

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Perfil de la Investigación

Introducción

El transporte público desempeña un papel fundamental en la vida diaria de miles de personas, especialmente en contextos urbanos donde la movilidad es esencial para el acceso a la educación, el trabajo y otros servicios básicos.

En Tarija, la percepción de inseguridad y la calidad del servicio de transporte público se ha convertido en temas recurrentes de preocupación para los usuarios. Este fenómeno afecta de manera particular a los estudiantes universitarios que cursan estudios en la universidad en horarios nocturnos, quienes enfrentan desafíos adicionales debido a la falta de condiciones óptimas para su desplazamiento.

Este estudio tiene como propósito analizar la percepción de inseguridad que experimentan los estudiantes del Diplomado en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos de la Universidad Juan Misael Saracho (U.A.J.M.S.) para el año 2025, con muestra independiente representativa de la situación que enfrentan.

Ante esta realidad, el presente trabajo de investigación propone el diseño de una estrategia de servicio orientada a mejorar la atención al usuario del transporte público universitario, utilizando como base el modelo SERVQUAL. A través de un enfoque metodológico riguroso, se busca identificar las dimensiones clave de la calidad del servicio y plantear soluciones concretas que contribuyan a una experiencia de movilidad más segura, confiable y alineada con las necesidades de los estudiantes.

1.1.Antecedentes

A nivel internacional

El transporte público desempeña un papel fundamental en la movilidad de los estudiantes universitarios a nivel global. En el caso de México, por ejemplo, un estudio realizado en el Centro Universitario de la Ciénega de México, analiza los métodos de transporte utilizados por los estudiantes para llegar al campus. Los resultados muestran que las universidades, al ser centros de alta concentración de actividades en horas pico, generan elevados volúmenes de tráfico tanto vehicular como peatonal. Esto impacta la eficiencia del transporte, lo que lleva a las universidades a implementar soluciones que optimicen el desplazamiento, atendiendo a las necesidades de los estudiantes y minimizando el impacto del tránsito urbano (Gutiérrez, 2023).

En Latinoamérica, los patrones de transporte también se han visto afectados por el aumento de la motorización privada. En Paraguay, un estudio reciente en la Universidad Nacional de Asunción revela cómo la pandemia de COVID-19 cambió las preferencias de transporte entre los estudiantes universitarios. A pesar de la oferta de transporte público, los estudiantes han preferido utilizar el automóvil, influenciados por la mayor sensación de seguridad y comodidad que ofrece este medio frente al transporte público, el cual enfrenta deficiencias como una flota obsoleta y congestión vehicular. Este fenómeno de preferencia por el transporte privado también ha tenido un impacto en los tiempos de desplazamiento y la eficiencia del transporte público (Maehara et al., 2024).

A nivel nacional

Según Chura (2014), en Bolivia, la ciudad de La Paz enfrenta serias dificultades en la planificación del transporte público urbano. Los minibuses no cumplen con sus horarios ni recorridos establecidos, lo que genera una fuerte congestión en las horas pico. Esta deficiencia afecta directamente a los estudiantes, quienes experimentan retrasos significativos en su llegada al campus. A pesar de los esfuerzos por parte de la alcaldía para mejorar el servicio, como la introducción de los buses Puma Katari, la calidad del transporte sigue siendo una preocupación para los usuarios, especialmente en lo que respecta a la seguridad y el cumplimiento de los horarios.

A nivel local

En la ciudad de Tarija, la construcción de una nueva terminal de buses ha originado un cambio en los flujos de transporte, incrementando el volumen de tráfico en las rutas hacia la nueva terminal. Según Espionzo (2024), esta situación resalta la importancia de contar con un sistema de transporte público eficiente, que ofrezca seguridad, comodidad y tarifas justas. La congestión vehicular y la ineficiencia en el servicio, sumadas al aumento de tarifas sin un análisis tarifario adecuado, afectan tanto a los transportistas como a los usuarios. Estos desafíos son especialmente críticos para los estudiantes, que dependen del transporte público para acceder a sus centros educativos.

El vínculo entre el transporte público y la inseguridad ha sido un tema de creciente interés en las investigaciones sociales. En La Paz (Bolivia), los estudiantes y otros usuarios del transporte público se exponen a riesgos de victimización, como robos y violencia, especialmente en las horas de la mañana y noche. Un informe de la Policía Boliviana (2006) revela que el 40% de los usuarios encuestados han sido víctimas de delitos dentro del transporte público, siendo los robos los delitos más comunes. Además, la violencia y los secuestros en algunos casos aumentan el temor entre los usuarios. La falta de control sobre los vehículos de transporte y la escasa presencia policial en las rutas contribuyen a la perpetuación de estos delitos. Según el director nacional de la Fuerza Especial de Lucha Contra el Crimen (FELCC), entre 2011 y 2012, bandas organizadas cometieron numerosos homicidios, lo que ha incrementado la sensación de inseguridad entre los pasajeros (FELCC, 2012). Estos problemas de inseguridad no solo afectan la calidad del transporte, sino que también tienen un impacto negativo en el bienestar y el desempeño académico de los estudiantes (Nichols, 2015).

1.2. Planteamiento del problema

La inseguridad en el transporte público nocturno es un problema crítico para los estudiantes universitarios en Bolivia. A pesar de la implementación de medidas de seguridad en instituciones educativas, el trayecto hacia el hogar continúa siendo un motivo de preocupación, ya que muchos estudiantes se sienten vulnerables al utilizar el transporte público en horarios nocturnos. Esta percepción de inseguridad ha sido identificada como un factor que impacta negativamente en el bienestar y rendimiento académico de los estudiantes, generando incluso dudas sobre la continuidad de sus estudios en horarios nocturnos (Espinoza, 2024; Oblitas, 2019).

Para los estudiantes universitarios bolivianos, usar el transporte público de noche representa un problema grave de inseguridad. Pese a las medidas de seguridad implementadas en las universidades, el regreso a casa sigue siendo motivo de preocupación, ya que muchos jóvenes se sienten vulnerables en estos desplazamientos. Esto no solo perjudica su estado emocional y académico, sino que también influye en su decisión de seguir asistiendo a clases en horarios nocturnos.

En este sentido, investigaciones recientes destacan que la falta de un servicio de transporte seguro y confiable contribuye a una experiencia académica desfavorable, particularmente para las mujeres, quienes reportan una mayor percepción de riesgo y vulnerabilidad en el uso del transporte público (Chura, 2020; González et al., 2023).

La necesidad de contar con sistemas de transporte seguros y accesibles para los estudiantes universitarios es fundamental, no solo para mejorar su calidad de vida, sino también para fortalecer su compromiso y desempeño académico (Vega et al., 2017; Espinoza, 2024).

La U.A.J.M.S. de la ciudad de Tarija ofrece diplomados en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos actualmente en la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, desarrollándose estos cursos en los horarios de la noche donde el servicio de transporte público es escaso, lo que ocasiona una percepción de inseguridad por parte de los estudiantes que cursan los diplomados.

1.3. Formulación del problema

¿Qué deficiencia existe en el servicio de transporte público de micros, que son utilizados por los estudiantes universitarios que cursan el Diplomado de Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos; que incrementa la inseguridad por las noches?

1.4.Objetivos de la investigación

Diseñar una estrategia de servicio basada en el modelo Servqual para mejorar el servicio del transporte público de los estudiantes universitarios de los diplomados en la Universidad Juan Misael Saracho (U.A.J.M.S.), con el fin de identificar áreas de mejora que contribuyan a reducir la inseguridad percibida.

1.5. Objetivos específicos

- Describir, los factores que afectan la percepción de inseguridad y calidad del transporte público entre los estudiantes de diplomados nocturnos de la Universidad Juan Misael Saracho (U.A.J.M.S.), tales como condiciones del servicio, horarios y rutas, entre otros.
- Evaluar, la percepción de calidad en el servicio de transporte público, utilizando el modelo SERVQUAL para identificar áreas de alto impacto en la experiencia de los usuarios.
- Elaborar una estrategia para mejorar el servicio de transporte.
- Proponer, un conjunto de recomendaciones específicas para mejorar la inseguridad y calidad del transporte público, enfocadas en medidas que promuevan una experiencia de movilidad más segura, eficiente y alineada con las necesidades de los estudiantes de horarios nocturnos en la U.A.J.M.S.

1.6. Justificación de la Investigación

Justificación Científica

Este estudio amplía el conocimiento existente sobre la percepción de inseguridad y calidad del transporte público desde la perspectiva de los estudiantes universitarios del diplomado de Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos particularmente aquellos que cursan programas nocturnos en Bolivia.

Según Parasuraman et al. (1988), al aplicar el modelo SERVQUAL, se analiza la calidad del servicio con un enfoque sistemático y basado en evidencia, lo que contribuye a futuras investigaciones relacionadas con la movilidad urbana en contextos similares.

Además, este enfoque multidimensional ayuda a entender cómo la inseguridad y las deficiencias en el transporte afectan el bienestar y el desempeño académico, aportando bases teóricas para la formulación de políticas públicas (Espionzo, 2024; González et al., 2023).

Justificación Práctica

Desde un enfoque práctico, los resultados de esta investigación tienen el potencial de beneficiar tanto a las autoridades universitarias como a los responsables del transporte público. Identificar los factores críticos que afectan la percepción de inseguridad y calidad permitirá diseñar estrategias concretas, como rutas seguras, políticas tarifarias equitativas y supervisión más rigurosa de los servicios de transporte (Chura, 2014).

Estas soluciones impactan positivamente no solo a los estudiantes de horarios nocturnos, sino también a otros sectores de la comunidad que comparten necesidades similares de movilidad.

