

Aprendizaje organizacional de la cadena productiva del transporte de carga por carretera en el Valle del Cauca: variables de satisfacción del canal de miembros

ORGANIZATIONAL LEARNING FROM THE PRODUCTION CHAIN
OF TRANSPORT OF FREIGHT BY ROAD IN VALLE DEL CAUCA:
VARIABLES OF SATISFACTION OF MEMBERS OF THE CANAL

Henry Alberto Mosquera Abadía
Carolina Bedoya Ospina, Ricardo Alonso Cárdenas, Catherine Gómez Sierra

RESUMEN

En éste artículo se presentan las variables de satisfacción de miembros de la cadena de transporte de carga por carretera, como una manera de lograr el aprendizaje organizacional de esta.

Las variables mencionadas son conceptos desarrollado por Churchill y Suprenant (1982), quienes afirman que conceptualmente la satisfacción es el resultado de comprar y resultante del uso, comparando la recompensa y costos de la compra con relación a las consecuencias previstas o anticipadas por parte del comprador.

Para este caso se presentan estas variables organizadas en cinco (5) grupos que son: Normatividad y en Aspectos Operativos, Culturales, Socio Económicos y Tecnológicos.

Esta cadena está conformada por los siguientes eslabones a saber: Generador de Carga, Empresa

ABSTRACT

This article presents the organizational learning of the productive chain of transport of freight by road, in Valle del Cauca, through knowledge of the variables of satisfaction of their members.

The variables of satisfaction or dissatisfaction, concepts developed by Churchill and Suprenant (1982), which argue that conceptually the satisfaction is the result of buying and resulting of using, comparing the rewards and costs of the purchase with relation to the consequences to expected or anticipated by the purchaser.

In this case its present the variables of satisfaction of the productive chain transport of freight by road in Valle del Cauca, they were organized into five (5) groups as follows: Standardization and operational, Culturals, Economics and Technological Aspects.

This chain is made up of the following links up to know: Freight Generator, Transport Enterprise or

* Administrador de Empresas, Especialista en Mercadeo, Magister en Ciencias de la Organización MSc. Universidad del Valle. Doctor en Administración y Economía de la Universidad de Sevilla España. Profesor de Tiempo Completo del área de Mercadeo de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad del Valle, Cali - Colombia.

Correo Electrónico: henrymos@univalle.edu.co

** Estudiantes del Programa Académico de Administración y Gestión de la Universidad Santiago de Cali.

Artículo Tipo I: de Investigación Científica y Tecnológica. Según Clasificación Colciencias.

Fecha de Recepción: Diciembre de 2007

Fecha de Aprobación: Marzo de 2008.

de Transporte o transportista (propietario de vehículo) y Cliente final. Para efectos del análisis únicamente se consideraron los dos (2) primeros eslabones.

Palabras claves: aprendizaje organizacional, post – compra, actitud, repetición de la compra, expectativa, recompensa, lealtad, eslabones, cadena productiva.

carrier (vehicle owner) and Final Customer. For purposes of analysis especially were considered the two (2) first links up.

Keys Words: organizational learning, post - purchase, attitude, repetition of the purchase, expectation, reward, loyalty, links up, productive chain.

INTRODUCCIÓN

La atención sobre el cluster se ha renovado en los últimos años, como una herramienta de desarrollo regional y como una estructura de producción y difusión de conocimiento, como una forma de cooperación económica (Steiner y otros, 2006).

Para lo cual en éste trabajo, se indagó acerca de las variables de satisfacción o insatisfacción de una parte del cluster del transporte, en este caso cada uno de los eslabones que conforman la cadena del transporte de carga por carretera, como una manera de contribuir al aprendizaje colectivo.

En los inicios de 1970s, la satisfacción del consumidor aparece como un legítimo campo de consulta. El Índice de Satisfacción del Consumidor del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos fue el primer estudio que proporcionó información directa sobre la satisfacción del consumidor con miras a la elaboración de políticas públicas (Churchill y Suprenant, 1982, p. 491).

Ésta ha proporcionado una vasta información acerca de la evaluación de post – compra de un producto, servicio o idea. Además ha permitido conocer las interpretaciones de sus causas y efectos en el consumidor.

Geyskens y otros (1999), definen la satisfacción de los miembros del canal de relaciones, como el estado positivo afectivo resultante de la valoración de todos los aspectos de trabajo de la empresa en relación con otros.

Debido a la importancia del tema en éste artículo se presentan los resultados de la investigación a cerca de las variables de satisfacción del canal de miembros de la cadena productiva del transporte de carga por carretera en el departamento Valle del Cauca

1. ANTECEDENTES

El cluster es considerado no sólo como una herramienta de desarrollo regional en general, sino también como una institución de creación y difusión de conocimiento entre la estructura regional y las firmas dentro del cluster (Steiner y otros, 2006).

Ellos son frecuentemente reconocidos regionalmente como fuentes de cooperación económica y como herramientas orientadoras de administración de conocimiento y de aprendizaje intraempresarial (Steiner y otros, 2006).

De allí la importancia que tiene el identificar las variables de satisfacción o insatisfacción del cluster del transporte y especialmente las relacionadas con la cadena productiva del transporte de carga por carretera.

El concepto de satisfacción del consumidor ha ocupado una posición central en la enseñanza y práctica del mercadeo, éste es un importante resultado de la actividad de mercadeo y sirve de enlace de los procesos culminando en la compra y consumo con fenómenos de post – compra tales como: cambio de actitud, repetición de compra y lealtad a la marca (Churchill y Suprenant, 1982, p. 491).

Churchill y Suprenant (1982), afirman que la satisfacción es el resultado de comprar y resultante del uso, comparando la recompensa y costos de la compra con relación a las consecuencias previstas o anticipadas por parte del comprador. Operativamente, satisfacción es similar a actitud, así puede ser evaluada como la suma de las satisfacciones con los variados atributos del producto o servicio.

Se encontraron como antecedentes de investigación, en las especialidades del campo

social y aplicaciones en la psicología. Los primeros analistas e investigadores en éstas áreas de trabajo, acordaron que satisfacción era una función estándar inicial y alguna discrepancia percibida del punto de referencia inicial; ellos fueron también los primeros en argumentar, que los individuos implícitamente hacen un sumario comparativo de juzgamiento y como una entrada (input) para sus sentimientos de satisfacción (Oliver 1980, p. 460).

Según Bolton y Drew (1991), los investigadores distinguieron entre dos (2) constructos satisfacción del consumidor y actitud. Satisfacción del consumidor hace referencia a la evaluación del consumidor de una específica transacción. Mientras que una actitud del consumidor corresponde a una evaluación global del producto o servicio, más bien que una evaluación de una específica transacción.

La actitud del consumidor es una evaluación global de un producto o servicio ofrecido, investigaciones en mercadeo de servicios se han centrado en las evaluaciones de los consumidores acerca de la excelencia o superioridad de un servicio. En esas evaluaciones de servicio de calidad (Parasuraman, Zeithaml y Berry 1985, 1994, Zeithaml 1988).

Boulding y otros (1993), afirman que algunos trabajos sugieren la importancia de los estándares múltiple de expectativas. Consistente con las expectativas como predicciones estándar frecuentemente utilizadas en la literatura satisfacción - insatisfacción S / I. Además plantean que los consumidores forman expectativas acerca de qué pasará en su próximo encuentro de servicio con la firma, que es el servicio que los consumidores sienten merecer. A éstas se les denomina futuras expectativas.

Este estándar es distinguido como el ideal, o deseado, frecuentemente utilizado en la literatura de calidad del servicio (Zeithaml, Berry y Parasuraman, 1988).

La satisfacción de los miembros del canal de relaciones es definida, como el estado positivo afectivo resultante de la valoración de todos los aspectos de trabajo de la empresa en relación con otros (Geyskens y otros, 1999) tales: proveedores, compradores, proveedores, trabajadores, referentes e influyentes.

