangibilidad comprendió nueve preguntas (relacionadas a todos aquellos elementos tangibles de la prestación del servicio), cuyas respuestas obtenidas determinan los valores de las expectativas y sus percepciones, a partir de las cuales se ha estimado la brecha o el nivel de calidad percibida. Así también, considerando los valores obtenidos en el cuestionario de percepción y relacionando con el valor más alto (7 totalmente satisfecho) se estima el grado de satisfacción, este es expresado en porcentaje. Ambos indicadores se establecen, tanto para cada uno de los ítems, como para la dimensión Tangibilidad en general. Resultados que se presentan a continuación:

Calidad percibida y grados de satisfacción del servicio de taxis, dimensión Tangibilidad

N°	Ítems de la dimensión Tangible	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Promedio Brecha (C - B)	Grado de satisfacción (C/A%) (%)	Índice general de calidad percibida	Grado de satisfacción Gral. (%)
1	Los automotores tienen buena apariencia externa.	7	5,6	2,6	-3,0	37,8	-3,3	36,5
2	Los automotores son modernos.	7	5,6	2,5	-3,1	36,1		

3	El interior del motorizado está limpio.	7	6,0	2,5	-3,5	35,6	-3,3	36,5
4	Los componentes del vehículo (Ventanas, asientos, chapas, cerraduras, puertas) están en buen estado.	7	5,9	2,6	-3,3	36,7		
5	Los componentes del vehículo (Ventanas, asientos, chapas, cerraduras, puertas) funcionan.	7	5,8	2,5	-3,3	36,0		
6	Los "materiales" del servicio (colores del vehículo, carteles informativos, letreros distintivos) son atractivos.	7	5,9	2,6	-3,3	37,1		
7	Los conductores están debidamente identificados (Portan credencial o identificativo).	7	6,1	2,5	-3,6	35,3		
8	Los conductores están higiénicamente presentables para su labor.	7	6,0	2,6	-3,5	37,0		
9	Los conductores están "adecuadamente" vestidos para ejercer su trabajo.	7	6,0	2,6	-3,5	37,0		

Considerando los resultados correspondientes a las percepciones respecto al grado de satisfacción, en promedio el rango se encuentra entre el 35,3% al 37,8% y en promedio toda la dimensión Tangibilidad alcanza el 36,5% del nivel de satisfacción.

Los resultados obtenidos, en cuanto a las expectativas, para los nueve ítems de la dimensión Tangibilidad en la prestación del servicio de taxis, está (en promedio) entre 5,6 y 6,1 correspondiendo a la apariencia externa y lo moderno que son los vehículos (ambos con 5,6) y 6,1 a la identificación (distintivos) de los conductores. En cambio las percepciones están, en promedio, entre 2,5 y 2,6 no existiendo diferencias significativas entre uno y otro ítem.

Todos los resultados obtenidos, correspondientes a las puntuaciones del Servqual, son negativos (menores a cero), los mismos se encuentran alrededor de -3,3 valores que establecen la existencia de un déficit y falta de calidad (calidad deficiente) en la dimensión Tangibilidad en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre.

La dimensión Fiabilidad

La dimensión Fiabilidad en la prestación del servicio de taxis y dentro del modelo SERVQUAL es la más importante, ésta considera ocho atributos o ítems que comprenden las características relacionadas a los niveles de cumplimiento de las condiciones de la prestación del servicio de taxis. Es importante mencionar que su cumplimiento de los diferentes ítems pasa desapercibido, pero su incumplimiento genera gran insatisfacción, como es el caso de llegar a su destino oportunamente y en condiciones óptimas, que es la razón de ser del servicio.

Los resultados obtenidos, considerando las diferentes variables se presentan en el siguiente cuadro:

Fuente: Elaboración propia.

Calidad percibida y grados de satisfacción del servicio de taxis, dimensión Fiabilidad

N°	FIABILIDAD	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Promedio Brecha (C - B)	Grado de satisfacción (C/A%) (%)	Índice general de calidad percibida	Grado de satisfacción Gral. (%)
10	El taxista cobra la tarifa establecida.	7	5,9	2,4	-3,4	34,8	-3,0	42,7
11	En caso de fallas técnicas del vehículo, el conductor le da soluciones rápidas.	7	5,9	6,0	0,2	85,9		
12	Operadoras de radio móviles, registran reclamos/sugerencias de pasajeros.	7	5,9	2,4	-3,5	33,9		
13	Los radio móvil, cumplen con los horarios comprometidos de recojo.	7	6,0	2,5	-3,5	36,3		
14	El conductor del radio móvil, contribuye en la solución de problemas del pasajero.	7	6,0	2,5	-3,5	35,4		
15	El conductor conduce directamente al destino.	7	6,1	2,6	-3,4	37,5		
16	El conductor lleva a pasajeros extras.	7	6,1	2,7	-3,4	39,1		
17	Accede con facilidad al servicio de taxis.	7	6,2	2,7	-3,5	38,3		

Fuente: Elaboración propia.