Justificación Social

La percepción de inseguridad en el transporte público tiene implicaciones directas sobre la equidad y la accesibilidad educativa, afectando principalmente a los estudiantes más vulnerables. Este estudio propone soluciones concretas, contribuye a mejorar la calidad de vida de los usuarios del transporte público, fortaleciendo el tejido social al abordar temas de seguridad, igualdad y acceso a la educación (Vega et al., 2017). También promueve una cultura de corresponsabilidad entre la universidad y su entorno, reforzando el compromiso de la U.A.J.M.S. realizando alianzas con los sindicatos de micros.

A continuación, se describen aspectos relacionados con la investigación y su justificación:

- **Inseguridad y Bienestar Estudiantil:** Conocer las percepciones de inseguridad, que tienen los estudiantes del diplomado que cursan por las noches; para brindar un medio de transporte seguro para el retorno a sus hogares y así evitar incidentes de peligro al salir de sus clases nocturnas.
- **Retención y Satisfacción Estudiantil:** Para evitar la ausencia de estudiantes que cursan por las noches, se plantearán políticas y estrategias para mejorar la seguridad en la universidad.
- **Desarrollo de Políticas y Protocolos de Seguridad:** Los resultados de este estudio pueden ser utilizados por la universidad para diseñar políticas de seguridad más efectivas, que incluyan protocolos claros de actuación ante situaciones de riesgos de peligros por las noches al salir de sus clases.

+

CAPÍTULO 2

MARCO TEORICO

2.1. Percepción

De acuerdo Rivas (2023), la percepción es un concepto complejo y dinámico que va más allá de la percepción individual y que se ve influenciado por una serie de factores interconectados. La noción de que la realidad es la estática a lo largo del tiempo es insostenible cuando se analiza desde una perspectiva más profunda.

2.2. Inseguridad

Según Distancia et al. (2024), la palabra “inseguridad” se entiende, en un rango muy amplio de contextos, la falta de seguridad, es decir, una idea similar a la incertidumbre, el riesgo, el no saber qué va a ocurrir, este tipo de impresión “generalmente conduce a la angustia o a la sensación de estar corriendo peligro”, dado que el ser humano suele sentirse confortable en las situaciones predecibles, repetitivas y cotidianas, más que en aquellas en las que no sabe qué cosa esperar, es un rasgo conductual primitivo e instintivo que compartimos con muchas especies animales.

2.3. Modelo SERVQUAL

Para aplicar el modelo Servqual se revisó varios trabajos para potenciar el presente modelo indicado, a continuación, presentaremos algunos trabajos realizados que utilizaron el modelo Servqual para medir la calidad del servicio.

Como primer trabajo del modelo tenemos según Cayetano y Soto (2024), lo siguiente:

El modelo SERVQUAL se publicó por primera vez en 1988 por Berry, Parasuraman y Zeithaml con la finalidad de conocer la calidad de servicio percibida por las empresas con un enfoque orientado a los comentarios de los clientes. Las dimensiones que en ese entonces consideraban eran 10 (confiabilidad, receptividad, competencia, acceso, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión / conocimiento del cliente y tangibles). Luego de su publicación, el modelo recibió muchas críticas, pues manifestaban que las dimensiones no eran estrictamente independientes una de la otra. Mediante estudios estadísticos se encontraron correlación entre ellas, finalmente las redujeron a 5 (tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía).

El modelo SERVQUAL ayuda a las empresas a conocer la perspectiva de los clientes y/o usuarios respecto al servicio que esta les brinda y mediante estos datos poder llevar a cabo acciones de mejora y conseguir la satisfacción de los clientes.

Para lograr esto se aplica un cuestionario de 22 preguntas desarrollado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, pero se pueden adecuar según el tipo de empresa o según los requerimientos de la misma.

Figura 1

Dimensiones e ítems del modelo SERVQUAL

VARIABLE	DIMENSIONES (5)	ATRIBUTOS (22)
CALIDAD DEL SERVICIO <i>Expectativas vs. percepción</i>	Fiabilidad	- Cumplen lo prometido - Sincero interés por resolver problemas - Realizan bien el servicio la primera vez - Concluyen el servicio en el tiempo prometido - No cometen errores
	Seguridad	- Comportamiento confiable de los Empleados - Clientes se sienten seguros - Los empleados son amables - Los empleados tienen conocimientos suficientes
	Elementos Tangibles	- Equipos de apariencia moderna - Instalaciones visualmente atractivas - Empleados con apariencia pulcra - Elementos materiales atractivos
	Capacidad de Respuesta	- Comunican cuando concluirán el servicio - Los empleados ofrecen un servicio rápido - Los empleados siempre están dispuestos a ayudar - Los empleados nunca están demasiado ocupados
	Empatía	- Ofrecen atención individualizada - Horarios de trabajo convenientes para los clientes - Tienen empleados que ofrecen atención personalizada - Se preocupan por los clientes - Comprenden las necesidades de los clientes

Nota: Elaborado por Bustamante et al. (2019), con base en el Modelo SERVQUAL de Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985.

La fiabilidad “significa que la empresa cumple sus promesas acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios; es decir, si el personal cuenta con la habilidad en atender con calidad al cliente”. (Carrera et al.,2021).

Según Druker (1990), menciona que la seguridad es “el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible. La seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción. (Citados en Duque O.,2005).

De acuerdo Martínez et al. (2013), mencionan que la tangibilidad “es aquella referida a la apariencia de las instalaciones físicas, equipo, personal y materiales de comunicaciones”

Según Schalkwyk (2016), “La capacidad de respuesta se asocia con la inmediatez como las organizaciones se adaptan a los cambios del ambiente, desde el interior de la organización”.

Sobre la empatía Esquerda et al. (2016), la definen como “la capacidad de entender las emociones de los pacientes, así como sus perspectivas y experiencias”. Por otra parte, referido al servicio al cliente Berry, Bennett, y Brown (1989) mencionan que “la empatía es algo que va más allá de la cortesía, tiene que ver con la disposición de entender las necesidades del cliente y encontrar formas para satisfacerlas. (Citados en Arenas C., Jaramillo N.,2017).

Beneficios del modelo SERVQUAL

Debido a que actualmente las empresas son cada vez más competitivas, la aplicación del modelo SERVQUAL brindara a la institución como percibe el cliente nuestros servicios y como mejorarlos o comparar nuestras fortalezas y debilidades con nuestra competencia.

Bustamante et al (2019), indica que el método permite a las organizaciones a conocer las expectativas y las percepciones de los clientes comparando con otras, lograr saber las similitudes y diferencias, de esa forma realizar diagnósticos de la calidad de servicio. Este método es fácil de adaptar, ya que es flexible para todas empresas, asimismo permite evaluar las diferentes opiniones, percepciones y expectativas de los clientes sobre la calidad de servicio.

Ventajas del modelo SERVQUAL

De acuerdo Ortiz (2021), menciona que las ventajas de este modelo es que con este modelo se pueden realizar análisis por las diferentes áreas de la empresa, pues al poner un modelo orientado principalmente a la calidad del servicio, permite verificar con mayor detenimiento los elementos fundamentales de cada área. Es fácil adaptar el modelo SERVQUAL a diferentes empresas, ya que el cuestionario se adapta a las características particulares de cada una y de acuerdo de sus propias necesidades.

Desventajas del modelo SERVQUAL

Según Ortiz (2021), menciona que, las percepciones de los clientes pueden ser subjetivas, y varían de una persona a otra, dependiendo de sus experiencias, valores y expectativas.

Además, el modelo puede ser engañoso, debido a que puede indicar que un servicio es de alta calidad cuando, cuando en realidad, no lo es, y eso se debe a que el modelo no tiene en cuenta si el servicio recibido cumple con los estándares establecidos por la empresa.

Así como también es posible que el cuestionario sea demasiado largo para aplicar o resulte tedioso para las personas encuestadas.

2.4. Las 5 dimensiones del modelo SERVQUAL

2.4.1. Elementos tangibles o tangibilidad

Se refiere a lo que las personas perciben del servicio que están por recibir, como el mobiliario, dispositivos o lo que se les ofrece durante sus visitas. Por ejemplo: las instalaciones de un taller mecánico, el equipo del área de cardio de un gimnasio, los diferentes accesos que un

complejo de cines ofrece para personas con distintas capacidades de movilidad, los mapas de atracciones de un parque de diversiones o los folletos de bienvenida en un hotel. Pero también incluye al personal encargado de la operación del negocio: si son identificables por un uniforme o insignia, si todos están capacitados para orientar a los visitantes, entre otros aspectos (Gómez, 2023).

Es decir, son los elementos tangibles físicos, que se encuentran en el lugar del servicio, esto incluye al personal que brinda dicho servicio.

2.4.2. Fiabilidad

De acuerdo Tschohl (2018), argumenta: “Los clientes desean que las empresas realicen el servicio deseado de forma fiable, precisa y consistente”.

Según Vargas y Aldana (2018), lo definen como: “Capacidad para brindar el servicio prometido en forma precisa y digna de confianza”.

2.4.3. Capacidad de Respuesta

De acuerdo Tschohl (2018), dice: “Las empresas deberían mostrar una actitud de ayuda y ofrecimiento de un servicio rápido”.

Según Vargas y Aldana (2018), lo definen: “La buena disposición para ayudar a los clientes a proporcionarles un servicio expedito”.

2.4.4. Seguridad

Sobre la seguridad Tschohl (2018), menciona: “Los clientes dicen que los empleados deberían conocer todos los detalles de su trabajo, mostrarse corteses y proyectar confianza en el servicio que ofrecen”.