Satisfacción generalmente es relacionada como una actitud de juzgamiento de un acto de compra o basado en una serie de interacciones consumidor producto (Fournier, 1999).

La satisfacción presenta dos (2) facetas a saber: la económica y la no económica.

Satisfacción económica se conoce, como la respuesta afectiva positiva de los miembros del canal, por la recompensa económica del flujo de relaciones de la empresa con los socios, tales como: Volumen de ventas y márgenes. Un canal de miembros satisfecho económicamente, considera las relaciones exitosas con respecto a las metas alcanzadas y él esta satisfecho con la eficiencia y productividad de las relaciones con sus socios como también con los resultados financieros (Geyskens y otros, 1999).

Satisfacción no económica, se define como la respuesta afectiva positiva para lo no económico de un canal de miembros, aspectos psicosociales de las relaciones de él en integración con los cambios de los socios es realizada grata y fácilmente, los miembros de un canal satisfecho con los aspectos no económicos de las relaciones aprecian los contactos con los socios y en el ámbito personal. les gusta trabajar con ellos porque él cree que los socios están interesados, son respetuosos y están predispuestos al intercambio de ideas (Geyskens y otros, 1999).

Asimilando el canal de miembros con una cadena de valor, Porter (1997) plantea que ésta es una herramienta básica para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar maneras de crearla y mantenerla. También permite el diseño de la estructura organizacional, la cual agrupa ciertas actividades bajo unidades organizacionales como mercadeo o producción. La lógica como funcionan estos agrupamientos es por la similitud de las actividades, las cuales deben ser explotadas ubicandolas juntas en departamentos, de igual manera los departamentos se separan de otros grupos de actividades debido a sus diferencias. Esta separación de actividades similares es lo que se conoce como "diferenciación". Con la separación de las unidades organizacionales aparece la necesidad de coordinarlas, lo cual se de termina como la "integración". Es por ello que en las empresas para asegurar la coordinación de las actividades es necesario establecer

mecanismos integradores. De este modo la estructura organizacional permite balancear los beneficios de la separación e integración.

La cadena de valor proporciona una manera sistemática para dividir a una empresa en sus actividades discretas, lo que permite examinar cómo están y cómo deben ser agrupadas éstas.

Porter(1997), plantea que una definición útil de sector industrial debe abarcar todos los segmentos para los cuales las interrelaciones de segmentos sean muy fuertes. En aquellos donde las interrelaciones con otros segmentos sean débiles pueden ser algunas veces sectores industriales separados desde el punto de vista estratégico. Los sectores industriales relacionados, unidos por fuertes interrelaciones pueden ser una sola industria.

El tema de la ventaja competitiva de la empresa es muy reciente, ha tenido gran interés en las firmas tradicionales y en las virtuales. La discusión acerca de las empresas financieramente independientes que trabajan en redes asociadas, que son coordinadas como si se tratará de una sola organización u organización unificada. Han demostrado que la ventaja competitiva se desarrolla entre cada uno de los eslabones cuando se le da importancia a la asociatividad, en el funcionamiento total o global de la red de organizaciones (Jap. 2001).

Por eso, tanto en la cadena de valor como en el sector industrial se presentan consumidores, definidos como los receptores de materias primas, componentes, productos semielaborados, bienes o servicios y de igual manera se cuenta con el concurso de los oferentes o dadores de los mismos, éstas relaciones e interrelaciones van a generar satisfacción o insatisfacción económica o no económica, entre los miembros de la cadena de valor o de la industria.

Halstead y otros (1999), plantean que algunas compañías están usando los datos de la satisfacción del consumidor como un diagnóstico de la calidad del producto, como detector de problemas en el servicio, para mejorar los porcentajes de retención, como respaldo a un programa de calidad total. Y últimamente se ha relacionado la satisfacción del consumidor con el incremento de las utilidades, como consecuencia del aumento de la fidelidad del consumidor y la participación en el mercado.

Bolton y otros (2000), sostienen que en años recientes grandes compañías han implementado programas de medición de la calidad como un intento por conocer las evaluaciones del consumidor acerca de la calidad del producto o atributos del servicio. En servicios industriales, por lo general las compañías emplean exámenes, para realizar evaluaciones del servicio ofrecido. Esta información es usada para identificar mejoras potenciales del servicio y predecir sus efectos en la satisfacción del consumidor y/o actitudes, como también para evaluar las unidades organizacionales que proveen el servicio.

En un contexto de suministros industriales, la ventaja competitiva se define como los beneficios estratégicos obtenidos por encima de la competencia, que son condiciones desarrolladas para competir más eficazmente en el mercado (Jap, 2001).

Esto es consistente con la posición tomada por varios investigadores quienes plantearon que la satisfacción es una consecuencia focal de las relaciones (Geyskens y otros, 1999). De allí la importancia y la atención consagrada a vastas investigaciones empíricas a la investigación de las relaciones de la organización con otros.

Por eso, actualmente también es importante dilucidar, cómo responden los consumidores a diferentes estímulos de mercadeo que las compañías ofrecen o podrían ofrecer en el futuro, es decir, medir los niveles de satisfacción o insatisfacción del consumidor de acuerdo con las estrategias utilizadas o las que se podrían emplear.

De allí la importancia de conocer como satisfacer al consumidor de acuerdo con las características de los bienes, servicios, ideas, precios, comunicaciones, calidad, etc. Que se presentan al interior de una industria o una cadena productiva como es el caso del transporte terrestre por carretera. Quien lo consiga desarrollará una enorme ventaja en relación con industrias o cadenas competidoras.

2. OBJETIVOS

El Objetivo General del estudio es: identificar las variables que participan en el proceso de satisfacción de la cadena productiva del transporte de carga por carretera en el departamento del Valle del Cauca, que posibiliten su aprendizaje.

Los Objetivos Específicos son:

- Identificar las variables de satisfacción o insatisfacción propias de cada eslabon de la cadena.
- Determinar las variables de mayor impacto en cada eslabon.
- Establecer las variables comunes entre los eslabones.

3. METODOLOGIA

Las técnicas que se emplearon para recoger la información fueron las siguientes:

A. Análisis situacional

- Análisis documental
- Lluvia de ideas
- Consulta a expertos y actores

B. Incidencia de las variables

- Análisis estructural

Juego de actores (Mactor), se utilizaron matrices de juego de actores y la aplicación del MIC – MAC, es decir, matrices de impacto cruzado y matrices cartesianas de motricidad y dependencia. Además la identificación de las variables y su probabilidad de ocurrencia mediante el uso de cálculo de probabilidades. La identificación de las variables responsables de la satisfacción de los miembros del canal de relaciones de la cadena productiva del transporte de carga por carretera. Fueron desarrolladas en las siguientes etapas:

Fase 1: Con un taller de expertos pertenecientes a cada uno de los eslabones de la cadena productiva, el cual se realizó los días 1 y 2 de marzo de 2003, su objetivo primordial era la identificación de los Impactos del Sistema Integrado de Transporte Masivo de Santiago de Cali en el Desarrollo Local y Regional. Durante el seminario taller se logro la identificación de las variables de cada uno de los eslabones.

Fase 2: Con el Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva realizado el 4 de marzo de 2004, el cual se realizó en el marco de la Agenda Prospectiva del Valle del Cauca. Durante este evento se validaron las variables.

Fase 3: En un taller de expertos y actores de la cadena productiva de transporte por carretera se realizó la calificación de las variables.

Fase 4: El proceso de identificación de las variables responsables de la satisfacción en cada uno de los eslabones se realizó mediante el uso de la matriz de impacto cruzado, las matrices de motricidad de dependencia directa e indirecta y el gráfico de dispersión respectivamente.

