

**ESTUDIO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA SECRETARÍA DE
TRÁNSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA (S.T.T.D.)**

LUIS FERNANDO HURTADO MORENO

ZULLY YOHANA SOLARTE RINCÓN

**UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO
FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BUENAVENTURA**

2014

**ESTUDIO DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA SECRETARÍA DE
TRÁNSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA (S.T.T.D.)**

LUIS FERNANDO HURTADO MORENO

ZULLY YOHANA SOLARTE RINCÓN

Proyecto de grado para optar al título profesional en:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Director:

URBANO ANGULO MOSQUERA

Economista industrial

UNIVERSIDAD DEL VALLE SEDE PACÍFICO

FACULTAD CIENCIAS DE LA ADMINISTRACIÓN

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BUENAVENTURA

2014

**NOTA DE
ACEPTACIÓN:**

Firma del Presidente del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

(s.f.).

Buenaventura, Septiembre de 2014

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios por darme la oportunidad de instruirme a nivel profesional, rodeándome de personas que con sus aportes contribuyen a mi desarrollo profesional y como persona. A mi madre SARA RINCÓN GÓMEZ le agradezco, por su esfuerzo, apoyo y dedicación, además de ese aliento insaciable del que me llena a diario para seguir esforzándome, al grupo de docentes que hicieron parte del proceso de formación, compartiendo a diario sus conocimientos, saberes y experiencias.

ZULLY YOHANA SOLARTE RINCÓN

Agradecimiento sincero a mi madre, la señora MODESTA MORENO BARCO y a la monja TERESA HERRERA ALMEIDA por el apoyo incondicional que me dieron en el transcurso de este proceso de pregrado.

LUIS FERNANDO HURTADO

DEDICATORIA

A Dios y a mi madre, su apoyo durante mi proceso de formación. A mi padre, que a pesar de no estar presente físicamente, siempre está presente en mi corazón y pensamientos.

ZULLY YOHANA SOLARTE RINCÓN

A mi madre y mis dos hermanos y a todos aquellos coterráneos que tienen la firme convicción de que el esfuerzo y el aprendizaje mediante el estudio conducen a un futuro mejor.

LUIS FERNANDO HURTADO

Contenido

INTRODUCCION	9
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	12
1.1.Planteamiento del problema.....	13
1.1.1.Descripción o planteamiento del problema.....	13
1.2.Formulación del problema	15
1.3.Objetivos	16
1.3.1.Objetivo general	16
1.3.2.Objetivos específicos	16
1.4.Justificación.....	17
1.5.Marcos de referencia.....	19
1.5.1.Marco contextual	19
1.5.2.Marco de antecedentes	22
1.5.3.Marco teórico	23
1.5.4.Marco legal.....	30
2. ASPECTOS METODOLÒGICOS	34
2.1.Tipo de investigación	35
2.1.1.Investigación descriptiva.....	35
2.2.Método de investigación	356
2.2.1. Investigación por método de observación y método analítico.....	36
2.3.Fuentes de investigación	37
2.3.1. Fuentes primarias	37
2.3.2.Fuentes secundarias	37
2.4.Tècniques e insrtrumentos de recoleccìon de datos.	38
2.5.Población y muestra.....	39
2.6.Plan de analisis de datos.	45
2.5.Tècniques e instrumentos de recoleccìon de datos.....	41

3. ATRIBUTOS TANGIBLES E INTANGIBLES MÁS IMPORTANTES QUE DEFINEN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA SECRETARIA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA	44
3.1.Servicios.....	44
3.2.Comunicación	45
3.3.Edificación	46
3.4.Presentación personal	46
3.5.Símbolos corporativos	46
 4. ACTIVIDADES QUE HA VENIDO DESARROLLANDO LA SECRETARIA DE TRANSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA PARA EL FORTALECIMIENTO DE SU IMAGEN CORPORATIVA	48
5. PERCEPCIÓN QUE LOS CONDUCTORES DE SERVICIO PÚBLICO TIENEN DE LA SECRETARÍA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTES DISTRITAL DE BUENAVENTURA.....	51
5.1.Incidencias.....	59
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	61
6.1. Conclusiones	61
6.2. Otras conclusiones.....	53
6.3. Recomendaciones	65
BIBLIOGRAFÍA	68
CIBERGRAFÍA	69
ANEXOS.....	70
Acuerdo municipal No 16 de 1991	70

Contenido de tablas y gráficos.

Grafico 1. Proporción conductores que realizaron curso de conducción o de normas de tránsito	51
Grafico 2. Conocimiento y aplicación de normas de tránsito	53
Grafico 3. Calificación servicios administrativos de la S.T.T.D. de Buenaventura	54
Grafico 4. Calificación servicios operativos de la S.T.T.D. de Buenaventura	55
Grafico 5. Calificación Edificación como atributo imagen de la S.T.T.D. de Buenaventura	55
Grafico 6. Calificación Presentación personal como atributo imagen de la S.T.T.D. de Buenaventura	56
Grafico 7. Calificación Símbolos corporativos como atributo imagen de la S.T.T.D. de Buenaventura	57
Grafico 8. imagen de la S.T.T.D. de Buenaventura como institución	58

INTRODUCCION

La imagen corporativa, es un concepto relacionado con la cultura empresarial y otros factores relacionados con la compañía. Cualquier incongruencia entre la imagen corporativa total y los factores internos y externos de la compañía, puede ser confuso para los clientes y tendera a reducir la credibilidad y rentabilidad.

