



Programa de Desarrollo Profesional UPR/PUPR/ATI
Centro de Transferencia de Tecnología en Transportación
Universidad de Puerto Rico, Recinto Universitario de Mayagüez
Mayagüez, Puerto Rico



Grupo 3

ESTRATEGIAS PARA AUMENTAR EL PATROCINIO DEL TREN

Sometido por:

Sugeily Patxot Vélez, Estudiante Sub-Graduado
suly8@yahoo.com
Departamento de Ingeniería Civil y Agrimensura
Universidad de Puerto Rico, Recinto de Mayagüez

Consejero:

Dr. Felipe Luyanda
fluyanda@uprm.edu

Sometido a:

Benjamín Colucci, PhD, PE, PTOE
bcolucci@uprm.edu
Director del Programa de Desarrollo Profesional UPR/PUPR/ATI
Octubre de 2006

TREN URBANO, PUERTO RICO

METRO CARACAS VENEZUELA

METRO MEDELLIN, ESPAÑA

TABLA DE CONTENIDO

1. Introducción	1
1.1. Justificación.....	1
1.2. Repaso de Literatura.....	2
1.2.1. La Percepción de los Usuarios Potenciales como Función de las Estrategias de Mercadeo para Tren Urbano y ATI.....	3
1.2.2. Cuestionario Percepción de los Usuarios del Tren Urbano y Cuestionario Percepción de los No Usuarios del Tren Urbano, a analizar por el Dr. Felipe Luyanda para Alternate Concepts Inc.....	3
1.2.3. Estudio de No Usuarios del Metro de Caracas, Venezuela por la Universidad de EAFIT.....	4
1.2.4. Metro de Medellín, España, por la empresa privada Centro Nacional de Consultoría.....	4
1.3. Objetivos.....	4
2. Metodología	5
3. Beneficios de la Investigación	6
4. Itinerario Propuesto	6
5. Credenciales	6
6. Bibliografía	7
7. Apéndice	7

1. Introducción

Puerto Rico cuenta actualmente con varias opciones para el transporte colectivo en el Área Metropolitana de la isla, que incluye la Autoridad Metropolitana de Autobuses, un sistema de Minibús y como última obra se ha integrado al Sistema el Tren Urbano, que ofrece la oportunidad de movimiento entre los municipios de San Juan, Bayamón y Guaynabo. En esta propuesta se recoge los planes de investigación para el estudio y desarrollo de estrategias que fomenten el uso del Tren Urbano en nuestro país.

1.1 Justificación

Si bien es claro y puede confirmarse, el Tren Urbano en poco tiempo ha demostrado que es uno eficiente, seguro, con la capacidad de ofrecer al ciudadano una opción para mejorar la calidad de vida, permitiendo la llegada de los mismos a sus destinos sin tener que enfrentarse a la típica congestión vehicular que se presenta día a día a las horas pico en las carreteras principales de nuestro país, que provocan malestar, disgustos y tensiones innecesarias. El problema radica en que el Tren Urbano aunque ha demostrado su eficiencia, no cuenta con la demanda esperada para el mismo en la etapa de planificación, previa a su construcción, y demanda que el mismo esta preparado para suplir. Por lo tanto el interés particular de esta propuesta surge a raíz del interés personal en fomentar de alguna manera el uso del Tren Urbano en el país. Al final de esta investigación se espera poder proponer una serie de estrategias a tomar en consideración, a manera de incentivar al ciudadano para que considere la opción de utilizar el Tren Urbano como medio de transporte, bien sea para ir al trabajo, a la universidad, de compras, dar una vuelta o asistir a algún evento cultural, y/o proponer otras ideas para futuros estudios.

Para que las metas propuestas se logren es de suma importancia que se tenga un perfil de usuario, reconociendo que para poder proponer e implantar medidas que fomenten el uso Tren, necesitamos saber que tipo de personas lo utilizan y porque no, quienes no lo utilizan. Una vez conozcamos quien es el usuario podremos trabajar para que las personas que ven nuestro sistema como una opción para moverse en el área

metropolitana de la isla continúen utilizándolo. Mientras que por otro lado una vez conozcamos al no usuario (que tipo de personas son: a que se dedican, entre que edades fluctúan, qué deficiencia consideran tiene el Tren y qué razones contribuyen a que no lo vean como una opción para su transportación), se podrá entonces trabajar en mejorar estas deficiencias, a manera de incentivar a estas personas a utilizar el Tren. De igual manera el éxito final de todo radicará en que los diferentes sistemas de transporte colectivo funcionen como un solo sistema, proveyendo al ciudadano un servicio de excelencia, que motive al uso continuo del mismo.