En la dimensión Fiabilidad, los niveles promedio de las expectativas, considerando sus diferentes atributos, están entre 5,9 y 6,2 el índice más bajo corresponde al cobro de la tarifa establecida y el más alto pertenece a la facilidad en el acceso al servicio. En cuanto a los valores promedio de las percepciones sobre el servicio recibido, los ítems respectivos de la dimensión, están entre los rangos de 2,4 y 6. No obstante, siete de los ocho ítems tienen un valor entre 2,4 y 2,7 y solo el ítem de soluciones rápidas a fallas técnicas tiene un valor promedio de 6.

A partir de la información obtenida, se establece que en 7 de los 8 ítems el Índice de Calidad del Servicio sus resultados son negativos, por tanto menores a cero (entre -3,4 y -3,5), razón por la cual, la prestación del servicio desde la perspectiva de la Fiabilidad presenta deficiencias en la calidad. Solo en el ítem correspondiente a la solución de fallas técnicas se obtiene un valor

promedio mayor a cero, por lo cual, en éste ítem, la calidad es excelente. Así también, las brechas que más resaltan (-3,5), están relacionadas a la falta de registros de reclamos y sugerencias de los pasajeros, el cumplimiento de los horarios de espera y al acceso del servicio de taxis.

La dimensión Capacidad de respuesta

Para la dimensión Capacidad de Respuesta, se establecieron seis ítems, cuyos resultados son los siguientes:

Calidad percibida y grados de satisfacción del servicio de taxis, dimensión Capacidad de Respuesta

N°	CAPACIDAD DE RESPUESTA	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Promedio Brecha (C - B)	Grado de satisfacción (C/A%) (%)	Índice general de calidad percibida	Grado de satisfacción Gral. (%)
18	El conductor responde dudas del pasajero respecto al servicio.	7	5,7	2,6	-3,1	37,4	-3,4	36,4
19	Es accesible utilizar el servicio de radio móvil.	7	5,8	2,5	-3,3	36,1		
20	El conductor maneja adecuada/ el equipaje	7	6,1	2,5	-3,6	35,1		
21	El servicio de transporte es rápido.	7	6,2	2,6	-3,6	36,8		
22	Es fácil acceder al servicio de taxis en diferentes horarios.	7	5,9	2,6	-3,4	36,5		
23	Los tiempos de espera del radio móvil son los acordados.	7	5,9	2,6	-3,4	36,7		

Los resultados sobre las expectativas que tienen los usuarios (columna B) tienen un valor promedio que esta entre 5,7 y 6,2. Relacionando las percepciones (columna C) con el valor de la categoría Totalmente Satisfecho (columna A) y expresándolo en porcentajes, se obtiene el grado de satisfacción entre 35,1% y 37,4% valores que se encuentran en la escala de Likert de 3, representando de acuerdo al rango de % de satisfacción del cliente, como ligeramente insatisfecho.

Por otro lado, la calidad percibida que corresponde a la diferencia entre la Percepción (columna C) y las Expectativas (columna B), se obtuvieron resultados promedio que están entre -3,6 y -3,1. Ambos resultados son negativos estableciéndose una falta de calidad en la prestación del servicio de taxis, desde la dimensión Capacidad de Respuesta. Los ítems que tienen la más baja calidad

percibida corresponden al manejo adecuado del equipaje (si fuera el caso) y a la rapidez en el traslado (ambos con -3,6). Luego se tiene con valores promedio de -3,4 a la facilidad en el acceso al servicio de taxis en diferentes horarios y en el caso del radio móvil los tiempos de espera son exactos a los acordados. Estos resultados establecen deficiencias en la calidad de la prestación del servicio de taxis.

La dimensión Seguridad

En la dimensión Seguridad se establecieron 5 ítems o atributos que posibilitaron determinar las expectativas, sus percepciones, la calidad y el grado de satisfacción por la prestación del servicio de taxis. En el cuadro siguiente se presentan los resultados sobre los diferentes atributos, así como el índice de calidad percibida y el grado de satisfacción del servicio:

Fuente: Elaboración propia.

Calidad percibida y grados de satisfacción del servicio de taxis, dimensión Seguridad

N°	SEGURIDAD	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Promedio Brecha (C - B)	Grado de satisfacción (C/A%) (%)	Índice general de calidad percibida	Grado de satisfacción Gral. (%)
24	El comportamiento del conductor le inspira confianza.	7	6,0	2,6	-3,4	37,8	-3,6	37,7

25	La apariencia del conductor le inspira confianza.	7	6,5	2,6	-3,9	37,1	-3,6	37.7
26	Se siente seguro de realizar transacciones con taxis públicos.	7	6,1	2,6	-3,5	37,5		
27	El trato del conductor es amable y cordial.	7	6,2	2,6	-3,6	37,8		
28	El conductor tiene conocimiento para responder las preguntas de los pasajeros	7	6,1	2,7	-3,4	38,5		

Fuente: Elaboración propia.

Los valores promedio obtenidos para el nivel de las expectativas se encuentran entre 6,0 y 6,5 resultados que se aproximan al valor del nivel más alto (7 en la escala de Likert). Los atributos más importantes, desde la perspectiva de sus Expectativas, para el usuario son: con un 6.5 de promedio que la apariencia del conductor inspire confianza para utilizar el servicio, así mismo que el taxista trate de manera cordial al pasajero, es decir, una buena atención al cliente con una media de 6.2. Finalmente, que el conductor tenga conocimiento de su trabajo para responder las preguntas de los pasajeros con un 6.1 de promedio.