Por tanto, es importante asegurarse de transmitir una excelente imagen al público, en especial a sus clientes o usuarios, quienes son los que dan una valoración precisa de una organización en determinado momento. Partiendo de la idea, que una buena imagen corporativa, se considera a partir de la suma de todas las imágenes asociadas a las posiciones individuales producto y/o servicio. Tanto el nombre como el logotipo, deben ser coherentes con la imagen corporativa general.

El presente documento muestra el estudio de la imagen Corporativa de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, que tienen los conductores de servicio público de la ciudad.

Buenaventura pasó de ser un pueblo grande a una ciudad con un puerto industrial, y un flujo vehicular de servicio público, de carga y particular que aumenta cada año.

La Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura (denominada así actualmente) como organización pública tiene una misión que reza; “Satisfacer las necesidades de nuestros clientes a través de una administración profesional y transparente, brindando solución oportuna, ágil y permanente; creando oportunidades de desarrollo, participando activamente con la organización para el cumplimiento de nuestros objetivos con respecto y justa retribución a nuestros intermediarios; cuidando e incrementando el

presupuesto, fomentando un clima laboral y organizacional de apertura, confianza y desarrollo de nuestros colaboradores, participando en el desarrollo de nuestro distrito y por ende de nuestro país”.

La institución lleva a cabo actividades rutinarias y especiales para cumplir con su misión, el quehacer de la institución, las condiciones en que se efectúan y el impacto que tienen en la comunidad suscitan una determinada formación mental en el público “percepción personal” que en conjunto forman de la imagen corporativa de la organización.

En 1991 se creó mediante acuerdo municipal No 16 de junio 5, la Secretaría de Tránsito y Transporte de Buenaventura, una institución descentralizada que reemplazó a la antigua Inspección de Tránsito, desde entonces han pasado por la entidad más de quince secretarios de tránsito. El capítulo II del Código Nacional de Tránsito, en su artículo 3, confiere la calidad de autoridad de tránsito a las secretarías municipales o distritales de tránsito.

La institución se concibe a partir de la necesidad de hacer frente a los retos derivados del crecimiento de la ciudad, del parque automotor y el aumento exponencial del tráfico de cargas acompañado de la expansión de la actividad portuaria.

Tres libros proporcionan sus teorías para dar claridad sobre el tema de la imagen corporativa, La imagen de empresa “Estrategia para una comunicación integrada y Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa de Paul Capriotti e Imagen corporativa “influencia en la gestión empresarial de los coautores Teresa Pintado, Joaquín Sánchez Herrera. Estos tres libros coinciden en que la imagen corporativa es el resultado de la percepción que tienen los grupos de interés sobre una organización determinada y aclaran que este es un tema nuevo en la literatura de la administración y en las organizaciones.

Diseño metodológico del proyecto

Los estudios descriptivos, permiten conocer las características de los problemas que afectan a una población, además, permiten identificar la frecuencia y cuáles son los determinantes o factores asociados a dicha situación.

Por esta razón esta investigación se lleva a cabo mediante estudio cualitativo, de carácter descriptivo, donde se emplea métodos de observación y analítico a partir de recolección masiva de información por medio de encuestas (fuente primaria), debido a que se busca dar lugar a la opinión de los usuarios de la organización y de fuentes secundarias que aportadas por libros de literatura sobre imagen corporativa para determinar los atributos de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura.

La muestra se toma de una población finita, correspondiente a los conductores de servicio público de Buenaventura.

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÒN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Descripción o Planteamiento del Problema

La ciudad de Buenaventura por ser una ciudad puerto presenta gran afluencia vehicular, debido al desarrollo de las operaciones portuarias y al crecimiento poblacional; por lo cual es indispensable contar con una entidad que se encargue de la regulación y control del tránsito vehicular.

La Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura tiene como objetivo primordial: vigilar y contribuir al cumplimiento de las normas para el tránsito y el transporte, administrar trámites, procesos básicos, procesos de apoyo y otras normas sobre la materia que demanda el código de tránsito.

Para el cumplimiento de estos objetivos la Secretaria de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura cuenta con una estructura orgánica distribuida en dos grandes áreas; una área administrativa constituida por 111 funcionarios y una área operativa con 170 empleados, cantidad suficiente para responder satisfactoriamente a la demanda de clientes y usuarios de los servicios.

En la actualidad, la secretaria de Tránsito y Transporte del Distrito de Buenaventura presenta irregularidades en la prestación de sus servicios tales como: demoras en los trámites para la expedición de licencias de conducción; no cuenta con una oficina de atención al cliente lo cual dificulta la interacción entre el cliente interno y externo, además demora en los trámites administrativos y demás servicios que ella presta. En cuanto al área operativa los conductores consideran que los inconvenientes más frecuentes donde se ven involucrados los agentes de tránsito son; el entorpecimiento

del tráfico vehicular; presuntos procedimientos irregulares, chantaje, abuso de autoridad, trato preferencial, entre otros.

Dicha situación es reflejo de la falta de cultura ciudadana relacionada con las funciones y dignidad del servidor público, sumado a la intolerancia, la falta de información y formación útil referente a la labor de los agentes de tránsito; no hay un diálogo amable, constante y fluido entre la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura y sus clientes, además la entidad presenta dificultades administrativas en la prestación de servicios básicos, las normas de tránsito son infringidas con frecuencia en la ciudad. Por lo anterior los agentes de tránsito no reciben el respeto debido, emanado de la responsabilidad y autoridad que les confiere su nombramiento.