De acuerdo Vargas y Aldana (2018), mencionan: “Conocimiento y cortesía de los empleados, así como su capacidad para transmitir seguridad y confianza”.

2.4.5. Empatía

Según Tschohl (2018), menciona: “Los clientes desean empresas que les ofrezcan un servicio personalizado y que le escuchen”.

De acuerdo Vargas y Aldana (2018), mencionan: “Cuidado y atención individualizada que la empresa proporciona a sus clientes”.

2.5. Operacionalización de las variables

En base a la encuesta propuesta sobre la percepción de inseguridad de los estudiantes universitarios del Diplomado en Banca y Finanzas y Marketing Digital, que cursan sus estudios por las noches en la U.J.M.S., podemos estructurar la operacionalización de las variables para medir diversos aspectos de la inseguridad, factores relacionados con el transporte y la calidad del servicio ofrecido. A continuación, se presenta la tabla detallada para operacionalizar las variables con base en las preguntas de la encuesta:

Tabla 1: Variables

Variable	Dimensión	Indicador	Unidad de medida	Instrumento de Medición	Preguntas relacionadas
Percepción de inseguridad	Frecuencia de incidentes	Frecuencia de incidentes de inseguridad experimentados.	Frecuencia (1 – 4)	Encuesta cerrada	Pregunta N° 9 ¿Has experimentado algún incidente de inseguridad al regresar a casa después de las clases nocturnas?
Percepción de inseguridad	Grado de inseguridad percibida	Nivel de inseguridad al regresar a casa.	Escala (Número de incidentes)	Encuesta estructurada	Pregunta N°10 ¿Cómo calificarías tu percepción de seguridad al regresar a casa después de las

					clases nocturnas en la U.J.M.S.?
Factor de elección en el transporte	11.1. Costo económico	Influencia del costo en la elección del medio de transporte.	Escala	Encuesta estructurada	Pregunta N°11 ¿Qué factores influyen en tu elección de transporte para llegar a la universidad?
Calidad de servicio en el transporte	Tangibilidad	Calidad física de los vehículos y los choferes.	Escala de Likert (1-5)	Encuesta estructurada (Escala de Likert)	Preguntas de la sección “Tangibilidad” (Pregunta 1-9)
Calidad de servicio en el transporte	Fiabilidad	Cumplimiento de horarios y tarifas; soluciones a problemas.	Escala de Likert (1-5)	Encuesta estructurada (Escala de Likert)	Preguntas de la sección “Fiabilidad” (Pregunta 10- 17)
Calidad de servicio en el transporte	Capacidad de Respuesta	Eficiencia y actitud del conductor ante los pasajeros.	Escala de Likert (1-5)	Encuesta estructurada (Escala de Likert)	Preguntas de la sección “Capacidad de Respuesta” (Pregunta 18-23)

Calidad de servicio en el transporte	Seguridad	Confianza en el conductor y el servicio respecto a la seguridad.	Escala de Likert (1-5)	Encuesta estructurada (Escala de Likert)	Preguntas de la sección “Seguridad” (Pregunta 24- 28)
Calidad de servicio en el transporte	Empatía	Actitud del conductor hacia las necesidades de los pasajeros.	Escala de Likert (1-5)	Encuesta estructurada (Escala de Likert)	Pregunta de la sección “Empatía” (Pregunta 29-33)

Fuente: Elaboración propia.

2.6. La Chi Cuadrada

En el campo de la estadística inferencial, las distribuciones de probabilidad continua son una herramienta clave que sustenta tanto el análisis de datos como la toma de decisiones. Una de las distribuciones más comunes en pruebas estadísticas es la distribución Chi Cuadrado. Esta distribución, actúa de forma especial en contextos donde se requiere evaluar la variabilidad de los datos o la relación entre variables categóricas. Asimismo, se usa para comprobar hipótesis sobre si ciertos datos son como se esperaba (Llauce et al., 2024).

2.7. Estrategia Operativo

Según Gasca et al. (2025), el desarrollo de un protocolo operativo integrado el cual contemple aspectos esenciales como la cadena de abastecimiento y marketing son puntos claves para lograr el éxito de esta expansión; la adecuada planificación y ejecución de este plan permitirá a la empresa no solo incrementar su cuota de mercado, sino también mejorará la eficiencia de sus operaciones, lo que se traducirá en una mayor rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo.

2.8. Estrategia de Servicio

Según Ledesma y León 2025, define una estrategia de servicio es aquel elemento que verdaderamente tiene valor ya que de ahí radica la diferencia frente a las demás empresas. Es de esa manera, que el servicio se convierte de esta forma aquel elemento primordial para la diferenciación del consumir y ventaja competitiva para el productor. Debido a esto es fundamental que se mejore en cuanto a la calidad de servicio para crear aquel puente de fidelidad con los clientes, mejorar el capital y reputación de la empresa; finalmente aumentar en cuanto la rentabilidad de empresas.

2.9. Características de un servicio

El marketing de servicio tiene como diferencias entre un bien y un servicio, los siguientes componentes: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad y naturaleza perecedera de los servicios.

Se dice que los servicios son intangibles debido a que son desempeños del proveedor, en lugar de objetos. Los servicios no se pueden tocar ni ver en la misma forma que los bienes. Mas bien, se experimentan, y los juicios de los consumidores acerca de ellos tienden a ser más subjetivos que objetivos.

Por otra parte, la inseparabilidad de la producción y el consumo se refiere al hecho de que, mientras que los bienes se producen, pero son consumidos por el cliente de manera simultánea. Por ejemplo, el pasajero de una aerolínea primero compra un boleto y después pues aborda un avión, consumiendo el servicio durante el vuelo a medida que este se produce.

La heterogeneidad de los servicios se refiere al potencial para que el desempeño en el servicio varíe significativamente de una operación de servicio a la siguiente. Las personas producen los servicios; por consiguiente, la variabilidad es inherente al proceso de producción. Esta falta de consistencia no se puede eliminar como con frecuencia se hace con los bienes.

Por último, la naturaleza perecedera de los servicios significa que estos no se pueden guardar, la capacidad no utilizada en los servicios no se puede reservar, y los servicios en sí mismos no se pueden inventariar (Hoffman y Bateson, 2012).

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

El método de investigación seleccionado para este estudio es el **método analítico y explicativo**, el cual implica descomponer un fenómeno complejo en sus componentes fundamentales para analizar las causas, la naturaleza y los efectos involucrados. Para la recolección de datos, se emplearán las siguientes técnicas:

- **Observación directa:** Esta técnica se aplicará a los conductores que brindan servicios de transporte a los estudiantes, permitiendo una recopilación de información.
- **Revisión documental:** Consistirá en la recopilación y análisis de materiales bibliográficos relacionados con el tema de investigación, lo cual proporcionará un sustento teórico sólido.
- **Encuestas:** Se llevarán a cabo encuestas dirigidas a los estudiantes de los diplomados en Banca y Finanzas, así como en Marketing Digital y Proyectos actualmente; con el objetivo de obtener datos cuantitativos y cualitativos sobre sus percepciones.

3.1.1. Población y Muestra

La población del estudio está conformada por los estudiantes universitarios que cursan los diplomados en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos en la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho (U.A.J.M.S.), en horarios nocturnos.

Para este estudio se trabajó con una muestra independiente, correspondientes a la gestión del 2025:

Muestra del año 2025: Estudiantes matriculados en los diplomados del segundo semestre durante el año 2025, bajo las mismas condiciones de selección y aplicación del instrumento. En total, se considera una población de 194 **estudiantes en el 2025**, de los cuales 125 participaron efectivamente.

En el año 2025, se aplicó el mismo instrumento de recolección de datos, lo que permitió realizar comparaciones entre las percepciones de inseguridad y calidad del servicio de transporte público en distintos momentos, manteniendo la consistencia metodológica

La muestra seleccionada es representativa del universo estudiado, garantizando la fiabilidad de los resultados.

3.1.2. Diseño o Técnica de Observación

Este proyecto de investigación inició con una **investigación exploratoria** que proporcionó un marco conceptual para identificar el problema y definir el alcance del estudio. Posteriormente, se avanzó hacia una **investigación descriptiva**, cuyo objetivo es poner a prueba hipótesis específicas y examinar las relaciones entre variables claramente identificadas (Malhotra, 2020).

- **Investigación Exploratoria:** Este tipo de investigación se utiliza para obtener una comprensión inicial del problema y generar hipótesis preliminares. Su propósito es definir con mayor precisión el problema, identificar acciones relevantes y adquirir conocimientos adicionales antes de desarrollar una estrategia de investigación más estructurada (Malhotra, 2020).
- **Investigación Descriptiva:** Enfocada en probar hipótesis específicas y en el análisis detallado de las relaciones entre variables. Requiere que el investigador defina claramente la información necesaria para abordar los objetivos del estudio (Malhotra, 2020).

3.1.3. Fuentes de Información

Para este trabajo de investigación, se emplearán tanto **fuentes primarias** como **fuentes secundarias**:

- **Datos primarios:** Estos son datos recolectados directamente por el investigador con el propósito específico de abordar las preguntas de investigación (Malhotra, 2020).

Se emplearán cuestionarios dirigidos a estudiantes de los diplomados en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos, con el fin de obtener datos de primera mano.

- **Datos secundarios:** Comprenden información previamente recopilada por otros investigadores o instituciones con fines distintos a los de este estudio (Malhotra, 2020).

Se revisarán tesis previas, libros, artículos académicos y sitios web relevantes para proporcionar un contexto teórico y metodológico robusto.