En cambio las percepciones tienen un valor promedio entre 2,6 (4 de los 5 atributos) y 2,7 (solo 1 de los 5 atributos). La diferencia entre los valores promedio de los diferentes atributos es baja. Los resultados promedio denotan que los usuarios concuerdan que la mayoría de los taxistas no inspiran confianza al momento de tomar el servicio con un promedio de 2,6 seguido por el comportamiento del conductor y el trato cordial hacia al usuario.

A partir de la diferencia de los valores promedio de las Percepciones y las Expectativas se determinaron la calidad percibida de cada uno de los atributos de la dimensión Seguridad. Los resultados están en el rango de -3,9 y -3,4 resultados (negativos) que expresan para todos los ítems y para toda la dimensión como una deficiente prestación en el servicio de taxis.

Por otro lado, relacionando la columna C (percepción) con la columna A (valor alto de la escala de Likert) se determina el grado de satisfacción del usuario, cuyos valores se encuentran entre 37,1% y 38,5% reflejando un nivel correspondiente a ligeramente insatisfecho.

El Índice de Calidad Percibida de todos los atributos, de la dimensión Seguridad, tiene un valor promedio negativo, estableciendo una falta de calidad en la prestación del servicio de taxis. Para los usuarios, la falta de confianza generada por la apariencia del conductor genera un valor de -3,9 (negativo) este indicador es el más alto que se obtiene sobre la calidad percibida. Seguido por el atributo relacionado al trato cordial que los conductores dan a los usuarios con un valor de -3,6. Estos valores negativos, de acuerdo al modelo, establece, en la dimensión Seguridad, una deficiencia de calidad en la prestación del servicio de taxis.

La dimensión Empatía

Por último, en la dimensión Empatía se establecieron 5 atributos que permitieron obtener la calidad percibida y el grado de satisfacción en la prestación del servicio de taxis. Esta información se presenta en el siguiente cuadro:

Calidad percibida y grados de satisfacción del servicio de taxis, dimensión Empatía

N°	EMPATÍA	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Promedio Brecha (C - B)	Grado de satisfacción (C/A%) (%)	Índice de Calidad Percibida Global	Grado de satisfacción Global (%)
29	El conductor comprende las necesidades específicas requeridas de sus pasajeros.	7	5,8	2,5	-3,3	36,0	-3,4	37,2
30	El conductor se preocupa por responder a los intereses de sus pasajeros.	7	5,9	2,6	-3,3	37,0		
31	Existe disponibilidad de movilidades en todos los horarios.	7	6,0	2,6	-3,4	36,8		
32	El conductor ayuda a sus pasajeros.	7	6,0	2,6	-3,4	37,2		
33	El conductor ofrece sus servicios para futuros requerimientos.	7	6,1	2,7	-3,3	39,0		

En cuanto a los atributos de la dimensión Empatía, los valores promedio obtenidos sobre las Expectativas están en el rango de 5,8 a 6,1 sobre 7 que representa el valor máximo en la escala de Likert. En cambio los valores promedio obtenidos sobre las percepciones se encuentran entre 2,5 y 2,7. A partir de la relación de las dos variables (P-E) se determinan la brecha o la calidad percibida, que se encuentran entre -3,4 y -3,3 reflejando niveles de baja calidad en la prestación del servicio. Por otro lado, el grado de satisfacción, desde los diferentes atributos de la dimensión Empatía tiene valores que van desde el 36% al 39% representando niveles de Ligeramente Insatisfechos.

La disponibilidad de movilidades (en todos los horarios) y la cooperación del conductor a sus pasajeros obtienen un resultado promedio de calidad percibida

de -3,4 seguida de la comprensión de las necesidades específicas, la preocupación por responder a los intereses y el ofrecimiento de sus servicios para futuros requerimientos de los usuarios con un valor promedio de -3,3. En todos los casos los valores negativos representan bajos niveles de calidad percibida y por tanto, se presentan deficiencias en la calidad de la prestación del servicio de taxis.

Calidad del servicio global y grado de satisfacción del servicio de taxis

En este acápite se presentan los resultados globales obtenidos, considerando los valores promedio, de cada una de las cinco dimensiones de la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre.

Fuente: Elaboración propia.

Calidad percibida y grados de satisfacción general/global del servicio de taxis

	Totalmente Satisfecho (A)	Expectativa (B)	Percepción (C)	Índice general de calidad percibida (C - B)	Grado de satisfacción Gral. (C/A%) (En %)
Tangibilidad	7	5,9	2,6	-3,3	36,5
Fiabilidad	7	6,0	3,0	-3,0	42,7
Capacidad de Respuesta	7	5,9	2,6	-3,4	36,4

Seguridad	7	6,2	2,6	-3,6	37,7
Empatía	7	6,0	2,6	-3,4	37,2
Promedio Total	7	6,0	2,7	-3,3	38,1

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a las Expectativas, los valores promedio obtenidos para las diferentes dimensiones que se han considerado, de acuerdo al modelo Servqual, están entre 5,9 (Tangibilidad) y 6,2 (Seguridad). El promedio total de las Expectativas, de forma global, para la prestación del servicio es de 6,0. En cambio los valores promedio de las percepciones y de cada una de las dimensiones están en el rango de 2,6 (Tangibilidad) a 3,0 (Fiabilidad). Se obtiene un valor promedio, considerando la prestación del servicio de manera global de 2,7.