Se hace necesario, que la Secretaria de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, tome los correctivos pertinentes para apaciguar total o parcialmente dichos inconvenientes, de lo contrario la institución se verá avocada a la pérdida de su autoridad como entidad de control y regulación así como también el respeto de sus funcionarios, perdida de la credibilidad en la transparencia de los procedimientos operativos y administrativos, caos en la vía pública, demandas legales e incluso la sustitución total o parcial de la entidad, siendo estas situaciones que pueden llegar a entorpecer el desarrollo de un ambiente de innovación y creatividad que permita a los miembros de la institución proponer alternativas de mejora que conlleven al perfeccionamiento del servicio.

Por lo antes expuesto se hace necesario realizar un estudio que permita conocer el estado de la imagen corporativa de la Secretaria de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura y el impacto que esto tiene en la institución.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo es percibida la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura por los conductores de servicio público?

1.2.1. Sistematización del Problema

- ¿Cuáles son los atributos tangibles e intangibles más importantes que definen la imagen corporativa de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura?
- ¿Qué actividades está adelantando la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura para consolidar una imagen corporativa positiva en sus clientes?
- ¿Qué percepción tienen de la institución los conductores de servicio público de Buenaventura institución y su incidencia en la misma.

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Conocer la Percepción que tienen los conductores de servicio público del distrito de Buenaventura sobre la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, mediante un diagnóstico derivado de la opinión de los usuarios, durante el periodo 2013 – 2014.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar los atributos tangibles e intangibles más importantes que definen la imagen corporativa de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura.
- Indagar y documentar las actividades que ha venido desarrollando la institución para el fortalecimiento de su imagen corporativa.
- Conocer la percepción que los conductores de servicio público tienen de la institución y su incidencia en la misma a partir de los datos obtenidos en la encuesta.

1.4. JUSTIFICACION

En términos generales, las investigaciones que se realizan para el estudio de la imagen corporativa en la organización, buscan brindar información que permita tomar acciones conducentes a reforzar la percepción positiva del público (si se cuenta con ella) o avanzar en la construcción de una formación mental positiva en el ambiente general de la organización. Cuando una organización, invierte en su imagen corporativa, se hace uso de una estrategia que todavía no ha sido relevante entre las organizaciones, pero que puede constituirse en un gran diferenciador.

Al renovar la imagen corporativa de una entidad, ciertamente, el cambio se realiza desde el interior de la institución, empezando por la identidad corporativa; para que en últimas, este se refleje exteriormente.

Un aspecto de mucha importancia en este estudio, es que por medio del mismo, se hace un diagnostico en cuanto a la percepción que tienen los conductores de servicio público de la ciudad y la incidencia de está sobre la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, ya que este será una fuente directa de información para la retroalimentación, permitiendo continuar con el fortalecimiento de la imagen de la organización, además de buscar mecanismos para establecer una comunicación fluida entre la institución y el público.

Actualmente la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura no cuenta con una dependencia o área que maneje un modelo práctico de comunicación estratégica, que le permita ser proactiva frente a las opiniones e interrogantes de los conductores de servicio público respecto a la labor realizada por esta.

Es importante realizar esta investigación, ya que permite que se desarrollen y amplíen los conocimientos y saberes adquiridos a lo largo de la carrera, además se ratifica la pertinencia y la calidad de formación impartida por la universidad a sus estudiantes, quienes a lo largo del proceso formativo desarrollan habilidades útiles para contribuir efectivamente a la solución de problemas que inciden en la comunidad universitaria y en la comunidad en general, como en este caso hablando del impacto de la actividad de la entidad en cuestión y la imagen que ha suscitado en sus clientes.

Otro aspecto importante, es resaltar la competitividad del egresado, siendo este un indicador significativo e importante para mantener la acreditación que ostenta la universidad a nivel nacional e internacional.

Los resultados obtenidos con la investigación servirán a la dirección de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, como insumos para tomar decisiones al respecto de la imagen que ha generado frente en sus usuarios y la incidencia que esta puede tener sobre sus debilidades, oportunidades, fortalezas, amenazas y sobre el pleno desarrollo de las actividades de la institución, de acuerdo con su misión.

1.5. MARCOS DE REFERENCIAS

1.5.1. Marco Contextual

Buenaventura es una ciudad puerto asentada en el centro occidente de Colombia sobre el Océano Pacífico y hace parte del Departamento del Valle del Cauca, es el municipio de mayor extensión territorial del departamento, con un área de 6.078¹ kilómetros cuadrados y ocupan una tercera parte de su área (Según página Alcaldía Distrital de Buenaventura). Según cifras estimadas por DANE, a partir del censo, año 2010 la ciudad tiene una población de 362.625 habitantes².

Buenaventura, solo cuenta con una avenida que atraviesa la ciudad y otra alterna por la que transita principalmente tracto-camiones.

La ciudad de Buenaventura tiene una extensión de 13 km de longitud y 4 km de ancho. Cuenta con 3 vías principales; la Simón Bolívar con aproximadamente 110 km de longitud comienza en el hotel Tequendama IN Estación y va hasta la ciudad de Cali; la Alejandro Cabal Pombo con 115 km, va desde el barrio el retén hasta la ciudad de Buga y la vía alterna interna que va desde TCBuen hasta el centro recreacional Comfamar con 11 km.