3.1.4. Recolección y Procesamiento de Datos

Para la fase de recolección de datos, se diseñará un **cuestionario estructurado** que incluirá **15 preguntas** enfocadas en la percepción de seguridad e inseguridad en el servicio de transporte. Además, se integrará el modelo **SERVQUAL** para evaluar la calidad del servicio, considerando las cinco dimensiones de calidad propuestas en dicho modelo: **Tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía**. Se han identificado y adaptado **33 ítems** que se agruparán en dichas dimensiones, proporcionando una evaluación integral de la calidad del servicio ofrecido.

3.1.5. Análisis de confiabilidad

Según Pérez et al. (2021), la confiabilidad de tipo consistencia interna se refiere al grado en que los ítems, puntos o reactivos que hacen parte de una escala se correlacionan entre ellos, la magnitud en que miden el mismo constructo. Si los puntos que componen una escala teóricamente miden el mismo constructo deben mostrar una alta correlación, es decir, la escala debe mostrar un alto grado de homogeneidad el mismo principio de las fórmulas más tradicionales y conocidas en el contexto de la psicometría. Sin embargo, las más conocidas son la prueba de alfa de Cronbach y la fórmula 20 de Kuder – Richardson.

La fórmula para calcular el **KR-20** es la siguiente:

$$r_{tt} = \frac{n}{n-1} * \frac{vt - \sum pq}{vt} \quad (1)$$

Donde:

KR20: Formula de Kuder Richardson - 20, para calcular la confiabilidad.

K: Numero de ítems del instrumento.

p: Porcentaje de personas que responden correctamente cada ítem.

q: Porcentaje de personas que responden incorrectamente cada ítem.

VT: Varianza total del instrumento.

Datos:

Para la presente investigación, se realizó una **prueba piloto** con una muestra de 10 estudiantes de **Taller II**, donde el **diseño y ejecución del proceso de enseñanza -aprendizaje** en estos estudiantes.

El análisis de la confiabilidad se realizó utilizando el coeficiente **KR-20**. El cálculo de esta medida indicó que el instrumento tiene una alta confianza. **0,97** bajo este valor de **0,97** demuestra que el instrumento se aplica, **alta confiabilidad**.

Cálculo del KR-20 (2025)

$$r_{tt} = \frac{n}{n-1} * \frac{vt - \sum pq}{vt} = \frac{125}{125-1} * \frac{129,68-6,08}{129,68} = 0.97$$

3.1.6. Método de análisis con IBM SPSS

Para calcular el coeficiente KR-20, se utilizó el programa **IBM SPSS Statistics 20**, para el año 2025 y se lo aplico de igual manera utilizando Excel para su cálculo.

Conclusión:

El cálculo del **coeficiente de confiabilidad KR-20** con esta prueba del cuestionario indica que el instrumento utilizado es fiable para el año 2025.

Alcance

El presente trabajo de investigación, se lo realizara hasta concluir el segundo semestre del año 2025.

Se realiza en la Facultad de Ciencias Económicas y Financieras, en los diferentes diplomados que se ofertan: Banca y finanzas, Marketing Digital y Proyectos.

3.1.7. Hipótesis de investigación propuesta:

Hi1: La percepción de inseguridad en los estudiantes de diplomado al salir de sus clases nocturnas se debe a los incidentes que experimentaron.

➤ Variables:

- Independiente: Los incidentes que experimentaron en el presente semestre.
- Dependiente: Percepción de inseguridad de los estudiantes de los diplomados

Hi2: La calidad del servicio de transporte público que brindan los micros, en la ciudad es satisfactoria para los estudiantes del diplomado.

➤ Variables:

- Independiente: La calidad del servicio de transporte público que brindan los micreros por la ciudad.
- Dependiente: Satisfacción para los estudiantes del diplomado.

Ambas hipótesis permiten abordar los objetivos del estudio mediante el análisis de la percepción y calidad del transporte público, facilitando recomendaciones específicas para mejorar la seguridad y eficiencia del servicio en beneficio de los estudiantes.

3.1.8. Medio de transporte utilizado

En primer lugar, es necesario conocer el tipo de transporte utilizado por los encuestados por lo que se les presentaron opciones de transporte agrupadas según su tipo: transporte público (micro, taxi trufi), vehículo particular (automóvil o motocicleta), caminata o vehículo de movilidad personal (bicicleta) y transporte publico individual (taxis).

De los resultados obtenidos, se observa que el medio de transporte más utilizado por los encuestados es el transporte público de (micros), el cual representa al 34,1 % de los estudiantes de los diplomados. A continuación, se presenta la siguiente tabla que se observan los resultados obtenidos de los medios que utilizan para llegar a la universidad.

Para la observación de los resultados revisar el anexo 2.

Tabla 2: Medio de transporte principalmente utilizado por los encuestados.

Transportes utilizados	Frecuencia (f)	Porcentaje (%)	Acumulado (%)
Moto	20	16,0	16,0
Vehículo propio	9	5,0	21,0
Taxi	8	4,0	25,0
A pie	18	12,0	37,0
Bicicleta	2	14,0	51,0
Taxi trufi	26	18,0	69,0
Micro	42	32,0	100,0
Total	125		

Fuente: Los datos fueron extraídos de las respuestas del formulario elaborado.

3.1.9. Satisfacción con el medio de transporte elegido

Tras conocer el medio de transporte prioritariamente utilizado por los encuestados, se consultó a los mismos sobre su nivel de satisfacción al respecto. Para esto se utilizó el método de clasificación Likert, utilizando una escala de satisfacción de 1 a 5, donde 1 indica el menor nivel de satisfacción y 5 el máximo. Se obtuvo como resultado que el nivel de Por completo de acuerdo (5) representan el valor más bajo de las frecuencias, en comparación de las otras escalas; como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 3: Nivel de satisfacción con el medio de transporte utilizado

Nivel de satisfacción	Frecuencia (baja)	Porcentaje (%)	Acumulado (%)
Dimensión	63	29	29
Tangibilidad			
Fiabilidad	77	35	64
Capacidad de Respuesta	28	13	77
Seguridad	20	9	86
Empatía	29	14	100
Total	217		

Fuente: Elaboración propia, sacado de los resultados del formulario.

CAPÍTULO 4

**ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA PERCEPCIÓN
DE LA INSEGURIDAD**

4.1. Análisis de los datos de la percepción sobre la inseguridad.

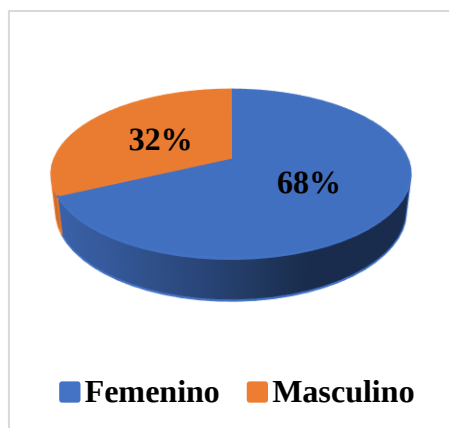
A continuación, se analizará las respuestas de los estudiantes del diplomado en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos para el año 2025, sobre la inseguridad que perciben al salir de sus clases nocturnas, para ello se tomaran dos preguntas del cuestionario para su descripción.

Sexo de los estudiantes por gestión

A continuación, se analiza el sexo de los estudiantes de diplomado en el 2025.

Gráfico 1

***Sexo de los estudiantes
del diplomado 2025***



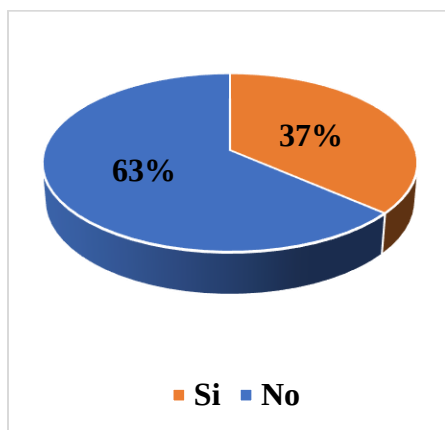
Los estudiantes del diplomado para el año 2025, tienen similares proporciones en ambos sexos donde la mayoría son del sexo femenino.

Inseguridad en los estudiantes de diplomado

Se ha realizado la misma pregunta a los estudiantes de diplomado para determinar si han experimentado incidentes de inseguridad.

Pregunta N° 9 ¿Ha experimentado algún incidente de inseguridad al regresar a casa después de las clases nocturnas (en el presente semestre)?

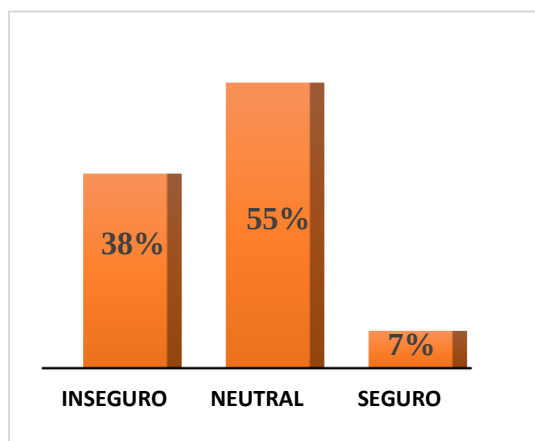
Gráfico 2
Inseguridad en los estudiantes
del diplomado 2025



En el año 2025, del segundo semestre de los tres diplomados en la gráfica 2, se puede observar que el 63% respondieron que no presentaron algún incidente de inseguridad al retornar a sus casas, mientras un 37% respondieron que sí presentaron algún incidente al retornar a sus casas.

Pregunta N° 10 ¿Cómo calificaría su percepción de seguridad al regresar a casa después de las clases nocturnas en la U.J.M.S.?