El Índice de Calidad Percibida de las diferentes dimensiones está entre -3,6 a -3,0 cuyo valor promedio para la toda la prestación del servicio de taxi es de -3,3 estableciéndose, de acuerdo a la escala asumida en el modelo y al ser valores negativos se establece la existencia de un déficit o falta de calidad (calidad deficiente) en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre.

En cuanto al grado de satisfacción del servicio, las dimensiones de la prestación del servicio de taxis está entre el 36,4% (Capacidad de Respuesta) y el 42,7% (Fiabilidad), obteniéndose un promedio global para la prestación del servicio de 38,1% estableciendo un nivel correspondiente a ligeramente insatisfecho.

Las valoraciones promedio sobre las Expectativas de las dimensiones, en la prestación del servicio de taxis está como el más importante la Seguridad (6,2), seguida de las dimensiones de Fiabilidad y Empatía (ambas con 6,0), luego está la Capacidad de Respuesta (5,9) y por último, los Aspectos Tangibles (5,9). Cabe resaltar que no existe un margen de diferencia representativo entre las valoraciones realizadas sobre

las diferentes dimensiones.

En cuanto a las Percepciones, la dimensión más valorada es la Fiabilidad con un valor promedio de 3,0 seguida de las otras 4 dimensiones (Tangibilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) que obtienen un valor promedio de 2,6 cada una.

DISCUSIÓN

La Dimensión Tangibilidad

El Índice de Calidad del Servicio en la dimensión Tangibilidad es de -3,3 resultado que nos indica que el servicio de taxis no logra satisfacer las expectativas de los clientes en cuanto a los elementos tangibles del servicio; mientras que las expectativas son altas, las percepciones están muy por debajo de ellas, generando una brecha significativa; Entre los factores identificados que limitan la calidad están, entre otros, los siguientes:

- No existen, en la mayoría de los taxis, los materiales visibles asociados al servicio (letreros, distintivos, colores, entre otros) que posibiliten su reconocimiento, aspecto que genera molestias en los usuarios que requieren el servicio, al realizar señas a los automóviles que son y no son taxis, con evidente molestia de los que no son.
- A esto contribuye el mal estado (en gran porcentaje) de las moviidades, presentando desperfectos (o lo sacan intencionalmente) los botones o manivelas de las ventanas, dificultades en las puertas (no funcionan correctamente), asientos en mal estado, a veces se presentan fallas mecánicas.

- Por otro lado, la falta de higiene del conductor y la limpieza del vehículo (autos sucios). Taxistas que visten gorras, gafas oscuras, además, varios choferes están hablando por su celular mientras conducen. En muchos casos están acompañados (esposas, parejas -a veces con bebés- o amigos).

La dimensión Fiabilidad

El Índice de Calidad del servicio en la dimensión de Fiabilidad es de -3,0 por lo que el servicio de taxis, de acuerdo a los resultados obtenidos, tampoco es fiable; si bien las expectativas de los clientes son altas, sin embargo, luego de recibir el servicio la percepción que tienen sobre el mismo está muy por debajo, generando también una brecha significativa. Entre los factores identificados están los siguientes:

- El factor más crítico en esta dimensión es el cobro de tarifas altas: en distancias cortas, en las noches al recogerse de algún evento social, cuando en la terminal y aeropuerto se contrata individualmente el servicio, por llevar rápido al destino, a veces se reclama y se molestan. Los taxistas con “mayor experiencia” normalmente abusan en el cobro.
- Otro de los factores está relacionado a que no siempre se los lleva a su destino de manera directa, cuando se presenta otro usuario en el trayecto, en muchos casos, optan por brindarles el servicio (a veces le dejan primero al segundo pasajero), o cargar combustible, generando perjuicios en tiempo e itinerarios (“se supone que uno utiliza el servicio del taxi para transportarse de manera más rápida”).
- Muchos conductores preguntan ¿a dónde? para decidir ir al lugar y si la ruta les conviene “*pues no quieren*

ir los desgras...”. “El servicio es pésimo, no quieren recoger a una sola persona se pasan de largo y los precios que cobran es a su parecer, no hay quien controle eso”.

La dimensión Capacidad de respuesta

En cuanto a la dimensión Capacidad de Respuesta el Índice de Calidad del Servicio es de -3,4 por lo que el servicio de taxis en la ciudad de Sucre, no tiene una buena capacidad de respuesta en el servicio que brinda; si bien las expectativas son ligeramente altas, sin embargo, las percepciones por el servicio están muy por debajo, generando también una brecha significativa, entre otras.

Relacionando las percepciones con el valor de la categoría Totalmente Satisfecho y expresándolo en porcentajes, se obtiene el grado de satisfacción que está entre 35 y 37% valores que se encuentran en la escala de Likert de 3, representando de acuerdo al rango de % de satisfacción del cliente, como ligeramente insatisfecho.

Por otro lado, la calidad percibida que corresponde a la diferencia entre la Percepción y las Expectativas, se obtuvieron resultados promedio que están entre 40 y 46% resultados que establecen una falta de calidad en la prestación del servicio de taxis, desde la dimensión Capacidad de Respuesta.