La secretaría de tránsito y trasportes local tiene jurisdicción en todo el municipio, pero sólo hace presencia y/o intervención en la zona urbana de la ciudad de manera permanente y en algunas veredas y corregimientos aledaños, como son: el Bajo Calima, Juanchaco, Ladrilleros, La Bocana, y por la carretera Cabal Pombo hasta Cisneros.

¹ Área del municipio de Buenaventura, según documento redactado por Roberto lozano batalla, para la alcaldía distrital. www.buenaventura.gov.co/

² población municipal 2013, Cifras proyectada DANE
(www.dane.gov.co/files/.../poblacion/.../ProyeccionMunicipios2005_2020)

Antes de la creación de la Secretaría de Tránsito y Transporte las actividades de control de tránsito eran ejercidas por la inspección de tránsito la cuál era una dependencia de la policía, El tráfico de la época era incipiente, el mayor flujo vehicular lo ocupaban los camiones de hasta 8 toneladas que entraban y salían a cargar y descargar en el Terminal marítimo por la actual Puerta Reymond. En la década de los años 70 la oficina de Tránsito y Transporte del municipio de Buenaventura funcionaba en una casona de madera en el barrio Obreros en la calle 4a con carrera 7a esquina, donde también funcionaban oficinas del juzgado municipal

Las empresas de transporte urbano de pasajeros colectivos en buses se inició con la empresa llamada Transpacífico, la cual hacia su recorrido del centro de la ciudad hasta el barrio el Campin (hoy las instalaciones de Coca-Cola); posteriormente esta empresa paso a llamarse Azul Crema y sus talleres y garajes funcionaban en el antiguo “F8” calle 6 con carrera 6.

Después, se creó la primera empresa de transporte de Buenaventura llamada Sociedad Vallecaucana de Transportes, que prestaba sus servicios con microbuses y busetas

El transporte de taxi data de muchos años atrás y el servicio era prestado en los antiguos automóviles, los conductores eran cultos y respetuosos, bien presentados y nunca cobraban más de lo debido.

En 1991 se crea como entidad descentralizada, mediante acuerdo municipal, la Secretaría de Tránsito y Transporte de Buenaventura, asentada en la calle 5ta cra 10 (calle la victoria), parte insular de la ciudad.

A partir de enero de 1976 el secretario de transito paso a ser parte del gabinete municipal de libre nombramiento y remoción por el alcalde municipal. Con el reconocimiento de los Guardas Bachilleres, también llegaron los problemas a la ciudad, pues los conductores no estaban

acostumbrados a las normas, hasta el punto de declararlos como personas no aptas para ejercer la labor, aunque con el tiempo se dieron cuenta de que era parte de las funciones de su labor.

En la Actualidad 2013, la planta de personal de la institución consta de 111 colaboradores en área administrativa y en el área operativa de 170 agentes que se encargan del control del tránsito en las vías públicas de la ciudad.

Según el censo³ de vehículos realizado por la entidad en el año 2013, hay 59 tracto-camiones, 15001 motocicletas, 676 carros particulares 43 volquetas y 3869 vehículos de servicio público (958 microbuses, 2602 taxis y 309 camperos) matriculados en la ciudad, para un total de 19648 vehículos. Sin embargo por las vías urbanas del distrito circulan diariamente en promedio 2500 tracto-camiones, 4000 vehículos de servicio público local, 120 de transporte intermunicipal, y 16000 motocicletas.

³ Cifras entregadas por la Oficina de Sistemas de la Secretaría de Tránsito y Transportes Distrital de Buenaventura

1.5.2. Marco de Antecedentes

No se tiene registro de investigaciones anteriores en la ciudad sobre la imagen corporativa que tienen los conductores de servicio público de Buenaventura sobre la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura.

1.5.3. Marco Teórico

Para esta investigación se toman aportes del tema central “imagen corporativa” y algunos argumentos de temas que se encuentran altamente relacionadas con el desarrollo de este concepto tales como identidad corporativa, percepción y cultura organizacional. Para ello, se relacionan a continuación los aportes realizados por algunos autores.

Imagen, Identidad Corporativa e Imagen Corporativa

La imagen corporativa, a pesar de ser considerada fundamental para las organizaciones, no cuenta con la importancia que esta requiere. Por tal motivo se hace necesario resaltar su importancia, además de los factores relevantes que implica su estudio y análisis.

La interpretación de la imagen se puede definir en 3 diferentes concepciones: imagen-ícono, imagen-ficción e imagen-actitud, de la cuales según Paul Capriotti (1992)⁴ la que se ajusta mejor al estudio de la imagen corporativa es la imagen-actitud, la cual argumenta, que la "Imagen" no es otra cosa que una figura retórica utilizada para visualizar y denominar a un conjunto de actitudes que poseen las personas, y con las cuales evalúan las cosas, personas u organizaciones.

Expone Capriotti, que La mayoría de los estudiosos de las actitudes están de acuerdo en reconocer 3 componentes fundamentales:

a) El componente cognitivo: es como se percibe una cosa, persona u organización. Son los pensamientos, creencias e ideas que tenemos sobre ellas. Es el componente reflexivo de la actitud.