El uso del análisis estructural permitió identificar las variables claves, es decir, aquellas que ejercen la mayor influencia sobre las demás. Para ello se realizaron tres pasos previos:

1. Identificar las variables de satisfacción o insatisfacción.
2. Determinar la influencia que ejercen unas variables sobre las otras.
3. Conocer las variables de mayor influencia.

El proceso de identificación de las variables responsables de la satisfacción o insatisfacción en cada uno de los eslabones, se realizó mediante el uso de la matriz de impacto cruzado. Y para la elección de las variables de mayor incidencia se escogieron las más motrices, utilizando el Sistema de -Matrices de Impacto Cruzado S.M.I.C., de acuerdo con la opinión de los expertos se identificaron las influencias Fuertes (F), Medianas (M), Débiles (D), a las que se les asigno un valor de uno (1). A la influencia Nula (N) y Potencial (P) un valor de cero (0)

Por otro lado, se subdividieron las variables en tres (3) grupos a saber: Normatividad, aspectos operacionales y aspectos culturales. Una vez se definió la relación de las variables se planteó su motricidad y dependencia, es decir, la influencia que ejerce la variable i sobre la j , a_{ij} , y además la posibilidad de deducir de manera sistemática la complejidad de las variables.

4. HALLAZGOS

Se denomina cadena a una red de procesos de trabajo y producción cuyo producto final es un bien o servicio. La Cadena Productiva del Transporte Terrestre de Carga del Valle del Cauca está compuesta por los siguientes eslabones a saber: Generador de carga, empresas transportadoras, los transportistas y consumidor final. Para este trabajo no se consideró en el análisis de las variables de satisfacción al cliente final.

Generador de carga: Son las personas naturales o jurídicas que elaboran productos terminados,

componentes, materiales, etc. para el consumo o el comercio interior o exterior en una región específica.

Empresa transportadora: Es la empresa intermediaria entre la carga y el transporte.

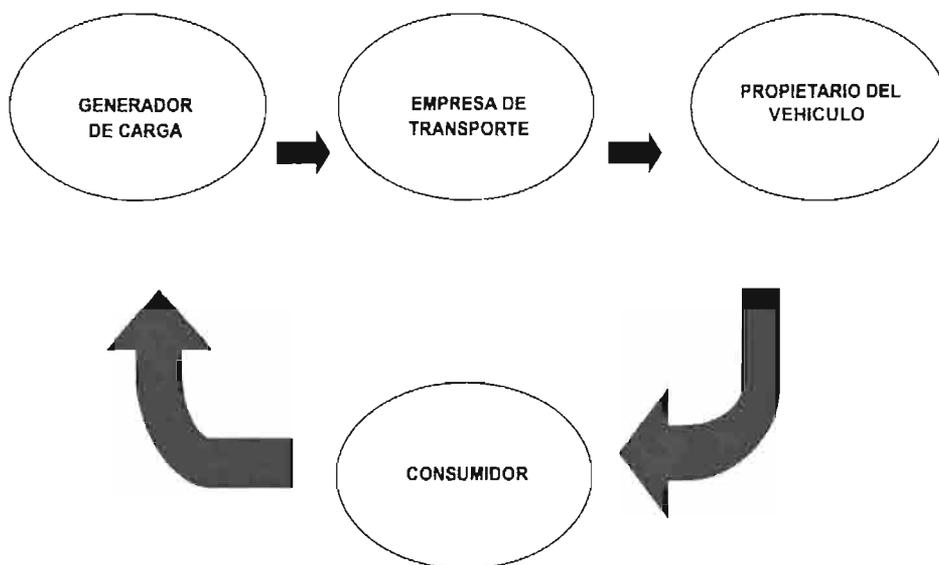
Transportista: Es el propietario o tenedor mediante arrendamiento o leasing de un (1) vehículo con capacidad igual o superior a tres (3) toneladas, el cual se habilita ante el Ministerio de

Tránsito y Transporte como empresa para prestar el servicio público terrestre automotor de carga.

Las variables que se presentan a continuación hacen parte de la caracterización del Cluster del Transporte Terrestre de Carga en el Valle del Cauca desarrollado por el Grupo de Investigaciones en Transporte Giclut, dirigido por Henry A. Mosquera A. y compilado en Bedoya y otros 2004.

GRÁFICO 1.

Cadena Productiva del Transporte Terrestre de Carga en el Valle del Cauca



Fuente: Giclut (2004)

4.1. VARIABLES QUE AFECTAN LA SATISFACCIÓN DEL GENERADOR DE CARGA

A continuación se describen las variables que influyen en la actividad del generador de carga de manera positiva o negativa:

Normatividad (NOT), Proveedores (PRV), Tecnología (TDP), Capacitación (CPT), Asociación (ASC), Seguridad Vial (SVA), Planes de Contingencia (PDC), Canales de Distribución (CDB), Cultura (STR), Mantenimiento (MTO), Combustibles (CBL), Demanda de servicio de carga (DEM), Responsabilidad Social (RES), Apoyo Financiero (APE), Posición Geoestratégica

(PGA), Tiempos y Movimientos (TYM), Previsión (PLA) y Mercadeo (COR).

Sub-Agrupación:

Normatividad. Leyes, decretos, resoluciones, ordenanzas y acuerdos que rigen el sector.

Aspectos de Operación. Proveedores, Canales de distribución, Demanda, Tecnología de punta, Comercialización, Combustibles, Tiempos y movimientos, Posición geoestratégica, Mantenimiento, Inseguridad, Planeación estratégica, Planes de contingencia, Responsabilidad social.

Aspectos Culturales. Capacitación, Aspectos socioeconómicos, Asociaciones, Apoyo financiero.

Las variables anteriormente mencionadas, se sometieron a la evaluación de los generadores de carga (Ver cuadro 1) y tratadas mediante el método del Mic-Mac para abstraer las variables de la zona de conflicto, que son las que tienen mayor

influencia o que son de gran motricidad en el eslabón (Ver Tablas 1 y 2).

A continuación en el cuadro 1 se presentan las variables representativas del eslabón generador de carga, y su calificación de acuerdo con el criterio de los actores pertenecientes a éste eslabón.

Cuadro 1.
Matriz de Variables del Generador de Carga

VARIABLES	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18
Normatividad		D	M	D	D	M	N	N	N	N	D	N	M	D	N	D	N	D
Proveedores	N	N	N	D	N	D	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	D
Tecnología de Puerto	N	D		M	N	N	D	N	N	D	N	N	N	N	N	D	N	M
Capacitación	N	N	M		N	N	N	N	M	M	D	N	N	N	N	N	M	D
Asociaciones	D	D	N	D		M	N	N	N	N	N	N	D	D	N	N	N	M
Seguridad Vial	N	N	N	N	N		P	N	N	N	N	N	N	N	N	M	N	D
Planes de Contingencia	N	D	N	N	N	N		N	N	N	N	N	N	N	N	M	N	N
Carreteras de Distribución	N	N	N	N	N	N	N		N	N	N	N	N	N	N	D	N	F
Cultura	N	N	N	D	N	N	D	N		N	N	N	M	D	N	D	M	M
Mantenimiento	N	N	N	D	N	N	N	N		N	N	N	N	N	N	M	D	N
Combustible	N	N	N	N	D	N	N	D	N	N		N	N	N	N	D	N	N
Demanda	M	N	N	N	M	N	D	N	N	N		N	N	N	N	D	M	D
Responsabilidad Social	N	N	D	M	N	D	D	N	F	N	D	N		D	N	N	M	N
Apoyo Financiero	N	D	M	D	N	N	N	N	N	N	N	N		D	N	N	N	N
Posición Geoestratégica	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D		M	N	M
Tiempos y Movimientos	N	D	D	M	N	N	D	D	N	D	M	D	N	N	N		N	M
Previsión	N	M	N	M	N	N	M	D	D	D	N	M	D	D	N	M		M
Comercialización	N	M	N	D	N	N	N	M	N	N	N	M	N	N	D	M		M