Los ítems que tienen la más baja calidad percibida corresponden al manejo adecuado del equipaje (si fuera el caso) y a la rapidez en el traslado. Luego se tiene con valores promedio del 37% a la facilidad en el acceso al servicio de taxis en diferentes horarios y en el caso del radio móvil los tiempos de espera son exactos a los acordados. Estos resultados establecen deficiencias en la calidad de la prestación del servicio de taxis.

- Los operadores (radio móvil) del servicio muchas veces tardan en llegar para prestar sus servicios, generando ineficiencias, “se espera más tiempo del que nos dicen”. No cumplen con brindar el servicio en el tiempo prometido. No se preocupan por brindar un servicio libre de errores. No muestran un verdadero interés en ayudar a los pasajeros.
- No se conocen experiencias donde las operadoras hayan procesado quejas y las hayan resuelto.

La dimensión Seguridad

El Índice de Calidad del Servicio en la dimensión Seguridad es de -3,6; por lo que esta dimensión en el servicio de taxis, tampoco es una garantía de calidad, aunque antes de recibir el servicio, los clientes tengan puesto altas expectativas en el mismo; el comportamiento de los conductores no siempre inspira confianza, los clientes no se sienten seguros con el servicio, los conductores no tratan con cortesía a los clientes y se identifican limitaciones para responder a las consultas y necesidades de los clientes. Entre los factores que determinan el nivel de calidad percibida están, entre otros los siguientes:

- La no existencia de registros completos de vehículos y conductores, *“actualmente, existe alrededor de 2500 automotores registrados legalmente en Tránsito para operar como taxistas, que representa tan solo el 20 % de todos los taxistas que operan en la ciudad de Sucre. El otro 80% de taxistas no están registrados. Esto hace la situación incontrolable de tener un dato exacto de los taxis piratas porque se tendría que estar tras de cada uno para ver si cumple con su registro”*.
- En cuanto a los móviles *“no tenemos registros completos”* debido a que

estas se abren y cierran, incluso entran en este grupo las empresas que ofertan sus servicios de transporte público como taxis a partir de una aplicación móvil, como es el caso de Ktaxi y TaxiNet, en la ciudad de Sucre. *“Las únicas empresas (operadoras) registradas ante Tránsito actualmente son: ATL, Sindicato Sucre, Santa Bárbara, Salvador Sánchez, Jaime Mendoza y 6 de Agosto. Como se verá son muy pocas de las que existen y operan en la ciudad”*.

- Otro de los factores críticos está relacionado a los bajos niveles de amabilidad y cordialidad que tienen los conductores *“muy pocos son amables, la mayoría abusan y hasta pierden el respeto en momentos cuando a veces se demora en subir o en bajar de la movilidad, o cuando se reclama el cobro excesivo y a veces responden con agresiones verbales”*.
- El uso fuera de la normativa de “Vidrios polarizados” que solo el Ministerio de Gobierno a través del Viceministerio de Régimen Interior y Policía puede autorizar. Aspecto que no se controla de manera regular.
- El no control de cambio de color de las luces al interior del automotor, por ausencia de normativa. Se puede observar cambios de todo color en función a gustos y preferencias de los dueños de los motorizados, lo cual crea mucha susceptibilidad. Además, de los cambios en las luces en los faroles a las LED, hecho que encandila a otros conductores generando riesgos y peligros

La dimensión Empatía

En el otro aspecto evaluado, fue la dimensión de la empatía del servicio, obteniéndose un Índice de Calidad del Servicio de -3,4 por lo que tampoco satisface las expectativas de los

clientes, que son altas, generándose una brecha significativa.

La disponibilidad de movi­lidades (en todos los horarios) y la cooperación del conductor a sus pasajeros obtienen un resultado promedio de calidad percibida del 43% seguida de la comprensión de las necesidades específicas, la preocupación por responder a los intereses y el ofrecimiento de sus servicios para futuros requerimientos de los usuarios con un valor promedio del 44%. En todos los casos se obtuvieron valores negativos que representan bajos niveles de calidad percibida y por tanto, se presentan deficiencias en la calidad de la prestación del servicio.

- No se brinda una atención de calidad. Las operadoras y conductores no tienen como prioridad los intereses de los pasajeros y no comprenden, ni están atentos a los deseos y necesidades específicas de los clientes. Se presentan situaciones que a veces *“no ayudan a cargar las bolsas de mercado u otros (prácticamente abren desde adentro del vehículo la puerta de atrás y les vale y encima te apuran)”*.
- No se brinda una atención de calidad. Las operadoras y conductores no tienen como prioridad los intereses de los pasajeros y no comprenden, ni están atentos a los deseos y necesidades específicas de los clientes. Se presentan situaciones que a veces *“no ayudan a cargar las bolsas de mercado u otros (prácticamente abren desde adentro del vehículo la puerta de atrás y les vale y encima te apuran)”*.

Calidad del servicio global y grado de satisfacción del servicio de taxis

Los resultados negativos obtenidos, en

cada una de las dimensiones y en el nivel global, establecen deficiencias de calidad en la prestación del servicio de taxis. La dimensión que presenta mayor deficiencia es el de la Seguridad (-3,6) y la de menor deficiencia es la Fiabilidad (-3,0). El Índice de Calidad Percibida para la prestación del servicio de taxis, de manera global es de -3,3.