Gráfico 3
Percepción de seguridad del
diplomado 2025



Para el año 2025 se puede observar en la gráfica 6, que un 55% de los estudiantes de los diplomados, respondieron que tienen una percepción de la seguridad neutral al regresar a casa después de sus clases de nocturna. Un 38% presenta una percepción insegura de la seguridad por las noches y un 7% se los estudiantes se sienten seguros por las noches. Como se puede apreciar la inseguridad que perciben los estudiantes se ha incrementado para el año 2025.

CAPÍTULO 5

ANÁLISIS DE DATOS POR

DIMENSIÓN

5.1. Análisis de los valores de las categorías

En este análisis del modelo SERVQUAL, se muestran los resultados de las 5 dimensiones que compone el modelo y que se obtuvieron del cuestionario aplicado a los estudiantes de los diplomados de Banca y Finanzas y Marketing Digital, los resultados se obtuvieron utilizando el programa IBM SPSS Statistics 27.

Para la evaluación de los presentes ítems se toma como perfil de actitud las siguientes categorías:

Tabla 4: Valores de las categorías

Valores	Categorías
1,00 – 2,00	Muy Desfavorable
2,01 – 3,00	Desfavorable
3,01 – 4,00	Favorable
4,01 – 5,00	Muy Favorable

Fuente: Elaboración propia.

5.2. Descripción de las dimensiones

A continuación, se describirá lo conceptual de cada dimensión del Modelo Servqual, seguido con los números de preguntas que conforma cada dimensión.

Tabla 5: Modelo SERVQUAL

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, de ítems		33	33

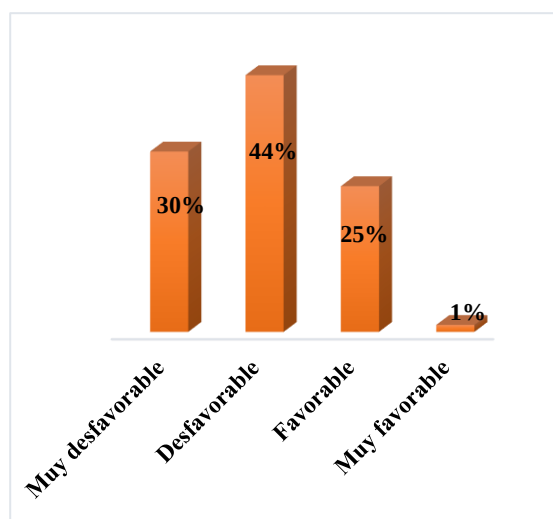
Fuente: Elaboración propia, adaptado de Schiffman y Lazar 2001.

Resultados por dimensiones

Para el análisis, se toma en cuenta el sexo de los estudiantes con la finalidad de determinar si existen patrones que nos permitan explicar las variables de manera adecuada.

a) DIMENSIÓN 1: ELEMENTOS TANGIBLES

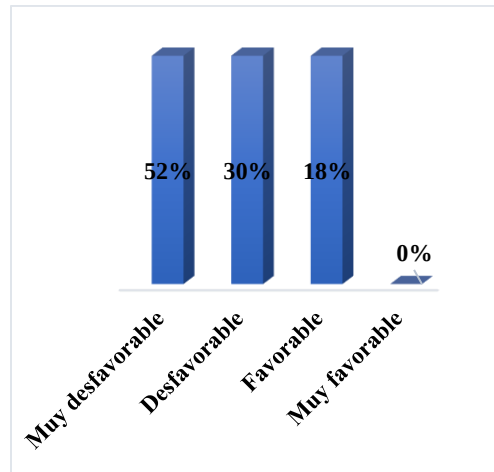
Gráfico 4
Sexo – Femenino de los
estudiantes del diplomado 2025



Para el año 2025 se puede observar en la gráfica 4; en la dimensión de Elementos Tangibles en las mujeres, los resultados muestran un bajo nivel de satisfacción. Los valores muestran el 74% de las mujeres seleccionaron muy desfavorable y desfavorable.

Para el año 2025 se puede apreciar de los nueve ítems nombrados en esta dimensión tienen una percepción negativa para las mujeres en relación elementos físicos del servicio de los micros para ambos años, es decir que se percibe por parte de las estudiantes que los vehículos se encuentran en malas condiciones.

Gráfico 5
Sexo – Masculino de los
Estudiantes del diplomado 2025

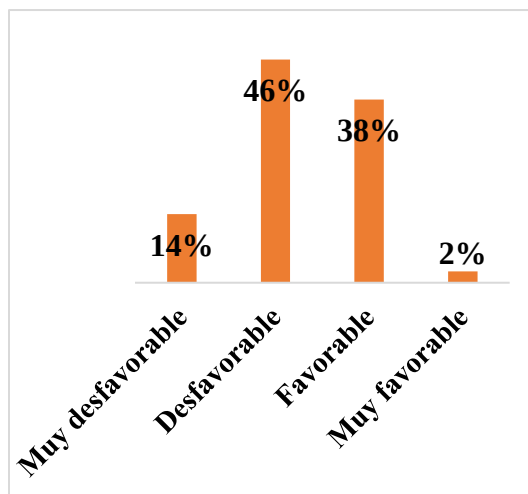


Para el año 2025 en la gráfica 5, se puede observar que el 82% de los varones seleccionaron en su mayoría muy desfavorable y desfavorable de los diplomados de Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos; mostrando un bajo nivel de satisfacción.

De los nueve ítems nombrados en esta dimensión tienen un comportamiento negativo para la percepción de los estudiantes varones de los elementos físicos del servicio de los micros para el año 2025.

DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD

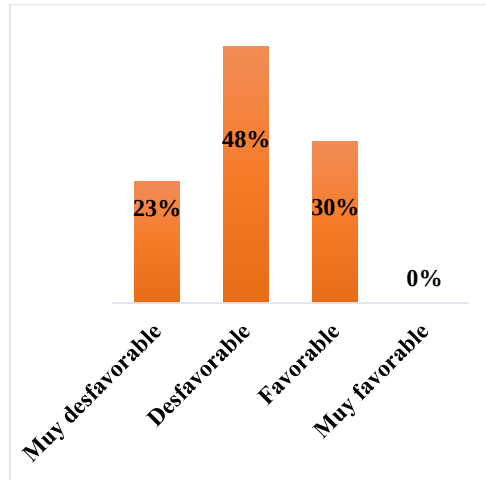
Gráfico 6
Sexo – Femenino de los
estudiantes del diplomado 2025



Para el año 2025 en la gráfica 6 se puede observar, un bajo nivel de satisfacción, con un 60% de las mujeres estudiantes llenaron muy desfavorable y desfavorable.

Esta dimensión, referida al cumplimiento de los horarios y tarifas muestra una percepción negativa con la conducta de los choferes de los micros para el año 2025.

Gráfico 7
Sexo – Masculino de los
estudiantes del diplomado 2025

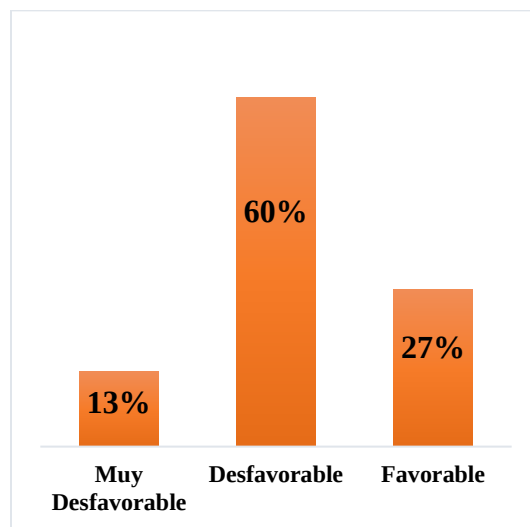


Para el año 2025 en la gráfica 7 se puede observar en los varones, los resultados muestran un bajo nivel de satisfacción. Los valores reflejan que el 71% de los estudiantes varones llenaron muy desfavorable y desfavorable

En esta dimensión se tiene también una percepción negativa de la conducta de los choferes de los micros para el año 2025. Esto puede deberse también al trato que brindan los conductores a los usuarios, en este caso a los estudiantes universitarios.

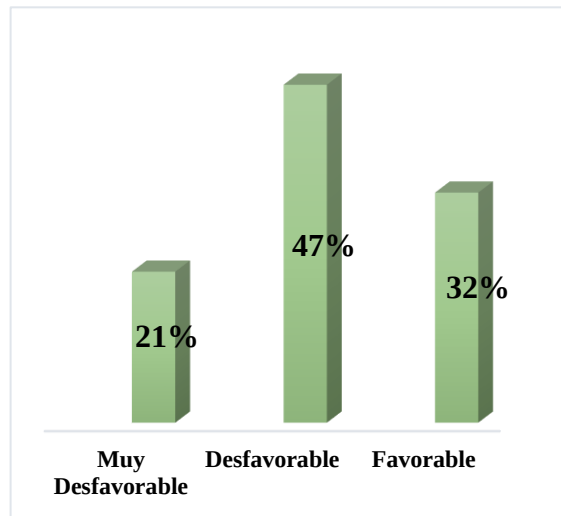
DIMENSION 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA

Gráfico 8
Sexo Femenino de los
estudiantes del diplomado 2025



En el año 2025 de la grafica 8, los valores muestran el 73% de las mujeres llenaron en el cuestionario muy desfavorable y desfavorable , en los diplomado. El promedio de los seis items nombrados en esta dimension tienen una respuesta negativa hacia los choferes de micros por su falta de respuesta, falta de disposicion para ayudar a los pasajeros.