D = Débil; F = Fuerte M = Mediano N = Neutro P = Potencial

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

TABLA No.1
Comparación de Motricidades Indirecta y Directa (Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr.Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	10.9	10.2	PLA	PLA
	9.9	9.6	NOT	NOT
	7.9	7.7	ASC	ASC
	6.9	7.6	STR	STR
	8.9	7.2	TYM	TYM
	7.9	7.2	RES	RES
	6.9	7.0	COR	COR
	4.9	6.1	CPT	CPT
	4.9	6.1	DEM	DEM
	5.9	5.5	TDP	TDP
	4.9	4.4	PRV	PRV
	3.0	4.2	MTO	MTO
	4.0	3.4	APE	APE
	3.0	3.1	PGA	PGA
No Ubicado	3.0	3.1	CBL	CBL
	3.0	2.9	SVA	SVA
	2.0	2.5	CDD	CDD
	2.0	2.1	PDC	PDC

TABLA No.2
Comparación de Rangos de Motricidad Indirecta y Directa (Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr.Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	18.0	18.0	PLA	PLA
	17.0	17.0	NOT	NOT
	14.0	16.0	ASC	ASC
	12.0	15.0	STR	STR
	16.0	14.0	TYM	TYM
	14.0	13.0	RES	RES
	12.0	12.0	COR	COR
	8.0	11.0	CPT	CPT
	8.0	10.0	DEM	DEM
	11.0	9.0	TDP	TDP
	8.0	8.0	PRV	PRV
	3.0	7.0	MTO	MTO
	7.0	6.0	APE	APE
	3.0	5.0	PGA	PGA
	3.0	4.0	CBL	CBL
	3.0	3.0	SVA	SVA
	1.0	2.0	CDD	CDD
	1.0	1.0	PDC	PDC

4.1.1 análisis de variables del generador de carga:

Al realizar el análisis de las variables que afectan la satisfacción del Generador de Carga se encontró que las variables más importantes eran:

Planeación. Esta variable tiene una motricidad positiva, ya que la planeación es una variable fundamental para el funcionamiento de éste tipo de organización y le permitirá tener un faro o ruta que la lleve a lograr altos niveles de eficiencia y eficacia, al igual que mejoras sustanciales en la productividad, con lo cual demandaría mayor cantidad de servicio de transporte de los productos.

Normatividad. Esta variable influye fuertemente en la actividad diaria del generador de carga, debido a que el Estado establece normas que condicionan su funcionamiento, por medio de los requerimientos exigidos, con los cuales el generador muchas veces no esta de acuerdo, ya que en ciertos casos representa una traba en el desarrollo de la empresa.

Cultura. Esta variable presenta una motricidad alta, y es fundamental debido a que de la identificación de los trabajadores con ella dependerá el desarrollo de relaciones armónicas y de carácter holístico.

Asociaciones. Esta variable es una de las que más presenta alta motricidad, ya que para las empresas generadoras de carga es importante realizar alianzas voluntarias con los demás miembros de la cadena, con el fin de lograr economías de escala en compras, reducción de costos, procesos de cooperación y el desarrollo de nuevos negocios.

Mercadeo. Esta variable presenta una motricidad no muy buena ya que el sector transporte a pesar de contar con medios para comercializar, no presenta una adecuada estructura que le permita a los generadores dar a conocer los diferentes productos que ofrecen en el mercado.

Responsabilidad Social. Esta variable presenta una motricidad positiva, ya que por medio de esta las empresas reflejan el compromiso que tienen con la sociedad circundante y el país en general.

Tiempos y Movimientos. Esta variable se debe tener en cuenta para poder aumentar dicha

productividad, ya que actualmente ejerce una motricidad negativa hacia los objetivos específicos como son los de evolución y crecimiento.

Demanda del Servicio de Carga. Esta variable representa una motricidad positiva, ya que a través de ésta, es como las empresas entregan su producto terminado al consumidor final.

Tecnología. Esta variable representa una motricidad positiva, ya que el sector actualmente está demandando vehículos con tecnología de punta que posibiliten el transporte oportuno de los productos.

4.2. VARIABLES QUE AFECTAN LA SATISFACCIÓN DE LA EMPRESA TRANSPORTADORA

A continuación se describen las variables que influyen en la actividad de la empresa transportadora de manera positiva o negativa:

Normatividad (NOR). Permite conocer el marco legal en el cual se desempeña la actividad de las empresas transportadoras.

Proveedores (PRO). Son los encargados de suministrar los recursos adecuados a cada una de las empresas transportadoras, para cumplir con sus procesos de manera eficiente y eficaz.

Capacitación (CAP). Es la actualización del conocimiento para cada uno de los funcionarios que participan en las labores técnicas u operativas de la empresa.

Asociaciones (ASO). Es la propensión a la asociatividad, la cual permite el desarrollo de sinergias positivas en defensa del gremio.

Seguridad Vial (SEV). Es la prevención y el combate de los delitos que se cometen al interior de las empresas transportadoras o en las carreteras cuando la mercancía es transportada.

Planes de Contingencia (PLC). Se trata de tener alternativas de solución en el caso de presentarse siniestros, eventos catastróficos o la disminución de los riesgos de tipo operativo o administrativo tanto en las empresas transportadoras como en las organizaciones.

Vehículos Especializados (VES). Son los vehículos de carga diseñados en diferentes

dimensiones para alojar los distintos materiales objeto de transporte, acoplados a unidades modernas que cumplen las condiciones requeridas para todo tipo de productos.

Seguros (SEG). Es un contrato escrito que cubre los riesgos pactados con el asegurador desde un origen a un destino de mercancías objeto de transporte.

Usuarios (USU). Son las personas jurídicas o naturales que demandan el servicio de transporte para la carga que producen.

Previsión (PRE). Es el uso de herramientas como la planeación por escenarios, la prospectiva y la planeación estratégica, con el fin de identificar las características de sus competidores y las tendencias futuras del sector transporte.

Publicidad (PUB). Es el uso de los medios de comunicación para dar a conocer las empresas transportadoras y sus diferentes servicios.

Vías de Acceso y Rutas (VAR). Es la disponibilidad de carreteras e infraestructura adecuada para el tránsito de los vehículos de carga en determinado municipio o departamento.

Políticas de Cartera (POC). Son los mecanismos que le permiten a las empresas transportadoras hacer efectivas las cuentas por cobrar, por los servicios prestados, en un plazo razonable.

Cultura (CUL). Se trata de la cultura organizacional plasmada en la visión, misión, valores, objetivos y creencias tanto de los trabajadores como de las empresas.

Selección de Personal (SEP). Es el proceso que permite identificar los parámetros bajo los cuales se definirán los perfiles y los requisitos, que deberán cumplir los futuros aspirantes a ocupar un cargo operativo o administrativo en las empresas transportadoras.

Mantenimiento (MAN). Es el proceso por el cual las empresas inspeccionan o intervienen el equipo rodante, utilizado en el transporte de mercancías, de manera preventiva o curativa, buscando mantenerlos en óptimas condiciones.

Combustibles (COM). Son las sustancias indispensables que se utilizan para el adecuado

funcionamiento del equipo rodante, usado en el traslado de las mercancías de un lugar a otro.

Fletes (FLE). Es un valor económico que se paga por un servicio que se presta, mediante reglamentación tarifaria impuesta por el gobierno, so pena de ser sancionados en caso de un incumplimiento.

Oferta del servicio de carga (OFE). Es la disponibilidad de vehículos con la que cuentan las empresas transportadoras para el cargue y descargue de las mercancías.

Competencia (COP). En una economía de libre mercado, está conformada por el número de empresas que participan en el mercado del transporte.