Por tanto, la calidad en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, presenta deficiencias significativas, estableciendo brechas entre lo que esperan recibir y lo que realmente reciben los clientes del servicio. Los conductores no llegan a cumplir las expectativas de los clientes y no prestan el servicio en las condiciones establecidas como se debería brindar el servicio. Por tanto, se encuentran bastante lejos de alcanzar la calidad total.

En general no se brinda un servicio de calidad, lo que se explica porque no existen las condiciones físicas y materiales (tangibles) necesarias para que las operadoras y conductores presten el servicio con los más altos estándares de calidad; el servicio tampoco es confiable, su capacidad de respuesta es muy limitada y no brinda garantía y seguridad en el servicio que brindan, a lo que tampoco contribuye la poca empatía que demuestran las operadoras y los conductores.

Así también, en el estudio se determinó el grado de satisfacción del servicio, relacionando los valores correspondientes a las percepciones de los clientes, con el valor de 7 (de la escala de Likert) estimando que los clientes esperan recibir esta puntuación máxima considerada en la escala de Likert. Desde esta perspectiva, el nivel de satisfacción global del servicio de taxis tiene un promedio del 38,1% siendo la dimensión Capacidad de Respuesta la que obtiene el nivel más bajo de satisfacción con el 36,5% y la más alta

corresponde a la Fiabilidad con el 42,7% valores que representan al nivel de ligeramente insatisfecho.

Las valoraciones promedio sobre las Expectativas de las dimensiones, en la prestación del servicio de taxis está como el más importante la Seguridad (88%), seguida de la dimensión Fiabilidad, luego están las dimensiones Empatía y Capacidad de Respuesta (ambas con 85%) y por último, los Aspectos Tangibles (84%). Cabe resaltar que no existe un margen de diferencia representativo entre las valoraciones de realizadas sobre las diferentes dimensiones.

En cuanto a la calidad percibida, la dimensión más valorada es la Fiabilidad con un valor promedio del 50% seguida de la dimensión Empatía (44%) y luego están las otras 3 dimensiones (Tangibilidad, Capacidad de Respuesta y Seguridad) que obtienen un valor promedio de 43% cada una.

El Índice de Calidad Percibida obtenido, para cada una de las dimensiones y para el nivel global del servicio, a partir de la diferencia entre los valores promedio de las Percepciones y Expectativas, establece resultados negativos, estableciendo deficiencias de calidad en la prestación del servicio de taxis.

La dimensión que presenta mayor deficiencia es el de la Seguridad y la de menor deficiencia es la Fiabilidad. El Índice de Calidad Percibida para la prestación del servicio de taxis, de manera global es de 38% (-3,3). Por tanto, la calidad en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, presenta deficiencias significativas, estableciendo brechas entre lo que esperan recibir y lo que realmente reciben los clientes del servicio. Los conductores no llegan a cumplir las expectativas de los clientes y no prestan el servicio en las condiciones establecidas como se debería brindar el servicio. Por

tanto, se encuentran bastante lejos de alcanzar la calidad total.

Estos niveles de deficiencias de calidad en la prestación del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, con respecto a la seguridad, se debe a los altos índices de inseguridad que existe, por robos, violencias, amenazas, dopajes que se dan a conocer en la ciudad, aspectos como el poco o ningún control de los requisitos mínimos de circulación de los taxis contribuye a este aspecto. Entre otros aspectos afecta la poca amabilidad que tienen los conductores, los usuarios manifiestan que muchos no saludan y no son atentos con los requerimientos del usuario. Muy pocos son amables, en muchos casos los conductores pierden el respeto hacia los usuarios o pasajeros, ocurre cuando se demora en subir o bajar de la movilidad y cuando se exceden en el cobro de las tarifas y cuando uno reclama responden con agresiones verbales.

CONCLUSIONES

Siendo el objeto de estudio, de la presente investigación, la medición de la calidad del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, se aplicó el método SERVQUAL por ser un instrumento de gran utilidad que posibilita medir y obtener resultados numéricos sobre el grado de satisfacción y la calidad del servicio, considerando cinco dimensiones (tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía) para luego obtener un resultado global sobre la prestación del servicio. El método posibilita obtener resultados desde los diferentes ámbitos y connotaciones que tienen la prestación del servicio como tal (no centrándose solo en una de ellas de manera parcial, pues los resultados no mostrarían la realidad) y la valoración es realizada desde la perspectiva de los clientes/usuarios del servicio.

Para determinar la calidad del servicio de taxis en la ciudad de Sucre, ha sido

necesario realizar un cálculo numérico (aplicando el método SERVQUAL) para establecer si el servicio cumple con las expectativas de los clientes/usuarios. En esta perspectiva, los Índices de Calidad Percibida obtenidos, a partir de las percepciones y expectativas que tienen los usuarios, en cada una de las dimensiones, así como los factores críticos centrales identificados, posibilitan afirmar que en general no se brinda un servicio de calidad, lo que se explica porque no existen las condiciones físicas y materiales (tangibles) necesarias para que las operadoras y conductores presten el servicio con los más altos estándares de calidad; el servicio tampoco es confiable, su capacidad de respuesta es muy limitada y no brinda garantía y seguridad en el servicio que brindan, a lo que tampoco contribuye la poca empatía que demuestran las operadoras y los conductores.