⁴ Capriotti, Paul. La Imagen De Empresa. 1992, 1ª parte, cap. 3, págs. 25, 26

b) El componente emocional: son los sentimientos que provoca una cosa, persona u organización al ser percibidas. Pueden ser emociones de simpatía, odio, rechazo, etc. Es el componente irracional de la actitud.

c) El componente conductual: es la predisposición a actuar de una manera determinada ante una cosa, persona u organización. Hay que dejar claro que en este componente lo que se remarca es la predisposición a actuar, no la actuación, ya que esta entraría dentro del análisis del comportamiento. (La actitud no es la conducta, sino la predisposición a actuar, mientras que la conducta es la acción misma. Es decir, la actitud es previa al comportamiento).

Capriotti (1992 y 1999)⁵ Define a la Imagen corporativa como la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización. Al analizar esta definición, Él la descompone en 4 partes:

a) *"la representación mental de un estereotipo de la organización..."*, es decir la formación del concepto, de la idea sobre la organización en base a una serie de atributos reconocibles establecidos de acuerdo a los rasgos organizadores centrales de la percepción. Estos atributos conforman el estereotipo, o sea la creencia de lo que es la organización. Este estereotipo es, para nosotros, la empresa real. b) *"...que los públicos se forman..."*, los sujetos donde se forma la imagen. Cada uno de los públicos tiene características que lo diferencian de los demás, y por esas características propias perciben la información y la interpretan de manera particular cada uno. c) *"...como consecuencia de la interpretación..."*, es el elemento fundamental de la formación de la imagen, ya que la interpretación es el proceso diferenciador de la imagen que tendrán los diferentes públicos de la

⁵ Inicialmente Capriotti (1992) utiliza la expresión "imagen de la empresa", pág. 30 y en su siguiente libro Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa, utiliza el término "imagen corporativa", pág. 29,30 y 31 dando a las dos expresiones el mismo significado

organización. d) "...de la información sobre la organización.", es todo el caudal de mensajes que reciben los públicos acerca de la organización. Esta información es recibida por los públicos tanto si la organización envía mensajes (envío activo de información) como si no los envía (envío pasivo de información). Los públicos de forman una imagen de la organización, tanto si esta comunica como si no lo hace.

Importancia de la Imagen en las Empresas

De acuerdo con Teresa Pintado Blanco⁶ y Joaquín Sánchez Herrera⁷ (2009) se puede argumentar que, en el estudio de la imagen corporativa, son muchos los factores implícitos, ya que esta no solo se refiere a lo que se comunica o a la forma de presentar los productos y/o servicios que se ofrecen, sino también a las experiencias que se aportan al consumidor, y otros elementos como los colores relacionados con la empresa, además de las personas asociadas a esta. La imagen corporativa, se refiere a todo lo que rodea a la organización, de esta forma cualquier cambio, problema u otro factor relacionado, puede ocasionar una desviación de la imagen que tienen los clientes de la compañía.

En este marco, la imagen corporativa, se define como la representación mental de cada individuo que se manifiesta internamente y está formada por un grupo de atributos relacionados con la organización. De esta manera se sobre entiende que la imagen que una persona tenga de una entidad, puede ser muy diferente a la que tenga otra. Cada persona, puede tener una

⁶ Pintado: Licenciada en ciencias de la información y doctora en el departamento de comercialización e investigación de mercados por la universidad complutense de Madrid (UMC).

⁷ Sánchez: Licenciado en publicidad y relaciones públicas y doctor en ciencias de la información. Autor y coautor de varios libros de marketing como plan de marketing; análisis, decisiones y control o Gestión Comercial y Servicio de atención al cliente, y ponente en congresos nacionales e internacionales

imagen única de una empresa, gracias al contacto que ha tenido de diversas formas con ella (sean positivas o negativas).

En el estudio de la imagen corporativa, pueden surgir confusiones con otros términos, concretamente, los términos 'identidad corporativa' e 'imagen corporativa' debido a su similitud descriptiva. Según (Pintado y Sánchez), la identidad corporativa se refiere a lo que es el 'ser' de la empresa y a su vez se forma bajo la concepción de algunos factores: la historia de la compañía, desde su fundación hasta el momento actual, esta es de carácter permanente debido a que no se puede modificar; el proyecto empresarial, está relacionado con el presente de la institución, pero a diferencia del anterior, este debe cambiar periódicamente de acuerdo a las exigencias del entorno, este debe comprender la filosofía de la organización, valores, estrategias corporativas y los procedimientos de gestión implementados en cada área operativa; la cultura corporativa, que no es más que los comportamientos o forma de hacer las cosas, aquí están implícitos los valores así como las convicciones compartidas. Por ende la cultura puede hacer referencia tanto al pasado como al presente, con la particularidad que es difícil de cambiar y de serlo, el proceso es muy lento.

"(Capriotti 1992) describe la Identidad de la Empresa⁸, como:

La personalidad de la organización. Lo que ella es y pretende ser, pero no su materialidad, sino su espíritu. Es su ser histórico, filosófico, ético y de comportamiento. Es lo que la hace individual, singular, y la distingue y diferencia de las demás organizaciones. Es el conjunto de atributos (rasgos organizadores) con los que la organización se identifica y con los cuales quiere ser identificada por los públicos

⁸ Capriotti no distingue entre los términos "identidad de empresa" con "identidad organizacional" (les da el mismo significado)

Agrega Capriotti (1999) Los públicos surgen del proceso de interacción mutua entre las personas y la organización. Y el tipo de relación o vinculación específica que tengan los individuos con la empresa marcará la forma en que se relacionarán y actuarán con respecto a la misma. Así, una primera aproximación a la definición del concepto de Público podría ser la de un conjunto de personas con los que una organización tiene una relación o vínculo particular.