Responsabilidad Social (RES). El compromiso de contribuir por medio de la investigación y desarrollo de productos a la eficiencia, eficacia y competitividad del sector transporte, mejorando las condiciones socio-económico y conservando el medio ambiente en cada uno de los procesos involucrados en el transporte de las mercancías.

Agentes Contaminantes (AGC). Las empresas transportadoras utilizan vehículos con motores electrónicos, que ayudan a racionalizar el uso de los recursos no renovables, detectando y alertando cuando se emiten gases en detrimento del ambiente.

Apoyo Financiero (APF). Es el músculo o soporte económico que otorgan las entidades financieras para proyectos de inversión o capital de trabajo.

Asesorías (ASE). Es la contratación de personas naturales o jurídicas que brindan su colaboración y apoyo en la toma de decisiones en las empresas de transporte de carga, buscando la eficiencia y la eficacia de éstas.

Posición Geoestratégica (POG). Se presenta cuando las empresas transportadoras se encuentren localizadas en puntos estratégicos que les permita una mejor distribución regional para la comodidad de los usuarios del transporte.

Infraestructura Vial (INV). Es el estado de las vías que posibilita que la carga llegue a tiempo, reduce los costos de los insumos, permitiendo el desarrollo económico no solo de las empresas transportadoras sino también del país en general.

Deterioro y Obsolescencia del Parque Automotor (DOP). Es la condición de deterioro que presentan los vehículos por desuso o uso excesivo, con lo cual se afecta su correcto funcionamiento.

Tiempos y Movimientos (TIM). Son los estándares y los procesos que permiten a las empresas una mejor distribución urbana y nacional de los productos, bajo esquemas de coordinación, control de rutas y tiempos previamente acordados. Además de una cobertura adecuada que garantice los mejores tiempos de entrega hacia los diferentes destinos.

Funcionamiento Legal (FUL). Estas empresas deben estar registradas en la Cámara de Comercio y en el Ministerio de Transporte, lo cual las diferencia de las empresas que prestan el servicio de manera desleal.

Sistemas de Seguridad (SIS). Los vehículos que transportan carga, son objeto de seguimiento continuo durante el viaje, mediante monitoreos permanentes a la temperatura de la carga, la trayectoria y estado mecánico del vehículo, garantizando la terminación del viaje, en el tiempo calculado para el recorrido.

Optimización de Procesos y aumento de Productividad (OPP). Las empresas se permiten rediseñar y mejorar las áreas funcionales, mediante el análisis y cuestionamiento de los procesos técnicos, humanos y administrativos, que facilite la interrelación de las empresas y sus clientes logrando beneficios para las partes.

Operación Logística (IOP). Es la forma más eficaz de organizar el cargue, descargue y embalaje de las mercancías que entran y salen del sector.

Sub-Agrupación

Normatividad:

Leyes, Decretos, Resoluciones, Ordenanzas y Acuerdos

Aspectos de Operación

Proveedores, Usuarios, Mantenimiento, Vías de acceso y rutas, Oferta, Fletes, Tiempos y movimientos, Sistemas de seguridad, Operación logística, Posición geoestratégica, Inseguridad vial, Infraestructura vial, Combustibles, Competencia desleal, Selección de personal, Responsabilidad social, Planes de contingencia, Previsión, Políticas de cartera, Funcionamiento legal, Optimización de procesos y aumento de productividad, Publicidad.

Aspectos Culturales

Capacitación.

Aspectos socioeconómicos

Asociaciones, Apoyo financiero. Asesorías y Seguros.

Aspectos Tecnológicos

Vehículos especializados, Deterioro y obsolescencia del parque automotor, Agentes contaminantes.

Las variables anteriormente mencionadas, se sometieron a la evaluación de los gerentes de las empresas de transporte (Ver cuadro 2) y tratadas mediante el método del Mic-Mac para abstraer las variables de la zona de conflicto, que son y las que tienen mayor influencia o que son de gran motricidad en el eslabón (Ver Tablas 3 y 4).

CUADRO 2.
Matriz de Variables de la Empresa de Transporte

VARIABLES	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V10	V11	V12	V13	V14	V15	V16	V17	V18	V19	V20	V21	V22	V23	V24	V25	V26	V27	V28	V29	V30	V31	V32			
Normatividad		N	D	M	M	M	F	D	N	F	M	N	M	N	N	N	M	D	N	M	N	N	F	D	N	F	D	D	F	N	D	D			
Proveedores	N		N	N	N	N	D	N	D	D	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N	N	D	D	N	D	D	D			
Capacitación	N	N		N	N	N	N	D	D	N	N	N	N	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	M	N	N	D	D			
Asociaciones	D	D	N		M	N	D	D	N	P	D	N	D	N	N	N	D	D	N	N	N	N	N	P	M	N	D	N	N	D	N	N			
Seguridad Vial	M	N	N	D		D	N	N	N	M	N	N	N	N	D	N	D	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	M	N	D		
Planes de Contingencia	N	N	N	N	N		N	N	D	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N	M	N	N	N	D	M	N	N	N	N	N	N	N			
Vehículos Especializados	N	D	D	N	D	N		N	D	N	D	D	N	N	M	D	N	M	D	N	D	M	N	D	N	M	M	D	N	N	D	M			
Cultura	N	N	D	D	N	N	N		N	N	D	D	N	N	D	N	N	M	N	D	D	N	N	M	N	N	N	N	D	M	D	M	M		
Mantenimiento	N	D	N	N	N	N	N	N		N	D	N	N	N	D	N	N	D	N	N	N	D	N	N	N	N	D	M	N	N	M	D			
Combustibles	M	D	N	M	N	N	D	D	D		N	N	N	N	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N	D		
Oferta de Servicio de Carga	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N		N	N	M	N	N	D	N	D	D	N	N	N	N	N	N	D	D	D	D	N	D	N		
Responsabilidad Social	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N		N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	D	N	N	D	D	N	N	N	D	D
Apoyo Financiero	M	D	D	N	N	N	M	D	D	N	D	D		D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	D	
Posición Geoestratégica	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N		N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	
Tiempos y Movimientos	N	N	N	N	D	M	N	N	N	N	D	D	N	N		N	N	M	N	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N	D	N	N	N	F	
Previsión	N	D	D	N	N	F	D	D	D	N	N	D	N	N	M		D	N	D	D	D	D	N	M	N	N	N	D	D	D	M	D	D		
Seguros	D	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	D	N	N	N	N		D	N	D	N	N	N	N	N	N	D	N	D	D	N	N	D	D	
Usuarios	N	N	N	D	D	N	N	D	N	N	M	N	N	N	N	D	N		N	D	D	M	N	D	N	D	D	D	D	M	M	N	N		
Publicidad	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D		N	N	N	N	N	N	N	N	D	D	N	D	D	D	D		
Vías de Acceso y Rutas	N	N	N	D	D	M	D	N	D	N	N	N	N	D	D	N	D	N		N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	
Políticas de Cartera	N	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N		N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	
Selección de Personal	N	D	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N
Fletes	M	N	N	P	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	M	N	D	N	N		N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	
Competencia	N	N	N	P	N	D	N	D	N	N	D	D	N	N	N	D	N	D	N	N	N	N	M		N	N	N	N	N	N	N	N	D	D	
Asesorías	N	N	D	N	N	N	D	D	D	N	N	N	D	N	N	N	N	D	D	N	N	D	N	D		N	D	N	N	D	F	D	D		
Infraestructura Vial	M	N	N	M	N	N	M	N	D	N	D	D	N	N	M	D	N	D	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N		
Agentes Contaminantes	D	D	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	
Det. y Obsolescencia del Parque	D	D	N	D	N	D	D	N	N	N	N	D	D	N	N	D	N	D	N	D	N	D	N	N	D	N	D	D		N	N	D	N		
Automotor Funcionamiento Legal	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	
Sistemas de Seguridad	N	D	N	N	M	M	M	D	N	N	N	D	M	N	D	N	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	M	
Opt. cc Procesos y Aum. de Productividad	D	D	D	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	D	N	N	N	N	N	D	
Operación Logística	N	D	N	N	N	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	D	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	