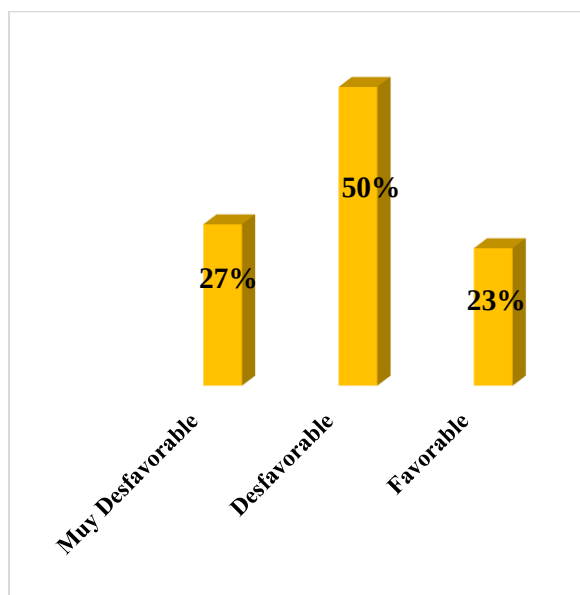
Gráfico 9
Sexo – Masculino de los
estudiantes del diplomado 2025



En el año 2025 en la grafica 9 , en la dimension de la Capacidad de Respuesta de los varones, muestran un bajo nivel de satisfaccion. Los valores muestran el 68% de los varones llenaron muy desfavorable y desfavorable de los diplomados; de los seis items nombrados en esta dimension tienen una respuesta negativa hacia los choferes de micros por su falta de lentitud en la atencion, falta de disposicion para ayudar y respuestas inapropiadas de algunos choferes a los pasajeros, aplicados para el presente año.

DIMENSION 4: SEGURIDAD

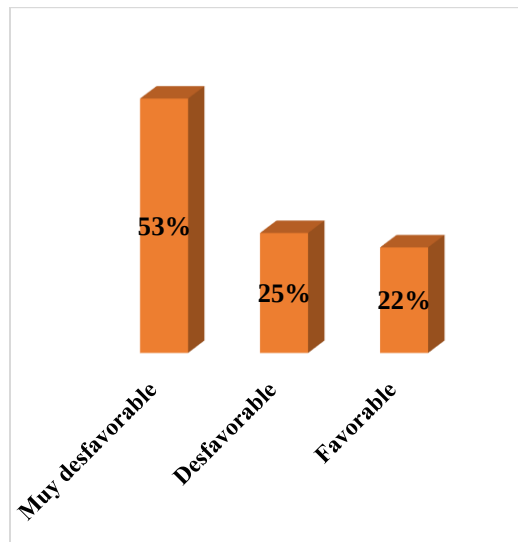
Gráfico 10
Sexo – Femenino de los
estudiantes del diplomado 2025



Para el año 2025 en la gráfica 10, el género femenino muestra un bajo nivel de satisfacción del servicio muestran un bajo nivel de satisfacción del servicio que brindan los choferes de micros hacia sus pasajeros, esto se refleja en los resultados presentes, el 77% de las mujeres llenaron muy desfavorable y desfavorable de las estudiantes del diplomado.

De los cinco ítems nombrados la respuesta son compartidas hacia el servicio que brindan, como la conducta y el trato que tienen; negativo en el año presente año.

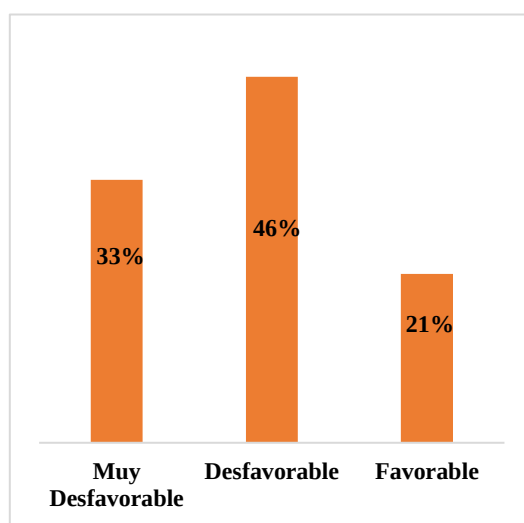
Gráfico 11
Sexo – Masculino de los
estudiantes del diplomado 2025



Para el año 2025 en la gráfica 11 en la dimensión de Seguridad para los varones muestra un bajo nivel de satisfacción del servicio que brindan los choferes de micros hacia sus pasajeros, esto se refleja en los resultados presentes, el 78% de los varones llenaron muy desfavorable de los diplomados; de los cinco ítems nombrados la respuesta es desfavorable hacia el servicio que brindan, como la conducta y el trato que tienen, utilizados en el año presente.

DIMENSIÓN 5: EMPATÍA

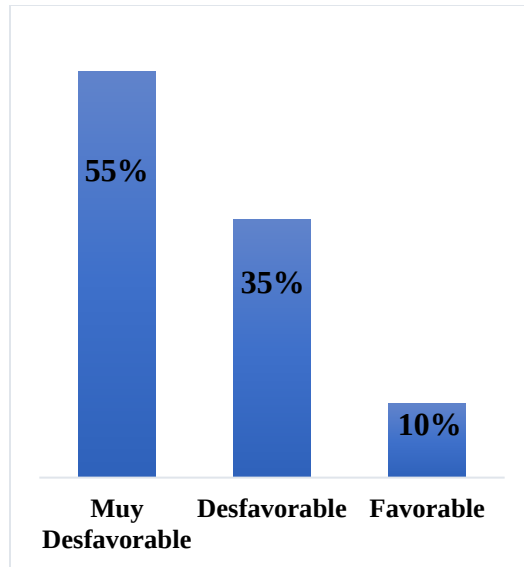
Gráfico 12
Sexo – Femenino de los
estudiantes del diplomado 2025



En el año 2025 en la gráfica 24, en la dimensión de Empatía el resultado es negativo por parte del género femenino, de los diplomados, con el 79% de las mujeres llenaron muy desfavorable y desfavorable.

Responde a los cinco ítems nombrados en esta dimensión por la falta de comprensión y respuesta hacia los pasajeros, utilizados para el año presente.

Gráfico 13
Sexo – Masculino de los
estudiantes del diplomado 2025



En el año 2025 en la gráfica 13, en la dimensión de Empatía el resultado es desfavorable por parte del género masculino, en los diplomados, con el 90% de los varones llenaron muy desfavorable y desfavorable; responde a los cinco ítems nombrados en esta dimensión por la falta de comprensión y respuesta hacia los pasajeros utilizados para el año presente.

5.3. La Chi cuadrada

Nos permite saber el grado de asociación de dos variables categóricas, sean estas dicotómicas de dos atributos o politómicas más de dos atributos o también llamados dimensiones.

Paso 1: Plantear la hipótesis de asociación

H0: No existe relación entre las variables categóricas “incidentes” e “inseguridad”.

H1: La percepción de inseguridad en los estudiantes de diplomado al salir de sus clases nocturnas se debe por los incidentes que experimentaron.

Paso 2: Nivel de significancia

NC= 0,95

α = 0.05 (Margen de error)

Paso 3: Prueba Chi-cuadrada

Si **fe**: $\leq 20\%$ casillas con valor 5 $\longrightarrow$ test de chi – cuadrado optima.

Si **fe**: $> 20\%$ casillas con valor 5 $\longrightarrow$ test de chi – cuadrado débil.

Paso 4: Estadístico de prueba

Si p – valor $< 0,05$ se rechaza la H0

Si p – valor $\geq 0,05$ se acepta la H0 y se rechaza la H1

Paso 5: Criterio de decisión

Tabla 6: Resultados Chi - cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado				
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	22,161	2	<,001	<,001
Razón de verosimilitud	24,865	2	<,001	<,001
Prueba exacta de Fisher- Freeman-Halton	22,097			<,001
N de casos válidos	125			
a. 1 casillas (16,7%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 3,31.				

Interpretación: Con el resultado de la chi- cuadrado de Pearson de 0,001 al ser menor que 0,05 se rechaza la primera hipótesis.

5.4. Prueba de V Cramer

Mide el grado de intensidad con que dos variables que estén relacionadas. Para ello una de las variables debe ser de orden nominal y la otra ordinal.

Paso 1: Plantear la hipótesis de relación

H0: No existe relación entre las variables categóricas “incidentes” e “inseguridad”.

H1: La percepción de inseguridad en los estudiantes de diplomado al salir de sus clases nocturnas se debe por los incidentes que experimentaron.

Paso 2: Nivel de significancia

NC= 0,95

$\alpha = 0.05$ (Margen de error)

Paso 3: Prueba V Cramer

Valor de V Cramer $\cong 1 \longrightarrow$ Alta intensidad de asociación.

Valor de V Cramer $\cong 0 \longrightarrow$ Nula o baja intensidad de asociación.

Paso 4: Estadístico de prueba

Si p – valor $< 0,05$ se rechaza la H_0 .