La opinión de los públicos –agrega Capriotti- “es la opinión privada de los diferentes miembros de un público que constituyen, por agregación, la opinión de ese público particular sobre un asunto cualquiera”. “La percepción es un proceso complejo por el cual un individuo obtiene información del exterior y le asigna un significado determinado”.

La “percepción de una organización” es el proceso mediante el cual un sujeto conoce a una organización, y llega a concebir sus características y cualidades. Para ello, el individuo busca información (o la recibe sin buscarla) sobre ella. Esta información es estructurada en la mente del individuo en base a la disposición de unos rasgos organizadores de la percepción. Estos rasgos organizadores son una serie de dicotomías de calificativos (grande-pequeña, eficiente-no eficiente, moderna-anticuada, etc.)

Cultura Organizacional

Dentro del contexto del desarrollo de actividades de cualquier institución, es obvio que se desarrollan dentro de un ambiente organizacional moldeado por la cultura organizacional.

El concepto de cultura organizacional, se deriva de la Antropología, Filosofía y Sociología, este concepto, se viene aplicando en otras áreas de pensamiento, en especial las relativas a las organizaciones sociales,

mediante estudios sobre el comportamiento del hombre en estas. Para conocer un poco sobre cuál es el desarrollo de la teoría en las instituciones de servicio es indispensable, se cuenta con un amplio marco de referencias teóricas que ayudan al desarrollo y uso de elementos como símbolos, valores y climas.

García, Zapata Y Sánchez “perspectivas teóricas para el estudio de la gestión humana” (2008)⁹, definen el término cultura organizacional -a partir de aportes de otro autor¹⁰ - como;

“Un conjunto unido de formas de pensar, de sentir y de actuar más o menos formalizadas que son aprendidas y compartidas por una pluralidad de personas y que sirven de una manera objetiva y simbólicas para reunir las en una colectiva particular y distintiva”.

Este concepto, cuenta con grandes intervenciones en el siglo pasado, como la realizada por Elton Mayo y sus colaboradores frente a la administración científica de Taylor, quienes hicieron hincapié en las normas, sentimientos y valores de los integrantes de una organización y sus repercusiones en el funcionamiento organizacional. La cultura se desarrolla en torno a los problemas que los grupos afrontan en los procesos de adaptación externa e integración interna durante su gestación y florecimiento, y una de sus tareas es solucionarlos en pos de asegurar la adecuación y posterior supervivencia de la organización.

En el libro sus coautores terminan resumiendo;

⁹ Perspectivas teóricas para el estudio de la gestión humana” (Mónica García, Álvaro Zapata Domínguez Y Karen Sánchez de Roldán). 2008

¹⁰ Allaire y Firsirotu. tomado de Fragmento de Teorías sobre la cultura organizacional(1988)

“en la perspectiva funcionalista, la cultura organizacional es una variable construida por los individuos miembros, con el fin de realizar ciertas funciones indispensables para la supervivencia de la organización”.

Declara Capriotti (1999)¹¹; La Cultura Corporativa son las normas, valores y pautas de comporta-miento, compartidas y no escritas, por las que se rigen los miembros de la organización. La Cultura Corporativa es un elemento vital para la formación de la imagen corporativa, ya que las pautas de conducta y los valores imperantes influirán de forma decisiva en la forma en que los empleados valorarán y juzgarán a la organización.

Cabe aclarar que solo cuando la identidad de la organización es clara y se encuentra bien definida, se debe empezar a proyectar hacia el público, con el fin de causar una imagen positiva en los clientes. La imagen corporativa, es fundamental para el éxito de las organizaciones, sin embargo, el control que se puede ejercer sobre ella es limitado ya que los aspectos directamente relacionados (comentarios negativos de una persona que ha tenido algún problema con la entidad) son aspectos que no se pueden controlar, de ahí la importancia de su estudio y análisis.

¹¹ Paul Capriotti; La imagen de empresa. capítulo 4; el proceso de la formación de la imagen corporativa.

1.5.4. Marco legal

El desarrollo de esta investigación, se encuentra inmerso en el siguiente marco legal:

- Acuerdo municipal No 16 de junio 5 de 1991.

Por medio del cual se crea la secretaría de tránsito y trasportes de Buenaventura como una entidad de carácter técnico y administrativo, dependiente directamente de la alcaldía municipal.

- Ley 769¹² de agosto 6 de 2002.

Mediante la cual se expidió el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictaron otras disposiciones. A través de esta se designa al Ministerio de Transporte como autoridad suprema de tránsito para definir, orientar, vigilar e inspeccionar la ejecución de la política nacional en materia de tránsito, se plasman todas las definiciones relacionadas con las actividades de transporte y control de tránsito, se asignan responsabilidades y se dicta la normatividad para circular por las vías de Colombia, que abarca, licencias de tránsito, prevención y seguridad en las vías, condiciones tecno-mecánicas, centros de enseñanza, seguros y comportamiento en las vías, entre otras

- Ley 1310¹³ del 2009

Mediante la cual se unifican normas sobre agentes de tránsito y transporte y grupos de control vial de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones.