D = Débil P = Potencial F = Fuerte M = Mediano N = Nulo

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

TABLA No 3.
COMPARACIÓN DE MOTRICIDADES INDIRECTA Y DIRECTA
(Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr. Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	6.5	6.6	NOR	NOR
	4.6	5.3	DOP	DOP
	6.2	5.1	PRE	PRE
	4.3	4.9	ASO	ASO
	4.9	4.8	USU	USU
	3.9	4.8	INV	INV
	5.6	4.6	VES	VES
	4.6	4.1	CUL	CUL
	3.6	4.0	VAR	VAR
	4.3	3.8	ASE	ASE
	3.9	3.8	APF	APF
	3.3	3.6	COM	COM
	3.6	3.5	SIS	SIS
No Ubicado	2.9	3.5	SEG	SEG
	2.9	3.4	SEV	SEV
	2.9	3.3	OPP	OPP
	3.3	2.9	PRO	PRO
	2.9	2.8	COP	COP
	2.9	2.7	OFE	OFE
	2.9	2.6	MAN	MAN
	2.6	2.4	RES	RES
	2.0	2.3	FLE	FLE
	2.0	2.1	CAP	CAP
No Ubicado	2.0	2.0	PUB	PUB
	1.6	2.0	AGC	AGC
	2.0	1.8	PLC	PLC
	2.0	1.8	IOP	IOP
	2.3	1.8	TIM	TIM
	1.3	1.3	SEP	SEP
	1.0	1.1	FUL	FUL
	1.0	0.9	POC	POC
	0.3	0.3	POG	POG

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

4.2.1 análisis de variables de las empresas de transporte de carga

Al realizar el análisis de las variables que afectan la satisfacción de las empresas de transporte de carga, se encontró que las variables más importantes eran:

Normatividad. Presenta una motricidad negativa, ya que para el eslabón representa un retraso en el manejo y funcionamiento del sector, bajo políticas de control y normatividad inestables.

Deterioro y Obsolescencia del Parque Automotor. Presenta una motricidad negativa, ya

que el sector esta demandando automotores de última generación, que faciliten la prestación del servicio de transporte, a través de una reposición de equipos que actualmente es de difícil de llevar a cabo. a causa del poco apoyo financiero que las empresas de transporte tienen.

Previsión. Esta variable presenta una motricidad positiva, ya que por medio de ésta, las empresas tienen la posibilidad de organizar con anticipación cada uno de los procesos que hacen parte del servicio de transporte.

Asociaciones. En la actualidad esta variable tiene una motricidad positiva, ya que a través de estas,

TABLA NO.4
Comparación de Rangos de Motricidad Indirecta y Directa
(Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr. Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	32.0	32.0	NOR	NOR
	27.0	31.0	DOP	DOP
	31.0	30.0	PRE	PRE
	25.0	29.0	ASO	ASO
	29.0	28.0	USU	USU
	23.0	27.0	INV	INV
	30.0	26.0	VES	VES
	27.0	25.0	CUL	CUL
	21.0	24.0	VAR	VAR
	25.0	23.0	ASE	ASE
	23.0	22.0	APF	APF
	19.0	21.0	COM	COM
	21.0	20.0	SIS	SIS
	13.0	19.0	SEG	SEG
	13.0	18.0	SEV	SEV
	13.0	17.0	OPP	OPP
	19.0	16.0	PRO	PRO
	13.0	15.0	COP	COP
	13.0	14.0	OFE	OFE
	13.0	13.0	MAN	MAN
	12.0	12.0	RES	RES
	6.0	11.0	FLE	FLE
	6.0	10.0	CAP	CAP
	6.0	9.0	PUB	PUB
	5.0	8.0	AGC	AGC
	6.0	7.0	PLC	PLC
	6.0	6.0	IOP	IOP
	11.0	5.0	TIM	TIM
	4.0	4.0	SEP	SEP
	2.0	3.0	FUL	FUL
	2.0	2.0	POC	POC
	1.0	1.0	POG	POG

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

las empresas han encontrado una representación y un respaldo para dar a conocer sus puntos de vista con respecto a muchos temas que los afectan al momento de prestar el servicio de transporte y obscurtar la posibilidad de realizar alianzas estratégicas, uniones temporales, fusiones joint venture, etc.

Infraestructura Vial. Esta variable en la actualidad presenta una motricidad negativa, ya que al momento de prestar un servicio de transporte, las empresas resultan afectadas por el mal estado de la malla vial, lo que ocasiona retrasos en la entrega.

Vehículos Especializados. Es indispensable que las empresas al momento de ofrecer sus servicios,

cuenten con el parque automotor adecuado, que les permita competir con éxito en el sector, bajo las diferentes modalidades de mercancías a transportar.

Cultura. Son las costumbres, valores y creencias propias de las personas que integran las empresas de transporte en circunstancias críticas o favorables que influyen directamente en el servicio de transporte terrestre de carga.

Vías de Acceso y Rutas. Actualmente las diferentes vías utilizadas para el transporte de mercancía al interior de los municipios o los departamentos, han permitido una mejor prestación del servicio, debido al mayor cumplimiento y satisfacción en el momento de entregar la mercancía.

Apoyo Financiero. Es necesario que las empresas del sector transporte tengan mayor acceso al crédito y facilidades de pago, lo que impulsaría la competitividad y crecimiento del sector.

Asesorías. Es importante que las organizaciones transportadoras cuenten con este apoyo, ya que las empresas han logrado convertirse en entes de mayor desarrollo, y necesitan de expertos que le faciliten las técnicas y herramientas que les permitan mejorar la operación en el sector y la eficiencia en el servicio.

Combustibles. Se debe tener en cuenta que las políticas públicas y económicas con respecto a esta variable son muy inestables, hoy por hoy éste factor es la que mayor incidencia tiene en la canasta del transporte por carretera, lo que afecta fuertemente la prestación del servicio.

Sistemas de Seguridad. Actualmente son los medios más adecuados y eficaces para tener un completo control de los diferentes vehículos que se encuentran prestando el servicio de transporte de mercancías, facilitando así un control más eficaz de los vehículos.

Proveedores. Esta variable tiene parte esencial en el servicio que presta la empresa debido a sus insumos de calidad y a la oportuna prestación de sus servicios, garantizando el buen estado de los vehículos afiliados a la empresa y su eficiencia en la prestación del servicio de transporte.

Usuarios. A través del aumento en la producción de las empresas generadoras de carga, así mismo se demandará en mayor o menor cantidad el servicio de transporte terrestre, bajo los requerimientos del usuario y para la satisfacción de sus necesidades.

4.3. VARIABLES QUE AFECTAN LA SATISFACCIÓN DEL TRANSPORTISTA

A continuación se describen las variables que influyen en la actividad del propietario de vehículo generador de carga de manera positiva o negativa:

Variables Representativas:

Proveedores (PRO). Son los encargados de suministrar los insumos y equipo adecuado para el buen funcionamiento de los vehículos.

Normatividad (NOR). Permite conocer el marco legal en el cual se desempeña la actividad transportadora, en materia de tránsito, en relación con los automotores y el manejo de la carga.

Vehículos Especializados (VEE). Contar con automotores adecuados para cada tipo de carga y especificaciones de tonelaje.

Capacitación (CAP). Son los conocimientos especializados que adquiere el transportista en el manejo de la carga y las relaciones humanas.

Asociaciones (ASO). Es la propensión a la asociatividad, la cual permite el desarrollo de sinergias positivas en defensa del sector.

Seguros (SEG). Es un contrato escrito que cubre los riesgos pactados con el asegurador desde un origen a un destino de mercancías objeto de transporte.