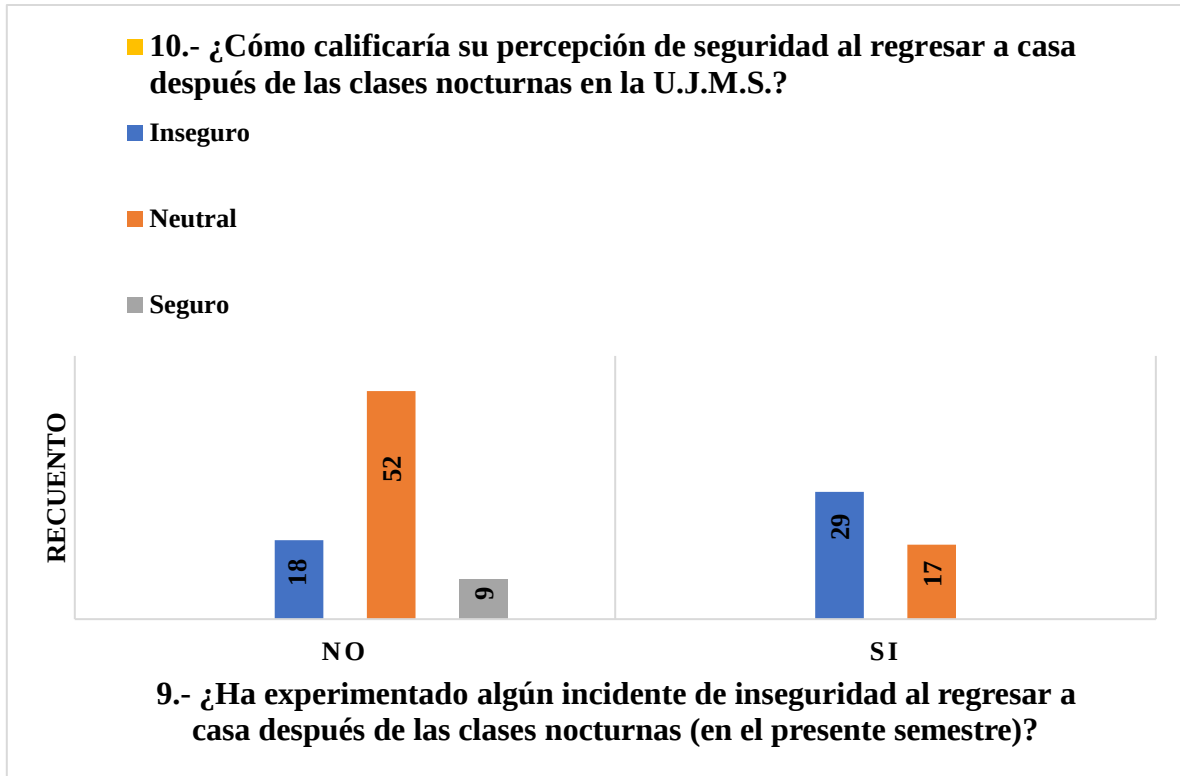
Si p – valor $\geq 0,05$ se acepta la H_0 y se rechaza la H_1 .

Paso 5: Criterio de decisión

Medidas simétricas				
		Valor	Significación aproximada	Significación exacta
Nominal por Nominal	Phi	,421	<,0001	<,0001
	V de Cramer	,421	<,0001	<,0001
	Coeficiente de contingencia	,388	<,0001	<,0001
N de casos válidos		125		

Interpretación: Como se muestra la p valor es $<, 0001$ es menor a 0,005 así que se rechaza la hipótesis H_1 , en el nivel de intensidad $<, 0001$ se aproxima a 0, el nivel de intensidad es baja o relación entre las dos variables es baja.

Gráfico 14
Cruces de variables



Interpretación: Como se puede observar en la presente grafica para el presente semestre del diplomado del 2025, los estudiantes no experimentaron algún incidente al regresar a sus hogares después de sus clases nocturnas y el 52% de las respuestas de los estudiantes del diplomado mostraron una percepción neutral de seguridad.

5.5. Conclusiones

Como resultado de la anterior tabla, se interpreta de la siguiente manera:

- Para la dimensión de los Elementos Tangibles, las respuestas de los nueve ítems dan como resultado una percepción desfavorable de la apariencia física (interna y externa) de los automotores, accesorios, equipos o componentes, presencia física de los conductores que ofrecen su servicio de transporte público de micros.
- Para la dimensión de la Fiabilidad, de los ocho ítems, cinco tienen una respuesta desfavorable y tres ítems de llevar pasajeros extras, el conductor conduce directamente al destino y el micro cobra la tarifa establecida; que obtuvo una media mayor a 3, que tienen una respuesta favorable de esto ítems.
- Para la dimensión Capacidad de Respuesta, de los seis ítems, cinco ítems tienen respuestas desfavorables y solo un ítem tiene una respuesta favorable que es accesible utilizar el servicio de micro; con una media mayor de 3.
- Para la dimensión Seguridad, de los cinco ítems todas tienen una respuesta desfavorable, es decir que el comportamiento del chofer no muestra una seguridad y confianza a los pasajeros que utilizan el servicio de micro.
- Para la dimensión de Empatía, de los cinco ítems se obtuvo todas las respuestas desfavorables de los choferes al no tener cuidado y atención a sus pasajeros.
- Queda resaltar que el modelo Servqual, es un modelo para evaluar la calidad de los servicios y no un fin en sí mismo.

CAPÍTULO 6

PROPUESTA DE MEJORA

6.1. Antecedentes

La presente propuesta se enmarca en el diseño de estrategias operativas y de servicio orientadas a mejorar la calidad en el servicio del transporte privado nocturno para estudiantes universitarios de la Universidad Autónoma Juan Misael Saracho (U.A.J.M.S.), específicamente aquellos que cursan diplomados en Banca y Finanzas, Marketing Digital y Proyectos. Estas estrategias responden a los hallazgos obtenidos mediante el modelo SERVQUAL y el análisis estadístico de la percepción de inseguridad, evidenciado por la prueba de chi-cuadrado aplicada en la gestión 2025.

Desde la perspectiva de la administración de empresas, estas estrategias se alinean con la gestión de operaciones, la mejora continua del servicio, la administración de recursos humanos y la responsabilidad social universitaria. Su implementación busca optimizar la experiencia del usuario, reducir la percepción de inseguridad y fortalecer el vínculo entre la universidad y su comunidad estudiantil.

6.2. Objetivo General

Diseñar e implementar estrategias operativas y de servicio que mejoren la atención al usuario del transporte privado universitario nocturno, incrementando la seguridad, la calidad percibida y la satisfacción estudiantil.

6.3. Estrategia Operativa

Las estrategias operativas se centran en la planificación, ejecución y control de los recursos necesarios para brindar un servicio de transporte eficiente y seguro:

- **Diseño de rutas optimizadas:** Se proponen tres rutas estratégicas que cubren las zonas de mayor concentración estudiantil, considerando tiempos de desplazamiento, accesibilidad y cobertura.
- **Asignación de recursos y costos:** Se establece un esquema de costos que contempla inversión inicial, recuperación y sostenibilidad del servicio. Para que los estudiantes puedan adquirir el servicio de los micros privados deberán pagar un monto específico en el momento de la matriculación.

- **Control de calidad del servicio:** Se implementarán mecanismos de supervisión periódica, encuestas de satisfacción y revisión de indicadores clave como puntualidad, limpieza y trato al usuario.

6.4. Estrategia de Servicio

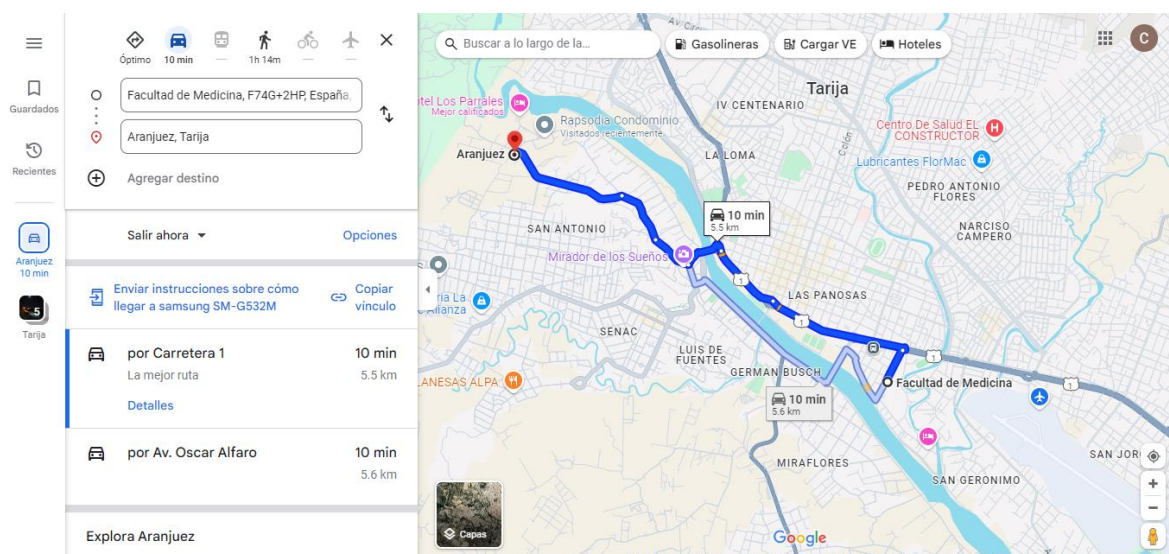
Las estrategias de servicio se enfocan en la experiencia del usuario y en la percepción de valor agregado:

- **Identificación visual y profesionalización del personal:** Se dotará a los conductores de uniformes, credenciales visibles y capacitación en atención al cliente, reforzando la dimensión de tangibilidad y seguridad del modelo SERVQUAL.
- **Comunicación directa con los usuarios:** Se creará un grupo de WhatsApp institucional para cada ruta, facilitando la coordinación, el reporte de incidentes que pueda ver dentro de la movilidad. Esta estrategia mejora la capacidad de respuesta y empatía.
- **Ambientación de los vehículos:** Se utilizarán aromatizantes y señalética con la letra “U” para generar un ambiente acogedor y fácilmente identificable, fortaleciendo la imagen institucional y la percepción de seguridad.
- **Protocolos de actuación ante incidentes:** Se establecerán procedimientos claros para la atención de reclamos por parte de los estudiantes de los diplomados, incluyendo contacto directo con las autoridades universitarias y autoridades locales. Esto responde a la necesidad de fiabilidad y seguridad en el servicio.