¹² Ver ley 769 de 2002, página web MINISTERIO DE TRANSPORTE COLOMBIA
<https://www.mintransporte.gov.co/documentos.php?id=17>

¹³ Ver EL ABEDUL” Diario oficial “No 47.392, del 26 de junio de 2009

- NORMA TÉCNICA DE CALIDAD EN LA GESTIÓN PÚBLICA. NTCGP¹⁴ 1000:2009. Mediante la cual se establece el Sistema de Gestión de la Calidad para la Rama Ejecutiva del Poder Público y otras Entidades Prestadoras de Servicios.

Esta norma, en su capítulo 3 términos y definiciones numeral 51 (3.51) explica; Satisfacción del cliente. Percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos.

La norma continúa con apartes de otros capítulos relacionados con el fortalecimiento de la calidad del producto y/o servicio entregado por la institución. Lo que en ellos se dicta debe contribuir a la consolidación de una imagen positiva la entidad.

Cap 4. SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD.

4.1 Requisitos generales. La entidad debe establecer, documentar, implementar y mantener un Sistema de Gestión de la Calidad y mejorar continuamente su eficacia, eficiencia y efectividad, de acuerdo con los requisitos de esta norma; este Sistema incluye de manera integral todos los procesos de la entidad que le permiten cumplir su función (Véase Ley 872 de 2003 artículos 3 y 7).

Cap. 5

5.3 Política de la calidad. La alta dirección debe asegurarse de que la política de la calidad:

- a) es adecuada al objeto para el cual fue creada la entidad.
- b) Es coherente con el plan de desarrollo, los planes sectoriales y de desarrollo administrativo, el Sistema de Control Interno, los planes estratégicos establecidos.

¹⁴ Ver NORMA TÉCNICA DE CALIDAD EN LA GESTIÓN PÚBLICA. NTCGP 1000:2009, página web <http://www.fne.gov.co/index.aspx?Id=12753>

- c) Incluye un compromiso de cumplir con los requisitos de sus clientes, de mejorar continuamente la eficacia, eficiencia y efectividad del Sistema de Gestión de la Calidad, y dentro del marco de su función, de contribuir al logro de Los fines esenciales del Estado, definidos constitucionalmente.
- d) Proporciona un marco de referencia para establecer y revisar los objetivos de la calidad.
- e) Se comunica a todos los servidores públicos y/o particulares que ejercen funciones públicas dentro de la entidad, y es entendida por ellos.
- f) Se revisa para su adecuación continua.

5.4 Planificación. 5.4.1 Objetivos de la calidad. La alta dirección debe asegurarse de que los objetivos de la calidad, incluidos aquellos necesarios para cumplir los requisitos para el producto y/o servicio (véase el numeral 7.1, literal a)), se establecen en las funciones y niveles pertinentes dentro de la entidad. Los objetivos de la calidad deben ser medibles y coherentes con la política de la calidad.

Cuando una entidad establezca y revise sus objetivos de calidad, debe considerar el marco legal que lo circunscribe y los recursos financieros, humanos y operacionales con los que cuenta.

Cap. 6.

6.3 Infraestructura. La entidad debe determinar, proporcionar y mantener la infraestructura necesaria para lograr la conformidad con los requisitos del producto y/o servicio. La infraestructura incluye, cuando sea aplicable:

- a) edificios, espacio de trabajo y sus servicios asociados (por ejemplo: redes internas de suministro de servicios públicos o cableado estructural, entre otros).
- b) herramientas, equipos y sistemas de información (tanto hardware como software) para la gestión de los procesos, y servicios de apoyo (tales como transporte y comunicación).

Cap. 7

7.2 Procesos relacionados con el cliente; 7.2.1 Determinación de los requisitos relacionados con el producto y/o servicio

La entidad debe determinar:

- a) Los requisitos especificados por el cliente, incluidos los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a ésta.
- b) Los requisitos no establecidos por el cliente, pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto.
- c) Los requisitos legales y reglamentarios aplicables al producto y/o servicio.
- d) Cualquier requisito adicional que la entidad considere necesario.

7.2.3 Comunicación con el cliente. La entidad debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:

- a) La información sobre el producto y/o servicio.
- b) Las consultas, contratos o solicitudes, incluidas las modificaciones.
- c) La retroalimentación del cliente, incluidas sus peticiones, quejas, reclamos, percepciones, sugerencias y mecanismos de participación ciudadana, según sea aplicable.

2. ASPECTOS METODOLÒGICOS

2.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.1.1. Investigación Descriptiva

Los estudios descriptivos, permiten conocer las características y distribución de los problemas que afectan a una población, además, permiten identificar la frecuencia y cuáles son los determinantes o factores asociados a dicha situación.

De acuerdo con los aportes de Carlos Eduardo Méndez Álvarez¹⁵, Esta investigación es de tipo descriptivo dado que la actividad investigativa central consiste en tomar impresiones y comportamiento de personas con respecto a una entidad pública, para lo cual se toman las impresiones de los participantes derivadas de sus experiencias al interactuar con la entidad, con lo cual se describe el fenómeno de la imagen de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura y las circunstancias que la rodean.

Este tipo de estudio mide conceptos y los constituye en variables para indicar las características y cómo se manifiesta la evidencia de interés. Su valor máximo se centra en recopilar datos que muestren un fenómeno y/o hecho, contexto o situación que se está presentando en el entorno donde se lleva a cabo la investigación.

