

PERFIL DE "NO-USUARIO" Y ESTRATEGIAS DE MERCADERO

Programa de Desarrollo Profesional UPR/PUPR/ATI - Grupo 3
 Universidad de Puerto Rico Recinto Universitario de Mayagüez
 Departamento de Ingeniería Civil y Agrimensura
 Sugeily Patxot Vélez – suly8@yahoo.com
 Tutor: Dr. Felipe Luyanda
 Director del Programa: Dr. Benjamín Colucci

Propósito

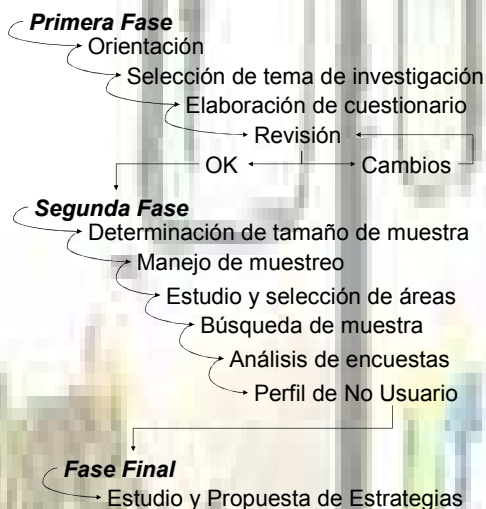
- Estudiar y recomendar estrategias para fomentar el uso del Tren Urbano, dado que :
 - el mismo ofrece un excelente servicio en cuanto a mapas, limpieza y comodidad dentro de los vagones respecta, y
 - un buen servicio en cuanto a las mismas variables en la estación.

Objetivos

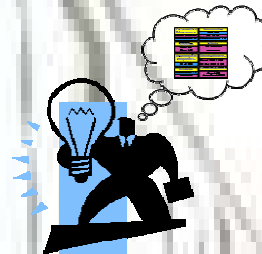
- Elaborar un cuestionario dirigido al "no-usuario" del Tren Urbano.
- Recopilar una muestra de 200 encuestados para propósitos de investigación.
- Obtener perfil de "No Usuario" del Tren Urbano.
- Estudiar estrategias usadas en otros países.
- Adaptar estrategias al ambiente local, que resulten en incentivos de uso o ideas para nuevos estudios.

Yo no uso el Tren Urbano porque...	Soy mayormente...
Ruta no es adecuada: 50%	Hombre: 50.5%
Tengo vehículo propio: 64%	25-40 años: 36%
Viajo por...	Me tarda...
Trabajo: 48%	15 min o menos: 30%
Compras: 24%	16-30 min: 27.5%
	31 min - 1 hr: 27%
Gasto semanal en transportación...	Gano anualmente...
\$16 - \$30: 39%	Menos de \$10,000: 27%
	\$20,001 - \$30,001: 25.5%
Disfruto de...	¿Conozco? - ¿No Conozco?
Actividades Familiares: 68.1%	¿Rutas?: 56%
Televisión: 41%	¿Operación?: 46.5%
	¿Agencia administradora?: 78.5%

Proceso de investigación



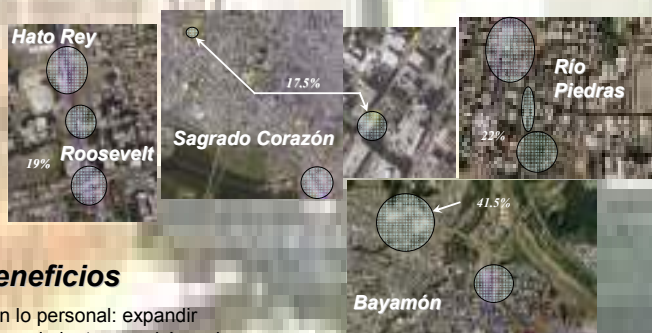
"No Usuario"



Estrategias

- Venta a empresas de tickets al por mayor, con un descuento, y el acuerdo de promoción a la empresa en vagones y/o estaciones, a cambio de participación activa de sus empleados en el TU.
- Contrato con centros comerciales, lugares de interés y/o agencias promocionales de eventos especiales, para promocionarlos en los vagones y/o estaciones.
- Mapas en vagones y estaciones con información de lugares de interés alrededor de cada estación.
- Paquete promocional a turistas, Ej. "TuriTren".
- Colocación de cabinas que sirvan para la venta de productos, desde dulces, bebidas, hasta tickets del TU.
- Locales comerciales o mini agencias, tales como instituciones bancarias, que ofrezcan servicios limitados en las estaciones del TU.
- Celebrar con actividades o resaltando mediante altavoz, días especiales, tales como: Día de la Mujer, Día del Niño, Día del Trabajo, etc.
- Desarrollo de espacios públicos en los alrededores de las estaciones, "Lo atractivo, atrae".
- Permitir a los artistas puertorriqueños creación de obras con motivo referente a la historia de los pueblos donde se encuentran las estaciones o con el Tren Urbano, para ser evaluadas y de ser aceptadas, pasarían a ser parte de las estaciones resaltando la cultura puertorriqueña en las mismas.
- Red de Internet inalámbrica en estaciones.
- Mantener al tanto del funcionamiento del TU y nuevas ideas a desarrollar, a la comunidad cercana a las estaciones existentes y atender con anticipación comunidades cercanas a posible localización de futura extensión a la alineación del TU. Tener presente que a la comunidad le gusta que los consideren.
- "Vender la maravilla del TU" como lo es la avanzada tecnología y preparación de sus operadores. Esto brinda seguridad al usuario.
- Crear en los niños y en la juventud del país una mentalidad "Pro Tren", para asegurar, aunque a largo plazo, el aumento de pasajeros.

Áreas estudiadas



Beneficios

En lo personal: expandir conocimientos en el área de Transporte Colectivo y desarrollo en el proceso de investigación y preparación de documentos técnicos

Mientras que a su vez se colabora con la agencia Alternativa de Transporte Integrado a conocer al "No Usuario" y buscar formas de llegar a él e incentivarlo a utilizar el Tren Urbano.

Sugerencias

En encuestas, evitar hasta donde sea posible preguntas en las cuales los encuestados puedan seleccionar más de una opción para contestar a una misma pregunta. Esto amplía los márgenes de selección para los encuestados, pero minimiza la posibilidad de llegar a resultados concretos.