6.5. DISEÑO DE RUTAS

Para la presente propuesta se realizarán las rutas para los micros contratados, que serán cuatro rutas una para cada micro para llevar a los estudiantes del diplomado de Banca y Finanzas y Marketing Digital, donde serán supervisadas por el investigador.

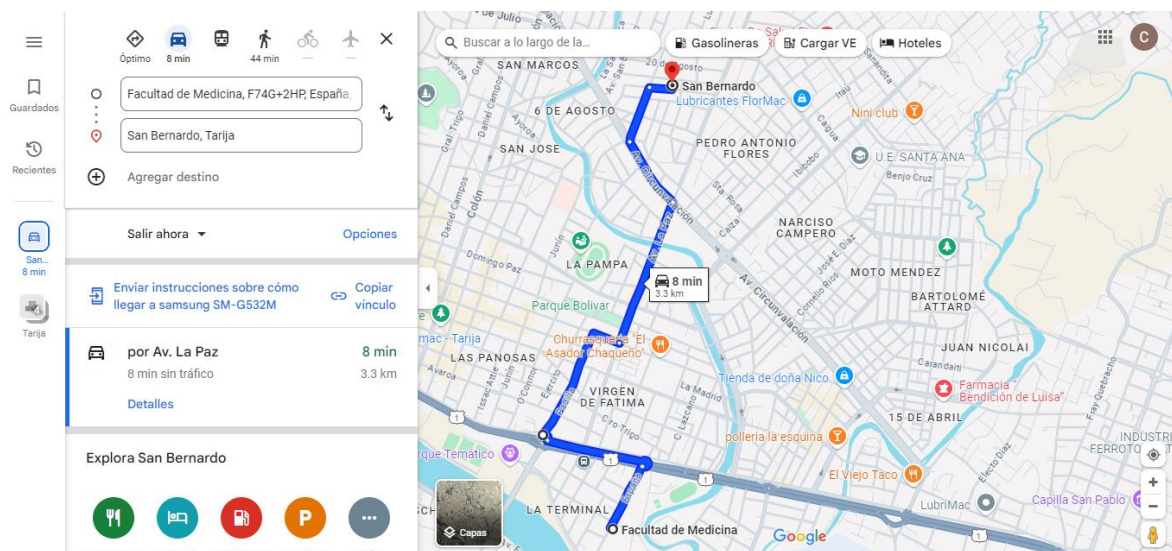
6.5.1. Ruta 1



Fuente: Elaboración propia, utilizando Google Map (2025).

Para esta ruta tendrá como punto de partida la puerta de medicina, donde contarán con 16 estudiantes del diplomado de Banca y Finanzas y Marketing Digital, los barrios que pasaran serán: Ex Terminal, Las Panosas, Simón Bolívar, San Martín, Tabladita, San Antonio, German Busch, Méndez Arcos, Senac y como punto de llegada Aranjuez.

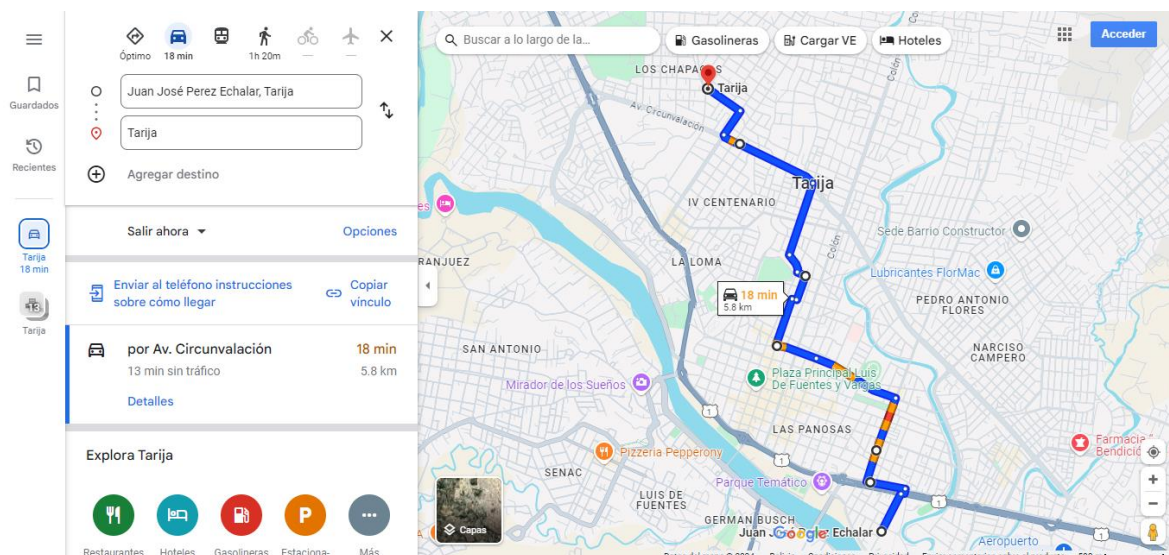
6.5.2. Ruta 2



Fuente: Elaboración propia, utilizando Google Map (2025).

Esta segunda ruta tendrá como punto de partida la salida de la puerta de medicina, sobre la calle España donde tomaran este micro 14 estudiantes del diplomado de Banca y Finanzas y Marketing Digital, que pasaran por los barrios: Villa Fátima, La Pampa, Pedro Antonio Flores, San Pedro, San Marcos, Narciso Campero, Juan XXIII, Moto Méndez y como punto de llegada San Bernardo.

6.5.3. Ruta 3



Fuente: Elaboración propia, utilizando Google Map (2025).

En la tercera ruta tendrá como punto de partida la salida la puerta de medicina, constara con 12 estudiantes del diplomado de Banca y Finanzas y Marketing Digital, cuya ruta pasaran por los barrios: IV Centenario, el Centro, Los Cerezos, Salamanca, San Roque, El Carmen, Villa Abaroa, 12 de Octubre y como punto de llegada el barrio María de los Ángeles.

6.6. Estado financiero

Tabla 6: Esquemas de costos

Componentes	Unidades	Costo unitario	Costo total
Credenciales	3 unidades	5 bs	15 bs
Aromatizantes	6 unidades	10 bs	60 bs
Letrero “U”	3 unidades	8 bs	24 bs
Total:	12 unidades		99 bs

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación: para la inversión inicial se dispondrá de 99 bs, se recuperará en el momento de la matriculación cuando los que quieran el servicio lo cancelen al comienzo del semestre, con ello cubrir la inversión inicial.

CAPÍTULO 7

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

➤ **Percepción de inseguridad de los estudiantes**

A partir de los resultados de la encuesta en la pregunta N° 9 aplicada a los estudiantes de los diplomados para el año 2025, se observó que un 63% de los participantes no reportaron incidentes de inseguridad, mientras que un 37% no manifestaron haber experimentado algún incidente en el presente semestre. Estos hallazgos destacan la necesidad de implementar medidas preventivas, como el servicio de microbuses exclusivos, para mitigar riesgos de inseguridad y mejorar la percepción de seguridad al finalizar sus clases.

➤ **Preferencia de un transporte universitario exclusivo**

El estudio sugiere una fuerte preferencia entre los estudiantes y el personal docente por implementar líneas de microbuses universitarios exclusivos. Para ello se sugiere la elaboración de un plan de mejora para la universidad que existe en la ciudad de Tarija. La propuesta de mejora se muestra en el Capítulo 6 y el apoyo de los estudiantes se puede observar en el anexo 2.

➤ **Evaluación de servicio actual**

La aplicación del modelo SERVQUAL permitió evaluar cinco dimensiones clave: Elementos Tangibles, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía. Los resultados indicaron una percepción negativa hacia la calidad del servicio actual proporcionado por los micreros, lo que evidencia la necesidad de mejorar significativamente la atención y los estándares del transporte privado dirigido a estudiantes universitarios.

7.2. Recomendaciones

Recomendaciones operativas

- Implementar rutas de microbuses universitarios exclusivos para estudiantes de diplomados nocturnos, con horarios definidos y puntos de parada estratégicos.
- Establecer un sistema de identificación para los conductores, incluyendo uniformes, credenciales visibles y capacitación en atención al usuario.
- Incorporar señalética clara en los vehículos, como letreros con la letra “U”, para facilitar el reconocimiento por parte de los estudiantes.

Recomendaciones tecnológicas y comunicacionales

- Crear grupos de WhatsApp oficiales por diplomado para informar sobre horarios, rutas y novedades del servicio de transporte.
- Desarrollar una aplicación móvil o plataforma digital que permita a los estudiantes consultar rutas, reportar incidentes y evaluar el servicio.
- Promover campañas de concientización sobre seguridad y respeto en el servicio del transporte de micro, en colaboración con sus sindicatos.

Recomendaciones institucionales

- Establecer convenios entre la universidad y los sindicatos de transporte para garantizar condiciones seguras y tarifas preferenciales para estudiantes.
- Incluir la mejora del transporte universitario como parte de los planes estratégicos de bienestar estudiantil de la U.A.J.M.S.
- Realizar evaluaciones periódicas del servicio mediante encuestas y análisis de satisfacción, utilizando el modelo SERVQUAL como herramienta de seguimiento.
- Se recomienda realizar otras investigaciones sobre el desempeño académico y los incidentes que genera la inseguridad, para los futuros investigadores.