Seguridad Vial (SEV). Es la prevención y el combate de los delitos que se cometen en las carreteras cuando la mercancía es transportada.

Usuarios (USU). Son las empresas generadoras de la carga, es la parte fundamental del transportista y su razón de ser.

Vías de Acceso y Rutas (VAR). Es la disponibilidad de carreteras e infraestructura adecuada para el tránsito de los vehículos de carga en determinado municipio o departamento, lo cual permitirá una mejor prestación del servicio y un buen funcionamiento del vehículo.

Mantenimiento (MAN). Es el proceso por el cual los transportistas inspeccionan o intervienen el equipo rodante, utilizado en el transporte de mercancías, de manera preventiva o curativa, buscando mantenerlos en óptimas condiciones.

Combustibles (COM). Sustancias esenciales que tienen la función de permitir el adecuado funcionamiento de los automotores, empleados en el transporte de las mercancías.

Fletes (FLE). Es el monto estipulado por los entes gubernamentales colombianos, el cual rige los transportistas por trasladar una mercancía.

Competencia (COP). Calidad de una economía o servicio por la que pueden competir con otros en igualdad de condiciones.

Agentes Contaminantes (AGC). Facilita la oportunidad de disminuir la presencia en el ambiente de sustancias de origen carburantes que son perjudiciales para el medio ambiente.

Apoyo Financiero (APF). Requerimiento del transportista para la obtención de recursos necesarios en pro de la mejora del parque automotor, que se utiliza para el transporte de la mercancía.

Infraestructura Vial (INV). Son carreteras que técnicamente se encuentran construidas de acuerdo con las exigencias topográficas, de reglamentación vial y para la recolección y distribución urbana de las mercancías.

Deterioro y Obsolescencia del Parque Automotor (DOP). Es la etapa en la cual se encuentra el vehículo, que por falta de operación o abuso del transportista, se hace necesario sacarlo de circulación.

Tiempos y Movimientos (TIM). Parámetros de operación a cumplir por parte de los transportistas en el traslado de la carga de un lugar a otro.

Funcionamiento Ilegal (FUL). Establece los requisitos que el transportista debe cumplir en cuanto a la correcta prestación del servicio del transporte.

Sistemas de Seguridad (SIS). Son los programas especializados necesarios para monitorear los automotores que circulan en la malla vial colombiana.

Terminales de Carga (TEC). Va a permitir que los transportistas tengan un espacio idóneo para cargar y descargar la mercancía con mayor eficacia.

Sub – Agrupación

Normatividad:

Leyes, Decretos, Resoluciones, Acuerdos y Ordenanzas

Aspectos de Operación

Proveedores, Inseguridad vial, Usuarios, Vías de acceso y rutas, Combustibles, Mantenimiento, Fletes, Competencia desleal, Infraestructura vial, Tiempos y movimientos, Terminales de carga, Sistemas de seguridad y Funcionamiento ilegal.

Aspectos Culturales

Capacitación,
Aspectos socioeconómicos
Asociaciones, Apoyo financiero, y Seguros.

Aspectos Tecnológicos

Vehículos especializados, Deterioro y Obsolescencia del parque automotor, Agentes contaminantes.

Las variables anteriormente mencionadas, se sometieron a la evaluación de los transportistas y propietarios de vehículos (Ver cuadro 3) y tratadas mediante el método del Mic- Mac para abstraer las variables de la zona de conflicto, que son las que tienen mayor influencia o que son de gran motricidad en el eslabón (Ver gráficos 5 y 6).

CUADRO 3.
Matriz de Variables del Transportista

VARIABLES	V1	V2	V3	V4	V5	V6	V7	V8	V9	V1	V2	V2										
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1
Normatividad		N	M	N	N	M	D	N	N	N	F	P	N	D	N	M	D	M	N	M	D	
Proveedores	N		D	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N
Vehículos Especializados	N	N		D	N	D	N	D	N	N	N	N	M	M	N	N	D	N	N	M	N	
Capacitación	N	N	N		N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	
Asociaciones	D	N	N	N		N	D	N	D	N	P	P	D	N	D	D	D	N	N	N	P	
Seguros	N	N	D	N	N		N	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	
Seguridad Vial	D	N	N	N	N	N		M	D	N	N	N	D	N	N	N	M	N	D	N	N	
Usuarios	N	N	N	N	N	D	N		N	N	N	P	N	N	N	N	N	N	D	D	N	
Vías de Acceso y Rutas	N	N	N	N	N	N	M	N		N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	
Mantenimiento	N	N	M	N	N	N	N	N	N		N	N	N	D	N	N	D	N	N	N	D	
Combustibles	N	N	M	N	P	N	N	N	N	D		N	N	M	N	N	D	N	N	N	D	
Fletes	M	N	N	N	P	N	N	M	D	N	N		P	N	N	N	N	D	N	N	N	
Competencia	N	N	N	N	P	N	N	M	N	N	N	P		N	N	N	D	N	N	N	N	
Agentes Contaminantes	N	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N		N	N	N	N	N	N	N	
Apoyo Financiero	N	N	M	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N	N		N	N	N	D	D	N	
Infraestructura Vial	N	N	N	N	D	N	D	N	M	D	N	N	N	N	N		M	N	N	N	D	
Tiempos y Movimientos	D	N	N	N	N	N	N	D	D	N	N	N	D	N	N	N		N	N	M	N	
Funcionamiento Legal	N	N	N	N	M	N	N	N	N	N	N	N	M	N	N	N	N		N	N	N	
Sistema de Seguridad	N	N	D	N	N	N	F	D	D	N	N	N	D	N	N	N	M	N		D	N	
Terminales de Carga	N	N	M	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	N	M	N	N		N	
Det. y Obsolescencia del Parque Automotor	N	N	D	N	P	N	N	N	N	N	N	N	N	D	N	N	N	N	N	N	N	

D = Débil F = Fuerte M = Mediano N = Nulo P = Potencial

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

4.3.1 Análisis de variables de las empresas de transporte de carga

Al realizar el análisis de las variables que afectan la satisfacción de las empresas de transporte de carga, se encontró que las variables más importantes fueron:

Normatividad. Es el medio por el cual el Estado ejerce control en la operación vehicular del Valle del Cauca y están contenidos todos los requisitos para registrar un automotor de servicio público de carga.

Asociaciones. Son entidades que representan las necesidades de los transportistas ante los demás actores de la cadena, con el fin de establecer un acuerdo o un punto de equilibrio en un tema referente al sector.

Seguridad Vial. Esta variable es importante ya que de ella depende que la carga llegue a su puerto destino al consumidor final, esta variable es un punto crítico de muchos transportistas en todo el departamento.

Sistemas de Seguridad. Esta variable es importante para el monitoreo de la carga en su

TABLA No.5
Comparación de Motricidades Indirecta y Directa
(Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr. Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	11.8	10.8	NOR	NOR
	8.2	10.7	ASO	ASO
	7.1	8.4	SEV	SEV
	7.1	8.2	INV	INV
	8.2	8.0	SIS	SIS
	5.9	5.9	TYM	TYM
	8.2	5.2	VEE	VEE
	4.7	5.2	FLE	FLE
	3.5	4.2	APF	APF
	5.9	4.1	COM	COM
	3.5	3.6	TEC	TEC
No Ubicado	3.5	3.6	USU	USU
	2.3	3.5	VAR	VAR
	4.7	3.3	MAN	MAN
	2.3	3.2	FUL	FUL
	3.5	3.0	SEG	SEG
	2.3	2.3	COP	COP
	2.3	2.3	PRO	PRO
	1.2	2.0	CAP	CAP
	2.3	1.5	DOP	DOP
	1.2	0.8	AGC	AGC

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

TABLA No.6
Comparación de Rangos de Motricidad Indirecta y Directa
(Influencias: Débil - Mediana Fuerte)

En grafica	Motr. Dir	Mtr.Indir	Cod	Pregunta
	21.0	21.0	NOR	NOR
	18.0	20.0	ASO	ASO
	16.0	19.0	SEV	SEV
	16.0	18.0	INV	INV
	18.0	17.0	SIS	SIS
	14.0	16.0	TYM	TYM
	18.0	15.0	VEE	VEE
	12.0	14.0	FLE	FLE
	8.0	13.0	APF	APF
	14.0	12.0	COM	COM
	8.0	11.0	TEC	TEC
	8.0	10.0	USU	USU
	3.0	9.0	VAR	VAR
	12.0	8.0	MAN	MAN
	3.0	7.0	FUL	FUL
	8.0	6.0	SEG	SEG
	3.0	5.0	COP	COP
	3.0	4.0	PRO	PRO
	1.0	3.0	CAP	CAP
	3.0	2.0	DOP	DOP
	1.0	1.0	AGC	AGC

Fuente: Foro Regional de Transporte Intermodal y Logística: diagnóstico y perspectiva (2004).

trayectoria desde el punto de origen a el punto destino para prever cualquier tipo de inconveniente en las vías.