1.2 Repaso de Literatura

- ✚ La Percepción de los Usuarios Potenciales como Función de las Estrategias de Mercadeo para Tren Urbano y ATI, realizado por el estudiante graduado del Colegio de Administración de Empresas de la Universidad de Puerto Rico, Recinto Universitario de Mayagüez, Héctor Arroyo Miranda, quien fue parte del Grupo 10 del Programa de Desarrollo Profesional UPRM/PUPR/ATI (con el fin de evaluar las metas propuestas en cuanto a estrategias de fomento de uso del Tren Urbano, previo a su construcción y resultados de estudios realizados para ese entonces).
- ✚ Cuestionario Percepción de los Usuarios del Tren Urbano, a analizar por el Dr. Felipe Luyanda para Alternate Concepts Inc.
- ✚ Cuestionario Percepción de los No Usuarios del Tren Urbano, a analizar por el Dr. Felipe Luyanda para Alternate Concepts Inc.
- ✚ Estudio de No Usuarios del Metro de Caracas, Venezuela por la Universidad de EAFIT.
- ✚ Metro de Medellín, España, por la empresa privada Centro Nacional de Consultoría.

1.2.1 La Percepción de los Usuarios Potenciales como Función de las Estrategias de Mercadeo para Tren Urbano y ATI

Luego de realizar su debido estudio, el estudiante Héctor Arroyo, propone una serie de estrategias consideradas por el –según estipula en su informe-, beneficiosas por ser costo efectivas, segmentadas, promueven el acceso a las facilidades y la ventaja competitiva de los negocios. Parte de estas se enfocan en una preocupación personal debido a el desconocimiento de los usuarios potenciales sobre ATI como sistema de transporte integrado. A raíz de esto Arroyo propone que la promoción del Tren Urbano pase a un plano principal como estrategia de mercadeo del sistema en general (ATI y sus componentes). La misma puede difundir mediante folletos informativos que comuniquen asuntos de interés, reforzar la página existente de ATI, con datos más específicos sobre rutas y costos, y publicidad en prensa escrita, el cuál resultó el medio con mayor impacto potencial según su encuesta. Mientras que el otro puñado de estrategias se enfoca en el patrono, quien se considera juega un rol importante al momento de crear impacto. Por esta razón propone que el patrono este informado, para que sea capaz de persuadir a sus empleados a utilizar el transporte colectivo, ya que este les permite un ahorro significativo en costo cuando se compara con lo que cuesta el mantener un vehículo privado y ahorro en tiempo de viaje, evitando el estrés causado por el tiempo perdido en la congestión vehicular.

1.2.2 Cuestionario Percepción de los Usuarios del Tren Urbano y Cuestionario Percepción de los No Usuarios del Tren Urbano, a analizar por el Dr. Felipe Luyanda para Alternate Concepts Inc.

Ambos tiene el propósito de ubicar a los usuarios y no usuarios del Tren en términos de edad, sexo, ingreso, ocupación y cantidad de vehículos disponibles para su uso. Para el caso de los usuarios se espera mayormente obtener el reacción en cuanto a calidad y servicio del sistema, mientras que para el caso de los no usuarios, se busca identificar las deficiencias del sistema que impiden a

estas personas su uso y las recomendaciones que los mismos propongan para lograr su incentivo.

1.2.3 Estudio de No Usuarios del Metro de Caracas, Venezuela por la Universidad de EAFIT.

Este cuestionario busca establecer un perfil de usuario, al igual que el que está siendo suministrado actualmente en Puerto Rico, pero incluye el factor adicional de obtener información acerca de cómo la persona conoce sobre el Metro (a través de que medio) y cual es el principal medio de comunicación utilizado por el entrevistado. Estos factores contribuyen a una vez determinado el perfil, saber por donde voy a hacer llegar la información de mi sistema.

1.2.4 Metro de Medellín, España, por la empresa privada Centro Nacional de Consultoría.

Este cuestionario se enfoca mas en determinar la calidad del servicio ofrecido por el Metro. Entre los factores que toma en consideración, incluye “La comodidad”, en el cual plantea, entre otras cosas, la disponibilidad de servicios complementarios, tales como droguerías o bancos. La proximidad de este tipo de servicios podrían resultar en fomento para el uso del Tren, por la conveniencia que esto implica.

1.3 Objetivos

Para alcanzar el propósito de esta investigación, hay una serie de objetivos que esperan cumplirse. Los mismos consisten en:

- ✚ Obtener un perfil de usuario y no usuario del Tren Urbano.
- ✚ Estudiar estrategias usadas en otros países que puedan ser adaptadas al ambiente local y resulten en incentivos de uso o ideas para nuevos estudios.

- ✚ Determinar cuales estrategias serian aceptables a usuarios y no usuario del sistema.