Así también, en el estudio se determinó el grado de satisfacción del servicio, relacionando los valores correspondientes a las percepciones de los clientes, con el valor de 7 (de la escala de Likert) estimando que los clientes esperan recibir esta puntuación máxima considerada en la escala de Likert. Desde esta perspectiva, el nivel de satisfacción global del servicio de taxis tiene un promedio del 38% siendo la dimensión Capacidad de Respuesta la que obtiene el nivel más bajo de satisfacción con el 37% y la más alta corresponde a la Fiabilidad con el 43% valores que representan al nivel de ligeramente insatisfecho.

Finalmente, los resultados producto de esta investigación no sólo son útiles para los conductores y operadores del servicio, sino también para la planificación de la ciudad en el ámbito del transporte público, ya que al conocer estas características que inciden en la satisfacción y la calidad percibida de los clientes pueden ayudar a mejorar el modo, la forma en que se

ofrece el servicio y la forma en que se integra éste en la ciudad; además, es importante resaltar que la inconformidad o insatisfacción con algo siempre lleva a buscar algo mejor, el individuo siempre está en la búsqueda de su satisfacción, por esta razón en parte se puede apreciar ese fenómeno de migración de modo en el transporte, pasando del bus a la motocicleta o al automóvil particular, hecho que ve respaldado en el crecimiento del parque automotor en la ciudad, si bien la satisfacción no es el principal factor para el desarrollo de dicho fenómeno, sí influye y motiva el cambio.

El traslado de personas de un lugar a otro debe entenderse como una experiencia que empieza en el momento en que el cliente ya está esperando tomar o contratar un taxi, es en ese mismo instante cuando empieza a recibir el servicio, teniendo en mente esto, ya cambia la visión de cumplir la necesidad de transporte de las personas por una que comprende la noción de servicio, no se vende el cumplimiento de una necesidad sino un servicio.

No existe una organización encargada que monitoree la prestación del servicio e interactúe con los clientes en la perspectiva de mejorar la calidad del servicio. Para dar solución a este problema y conseguir cerrar las diferentes brechas se tendría que implementar una filosofía de calidad y generar una instancia (mesa interinstitucional) que establezca un plan de mejora del servicio y evaluar cada cierto tiempo la calidad del servicio, con el propósito de generar y conseguir una mejor imagen de calidad en el servicio de taxis en la ciudad de Sucre. Es importante centrarse más en los clientes y en sus opiniones, debido a que son éstos, los que compran el servicio día tras día. En este aspecto la ODECO del GAMS, Transito y las operadoras deben jugar un rol importante.

Las operadoras deben capacitar a su personal en forma continua para que, desde el primer momento que comienza el servicio, se brinde siempre un servicio de calidad. La capacitación debe realizarse en forma integral, a fin de que se comprenda que el cliente es lo más importante y que se les debe dedicar tiempo suficiente para resolver sus dudas y problemas.

Las operadoras y conductores deben cumplir y las instancias respectivas hacer cumplir los requisitos mínimos establecido en el artículo 22 del Reglamento del transporte público del Gobierno Municipal de Sucre, para brindar con calidad el servicio de taxis.

Se debe mejorar sustancialmente la seguridad del servicio, los conductores y las operadoras, en todo momento, deben transmitir confianza al cliente, tratándolo con cortesía; deben mejorar su apariencia y presentación, deben estar uniformados y poseer un distintivo para facilitar su identificación por el cliente, lo cual creará una atmósfera de confianza y seguridad.

Otro de los aspectos por mejorar es la empatía que debe tener los conductores y operadoras con los clientes, lo cual también debe ser consecuencia de la capacitación que reciban. Se debe demostrar una imagen de profesionalismo y orden al brindar el servicio.

Es importante que los sindicatos y empresas de radiomóviles, comprometidos con la calidad en la prestación de sus servicios, construyan su propia marca, dotándose de una auténtica identidad, a través (aplicando la normativa) del establecimiento de un solo color a sus automotores, el uso de letreros (visibles), uniformes por parte de sus conductores y manejo de las diferentes variables y factores que constituyen el servicio al cliente.

Así también, es necesario e importante que los sindicatos de taxis visibilicen su apertura para que taxistas informales se asocien y sean parte de estas organizaciones, esto posibilitará reducir la cantidad de taxistas informales, logrando mejorar la formalidad en la prestación del servicio de taxis.

Se podría generar una aplicación para teléfonos móviles “Sucre Denuncia Taxis” que podría impulsar la ODECO (Alcaldía de Sucre), que permita a todos los usuarios de la ciudad denunciar cualquier tipo de “abuso” o “mal trato” en la prestación del servicio de taxis. El Usuario solo deberá descargar la aplicación en su teléfono móvil y describir (brevemente) la falta, esta debe estar acompañada de la placa del vehículo. El reclamo estará dirigida automáticamente a la ODECO de la Alcaldía.

Por otro lado, se debería generar una política municipal, departamental y nacional para el pago de impuestos “lo que se hace hasta ahora es que las movilidades viejas pagan menos y las movilidades modernas pagan más, entonces para obligar a renovar su movilidad debieran pagar menos las movilidades nuevas y cobrar más a las movilidades antiguas”. De esa manera se contribuiría a reducir el número de movilidades “antiguas” destinadas a la prestación del servicio de taxis.