Infraestructura Vial. Del estado en que se encuentren las vías del departamento, depende en algunos casos que la carga llegue a tiempo y en las condiciones óptimas con las cuales fue despachado, de manera tal, que los cierres de las vías por derrumbes y otros, influyen en la efectividad del servicio.

Tiempos y Movimientos. Esta variable hace que el servicio sea ágil o lento, oportuno, adecuado o insatisfactorio por medio de los automotores y los transportistas que llevan a cabalidad su trabajo de distribución bajo los parámetros exigidos por la ley y las condiciones propuestas por el usuario, las cuales puede variar por inseguridad, derrumbes o mantenimiento en las vías.

Vehículos Especializados. El mercado demanda automotores con especificaciones técnicas, que se adecuen a cada tipo de carga que generan los usuarios para su protección, conservación y traslado en condiciones que no la deterioren.

Fletes. Esta variable es el punto de divergencia de los 3 eslabones de la cadena productiva con el gobierno debido al incumplimiento de los mismos actores y el nulo control que realiza el Estado Colombiano en éste tema.

Combustibles. Estos hacen parte de la canasta del transportista y debido a la importancia que tienen para la operación de los automotores, soportan las continuas alzas en sus precios, sin entender las decisiones de la administración pública en ésta materia.

5. CONCLUSIONES

A manera de conclusiones se presentan las siguientes ideas relacionadas con la satisfacción del consumidor:

1. Se han distinguido dos (2) formas de satisfacción del consumidor, la económica que es la discrepancia percibida entre el beneficio actual y expectativa, y la no económica que hace referencia a la respuesta afectiva en términos psicosociales.
2. La información de la satisfacción del consumidor es utilizada como diagnóstico de la calidad del producto, como detectora de problemas en el servicio, para mejorar los índices de retención de consumidores, como soporte a programas de calidad y como una vía para incrementar las utilidades.
3. En las variables responsables de la satisfacción del canal de miembros de la cadena productiva del transporte terrestre por carretera, se observa que existen muchas comunales las cuales podrían ser abordadas en forma conjunta por los eslabones de la cadena, con el fin de lograr la eficiencia y la eficacia en sus procesos.
4. La similitud en las preocupaciones y en las oportunidades de los miembros de los eslabones de la cadena productiva, facilitarían la asociatividad traducida en alianzas estratégicas, uniones temporales, joint venture, etc.
5. La variable de mayor influencia en el canal de miembros de la cadena productiva del transporte terrestre por carretera, es la normatividad la cual puede ser un elemento impulsor o represor. La que le sigue en importancia es la asociación, con la cual se facilitarían trabajos y acciones conjuntas por parte los miembros de la cadena en mención
6. El identificar las variables de satisfacción o insatisfacción de cada eslabón de la cadena o las variables comunes a dos (2) o más eslabones, brinda la oportunidad a los miembros de la cadena de transporte de carga por carretera de desarrollar procesos de aprendizaje tanto individuales como colectivos, que los pueden llevar a trabajar como si fuesen una organización unificada, desarrollando un alto grado de eficiencia.
7. En un contexto de suministros es de vital importancia conocer la satisfacción o insatisfacción de los receptores de materia prima, componentes, bienes o servicios, debido a que ésta proporciona la base fundamental para la construcción de condiciones más apropiadas que permitirán competir con mayor eficacia en el mercado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bedoya, C., Cardenas R. A. & Gómez Sierra K. (2004). “*Caracterización del Cluster del Transporte Terrestre de Carga en el Valle del Cauca*”, Universidad Santiago de Cali.
- Bolton, R.N., Kannan P. K., & Bramlett M.D. (Winter 2000). “*Implications of Loyalty Program Membership and Service Experiences for Customer Retention and Value*”. *Academy of Marketing Science Journal*. Vol. 28. Greenvale. PP. 95 – 108.
- Bolton, R.N., Drew, J.H., (January 1991). “*A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes*”. *Journal of Marketing*. Vol. 55. PP. 1 – 9.
- Boulding, W., Kalra, A., Staelin, R. & Zeithaml, V. A. (February 1993). “*A Dynamic Process Model of Service Quality: From Expectations Behavioral Intentions*”. *Journal of Marketing Research*. Vol. XXX. PP. 7 – 27.
- Churchill, A. Jr. & Surprenant, C. (November 1982). “*An Investigation into the Determinants of Customer Satisfaction*”. *Journal of Marketing Research*. Vol. 29. PP. 491 – 504.
- Fournier, S. & Glen, M. D. (Oct. 1999). *Rediscovering Satisfaction*. *Journal of Marketing*. Vol. 63. N. Y. PP. 5 – 23.
- Geyskens, I., Steenkamp, E. M. & Kumar, N. (May, 1999). “*A Meta-analysis of Satisfaction in Marketing Channel Relationships*”. *Journal of Marketing Research*, Vol. 36., pp. 223 -- 238.
- Halstead, D. (Summer 1999). *The Use of Comparison Standards in Customer Satisfaction Research and Management: A Review and Proposed Typology*. *Journal of Marketing Theory and practice*. Vol. 7. Statesboro. PP. 13 – 26.
- Jap, S.D. (2001). *Perspectives on Joint Competitive Advantages in Buyer – Supplier Relationships*. *International Journal of Research in Marketing*. Vol. 18. . PP. 19 – 35.
- Oliver, R.L. (November 1980). “*A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of the Satisfaction Decisions*”. *Journal of Marketing Research*. Vol. XVII. PP. 460 – 469.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (Autumn, 1985). “*A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*”. *Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4. , pp. 41-50
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. (January, 1994). “*Reassessment of Expectations as a Comparison Standard in Measuring Service Quality: Implications for Further Research*”. *Journal of Marketing*, Vol. 58, .. pp. 111- 124.
- Porter, M.E. (1997). *Ventaja Competitiva. Creación y Sostenimiento de un Desempeño Superior*. Editorial CECSA. México.
- Steiner, M. & Hartmann, C. (July 2006). *Organizational Learning in Cluster: A Case Study on Material and Immaterial Dimensions of Cooperation*. *Regional Studies Association*. U.K. Vol. 40. PP. 493 – 506.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. (Spring 1985). “*Problems and Strategies in Services Marketing*”. *Journal of Marketing*. Vol. 49 , 33 –46.
- Zeithaml, V.A, Berry, L.L. & Parasuraman, A. (April 1988). “*Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality*”. *Journal of Marketing*. Vol. 52 , 35 – 48.
- Zeithaml, V. A. (July 1988). “*Consumer Perceptions Of Price, Quality, And Value: A Means- End Model and Synthesis of the Evidence*”. *Journal of Marketing*. Vol. 52 , 2 – 22.