2. Metodología

Para poder recopilar la información deseada y poder llegar a conclusiones que cumplan con el propósito de esta investigación, será necesario recurrir a una serie de fuentes. Entre estas se encuentra la recopilación de información mediante el Internet, libros referentes al tema del Tren Urbano, revisión literaria en la Biblioteca del Centro de Transferencia de Tecnología en Transportación, de informes realizados previamente que tuvieron un enfoque similar al mío, y estudio de cuestionarios que buscan conocer a los usuarios y su opinión acerca del sistema, sometidos en otros países (el Metro de Caracas, Venezuela y el Metro de Medellín, España).

Otra opción considerada es el estudio de sistemas de rieles en otros países, explorando métodos que se han implementado para incentivar su uso y cuan efectivos han sido, a manera de evaluar la posibilidad de adaptar dichas medidas a las condiciones de la Isla. Entre estas medidas figuran desde nuevos planes de estudio hasta lo mencionado anteriormente acerca del desarrollo de estrategias que incentiven el uso del Tren.

Como base para que las estrategias sean implementadas adaptándolas a la situación de la Isla, utilizaré los resultados de una investigación que está siendo realizada por el Dr. Felipe Luyanda para Alternate Concepts Inc. (ACI), mediante un cuestionario. Con éste será posible determinar el perfil de los usuarios y no usuarios del Tren, junto con la percepción que tienen los mismos de éste, en cuanto a calidad y eficiencia del servicio (ventajas y razones principales por las cuales las personas usan el tren, caso de los usuarios, y las razones principales por las cuales no usan el tren, deficiencias y recomendaciones, para el caso de los no usuarios). Una vez exista este perfil se podrá establecer, en base a los estudios realizados de otros sistemas y el repaso de literatura referente al tema, medidas trascendentales que fomenten el uso del Tren Urbano, y que

posiblemente vayan en conjunto con una promoción activa en los diferentes medios de comunicación y lugares estratégicos que logren captar la atención del público.

3. Beneficios de la Investigación

Mediante esta investigación, me ofrezco la oportunidad de expandir mis conocimientos en el área de la Transportación (Transporte Colectivo de la Isla), mientras colaboro con el Tren Urbano a conocer sus usuarios (quién usa el sistema, por qué lo usa, qué piensa del mismo), a sus no usuarios (razones por las que no lo utiliza), a la vez que propongo opciones que promuevan el patrocinio del mismo.

4. Itinerario Propuesto

Diagrama de Gantt en hoja adjunta

5. Credenciales

Soy una estudiante de quinto año de Ingeniería Civil, con un interés particular en aumentar mis conocimientos dentro del campo de la ingeniería, específicamente en el área de Transportación. Como requisito de mi currículum, tome el curso de Introducción a la Ingeniería de Transportación, donde tuve un excelente desempeño, como producto del interés particular en dicha materia y el excelente recurso. Gracias a mis esfuerzos académicos a lo largo de los años de estudio, se me brindó la oportunidad de realizar trabajo como estudiante de Ingeniería Civil en la compañía R.J. Behar, en el estado de la Florida durante los meses de junio a julio de 2006. Esta oportunidad me hizo crecer como ser humano, ya que tuve la oportunidad de interactuar con ingenieros de diferentes países, aprender sobre sus culturas, y adquirir responsabilidades. También me hizo crecer en el ámbito profesional, ya que al demostrar interés se me permitió ejecutar tareas que aún no estaba preparada para realizar, debido a que trataban temas que se dan en cursos que no había tomado. Las mismas fueron realizadas con éxito, quedando mis supervisores satisfechos, y en espera de poder contar conmigo cuando termine mis

estudios. Creo seré un arma útil en este proceso de investigación, debido al interés especial que tengo en el tema y el deseo de crecer como profesional.

6. Bibliografía

- ✚ Arroyo, H., (Grupo 10 Programa de Desarrollo Profesional UPR/PUPR/ATI), *La Percepción de los Usuarios Potenciales como Función de las Estrategias de Mercadeo para Tren Urbano y ATI*, Mayagüez, Centro de Transferencia de Tecnología en Transportación.
- ✚ Dr. Felipe Luyanda, *Cuestionario Percepción de los Usuarios del Tren Urbano*, Guaynabo, Alternate Concepts Inc.
- ✚ Dr. Felipe Luyanda, *Cuestionario Percepción de los No Usuarios del Tren Urbano*, Guaynabo, Alternate Concepts Inc.
- ✚ *Estudio de No Usuarios del Metro*, Caracas, Venezuela, Universidad de EAFIT.
- ✚ *Metro de Medellín*, España, Empresa Privada Centro Nacional de Consultoría.

7. Apéndices

- ✚ Cuestionario de encuesta en Puerto Rico
- ✚ Cuestionario de encuesta en Caracas, Venezuela
- ✚ Cuestionario de encuesta en Medellín, España