BIBLIOGRAFÍA

Bitner, M.J. & Hubert, A.R. (1994): “Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality. In R. T. Rust & R. L. Oliver”. *Service Quality: New Directions in Theory and Practice* (pp. 72-94). California: Sage.

Crosby, P.B. (1988). *La organización permanece exitosa*. México: McGraw-Hill Interamericana S.A. de C.V.

- Deming, W.E.** (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis.* Madrid: Díaz de Santos.
- Duque Oliva, E. J.** (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 64-80.
- Druker, P.** (1990). *El ejecutivo eficaz.* Buenos Aires: Editorial Sudamericana.
- González, J. J.** (2009). Roswitha Poll y Peter te Boekhorst. Medición de la calidad: directrices internacionales. *Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 14(28).
- Grönroos, C.** (1978). A Service Oriented Approach to Marketing of Services. *European Journal of Marketing*.
- K. Douglas Hoffman, John E. G. Bateson** "Fundamentos de marketing de servicios: conceptos, estrategias y casos" 2002.
- Imai, M.** (1998). *Cómo implementar el kaizen en el sitio de trabajo (Gemba).* Bogotá: McGraw-Hill Interamericana.
- Ishikawa, K.** (1986). *¿Qué es control total de la calidad?* Bogotá: Editorial Norma.
- Juran, J M.** (1990). *Juran y la planificación de la calidad.* Madrid: Editorial Díaz de Santos.
- Lewis, R.C. & Booms, B.H.** (1983). The marketing aspects of service quality. In Berry, L., Shostack, G. & Upah, G. (eds). *Emerging Perspectives in Service Marketing* (pp. 99-107). Chicago: American Marketing Association.
- Monfort, M., Defante, L. R., De Oliveira, L. F., & Mantovani, D.** (2013). Satisfacción del consumidor de servicios hoteleros: Implicaciones estratégicas. *Estudios y perspectivas en turismo*, 22(2), 276-293.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L.** (1985). A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Pizzo, M.** (17 de septiembre de 2013). *Como servir con excelencia.com.* Obtenido de *Como servir con excelencia.com*: <http://comoservirconexcelencia.com>.
- Rust, R.A. & Oliver, R.L.** (1994). *Service Quality. New Directions in Theory and Practice.* California: Sage Publications.
- Solorzano Barrera, G.** (2013). Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas. en g. Solórzano Barrera, *Importancia de la calidad de servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas* (pag. 2). Sonora, México: Ebba Isabela Escareno Alvarez.
- Zeithalm, V.A.** (1981). How Consumer Evaluation Processes Differ between Goods and Services. *Marketing of Services, Crecenegocios.* (24 de abril de 2018). Crecenegocios. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/DefinicionABC>. (12 de abril de 2018). DefinicionABC. Obtenido de DefinicionABC: www.definicionabc.com/general/calidad.php
- Gestipolis.** (25 de abril de 2018). Obtenido de <https://www.gestipolis.com/la-calidad-del-servicio-fundamento-del-marketing-de-resultados/>
- http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Segunda%20unidad%20Cuanti/el_mtodo_estadstico.html.** (s.f.).
- http://www.oocities.org/zaguan2000/metodo.html.** (s.f.).
- ISOTOOLS.** (12 de abril de 2018). ISOTOOLS, Gestión de Calidad. Obtenido de ISOTOOLS, Gestión de Calidad: <https://www.isotools.org/2016/01/30/historia-y-evolucion-del-concepto-de-gestion-de-calidad/>
- Koch, F.** (26 de marzo de 2018). Cambio Climático Bolivia. Obtenido de Cambio Climático Bolivia: http://www.cambioclimatico-bolivia.org/index-cc.php?filtros=2&cod_aporte=210
- Kotler, P.** (2000). *Dirección de Marketing.* Madrid: Prentice Hall.
- La historia de los transportes.** (26 de marzo de 2018). Blogger. Obtenido de Blogger: <http://lahistoriadelos transportes.blogspot.com/2011/01/el-perfeccionamiento-de-los-medios-de.html>
- Levitt, T.** (1981). Marketing Intangible Products and Product intangibles. *Harvard business Review*, 94-102.
- (http://www.cambioclimatico-bolivia.org/index-cc.php?filtros=2&cod_aporte=210).** (26 de Marzo de 2018; 10:30)
- (http://lahistoriadelostransportes.blogspot.com/2011/01/el-perfeccionamiento-de-los-medios-de.html).** (26 de Marzo de 2018; 15:30)
- (http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/Segunda%20unidad%20Cuanti/el_mtodo_estadstico.html).** (31 de Marzo de 2018; 17:43)
- (https://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php).** (02 de Abril de 2018; 11:43)

(<https://www.definicionabc.com/economia/precio.php>) .(02 de Abril de 2018; 11:51)

(<https://definicion.de/higiene/>). (02 de Abril de 2018; 11:55)

(<https://www.definicionabc.com/negocios/satisfaccion-del-cliente.php>). (02 de Abril de 2018; 12:08).

Red ACLO Chuquisaca. "Ciudadanía cuestiona: Falta de normativa y cobro excesivo del servicio de taxis". 13 agosto, 2018.

Gastón Solares Ávila, Correo del Sur. "El servicio de taxis en Sucre". 13 febrero 2019.