Por esta razón esta investigación se lleva a cabo mediante la implementación de un estudio cualitativo, de carácter descriptivo.

¹⁵ sociólogo universidad de santo Tomás. Magister en administración (MBA), Universidad de los Andes. profesor investigador master, autor del libro Metodología de la Investigación

2.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. Investigación por Método de Observación y Método Analítico

De acuerdo con los aportes de Carlos Méndez, esta investigación demanda complementariamente la aplicación de dos métodos: por un lado el método de observación dado que los datos a obtener son esencialmente impresiones personales de conductores del servicio público de Buenaventura, por otro lado se emplea el método analítico dado que va más allá de simplemente recoger opiniones de los participantes, conduciendo al hallazgo de factores y circunstancias que rodean el asunto de investigación.

2.3. FUENTES DE INVESTIGACIÓN

2.3.1. Fuentes Primarias

Esta es una investigación descriptiva que requiere como fuentes primarias trabajo de campo, el cual es consistente recolección masiva de datos mediante aplicación de encuestar a conductores de servicio público de la ciudad y a través de las cuales, obtener los datos sobre las impresiones acerca de la imagen de la Secretaría de Tránsito y transporte Distrital de Buenaventura.

2.3.2. Fuentes Secundarias

Es necesario acudir a fuentes secundarias para obtener la información requerida para determinar el perfil de la imagen de la institución y los conceptos de cada uno. Todo este conocimiento es tomado de aportes de autores a partir de elementos y/o componentes planteados por los mismos. Igualmente se requiere de documentos de la institución y relatos (dado que la institución cuenta con poca documentación relacionada), para conocer las acciones tomadas por la entidad para mejorar su imagen corporativa.

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La investigación merece la recolección de datos mediante aplicación de encuestas a los conductores de servicio público de Buenaventura.

La población a encuestar es abordada en inmediaciones de las vías públicas y de las instalaciones de la entidad, para tomar las impresiones en su propio ambiente.

La información secundaria se obtiene visitando las instalaciones de la institución bajo la supervisión y dirección de funcionario de la institución con acceso a los datos requeridos, siendo recogida la información en medios magnéticos y/o en físicos para su posterior depuración evaluación y organización.

2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población objetivo para esta investigación, son aquellos quienes conducen vehículos de servicio público, los cuales circulan por las vías públicas de la ciudad de Buenaventura y están matriculados en la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura.

Según registros de la entidad en la ciudad de Buenaventura hay un total de 19.648 vehículos matriculados, de los cuales 3869 corresponden al parque automotor de servicio público, cuyos conductores representan la población objetivo de nuestra investigación.

El tipo de muestreo a utilizar es probabilístico al azar dado que cada uno de los elementos de la población objetivo tiene la misma probabilidad de ser seleccionado para hacer parte de la muestra.

Para esta investigación la población es finita, las variables de datos son cualitativas con escala ordinal, por tanto empleamos la fórmula:

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(N-1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

Donde:

n: muestra.

E: margen de error.

Z: valor en la Tabla Normal según nivel de confiabilidad.

P: probabilidad de éxito.

Q: probabilidad de fracaso.

N: población total.

Con una población de 3.869, un margen de error de 10%, un nivel de confianza del 90%, probabilidad de éxito del 50% y una probabilidad de fracaso de 50%.

Cálculo tamaño de muestra: muestreo aleatorio simple (para variables cualitativas en población finita)

N= 3869; es el número total de elementos con las características necesarias para hacer parte de la muestra; este número es cifra oficial entregada por Alejandro Banquera (director del área educativa) de la secretaría de tránsito y transportes de buenaventura.

E= 10% es la desviación esperada en los elementos de la población. Expresado como 0.1

Z= 1,64 es el nivel de confiabilidad sujeta a los resultados que se obtendrán a partir de la proporción de elementos en la muestra, este resulta de la equivalencia para 90% en la Normal o campana de Gaus

$$n = \frac{3879 \cdot (1,64^2) \cdot 0,5 \cdot 0,5}{((3879-1) \cdot 0,10^2) + (1,64^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5)} = 3.640,34 / 39,62 = 91,8 \sim 92$$

Para tener una muestra representativa de la población objetivo que garantice la veracidad de los resultados en las encuestas, con los parámetros plateados, se requiere de la participación de **92** conductores de servicio público

FORMATO DE ENCUESTA

Formato de encuesta:	
Imagen Corporativa de La Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura.	
Pregunta filtro.	
¿El vehículo que conduce es de servicio público?	
Sí ☐	No ☐
Vehículo que conduce:	
a) Taxi ☐	b) Microbús ☐ c) Campero ☐
1) ¿Ha realizado usted un curso de normas de tránsito o de conducción?	
Sí ☐	No ☐
2) ¿Cómo se califica usted en cuanto a conocimiento y aplicación de las normas de tránsito? <i>(Teniendo en cuenta la escala de 1 – 5 distribuida así: 5: excelente; 4: bueno; 3: regular; 2: malo; 1: pésimo)</i>	
a. Excelente.	☐
b. Bueno.	☐
c. Regular.	☐
d. Malo.	☐
e. pésimo	☐
3) ¿Ha acudido usted a la Secretaría de Tránsito y transportes de Buenaventura para realizar algún trámite administrativo	
a) Si ☐	b) No ☐
4) ¿De la siguiente lista, marque aquellas que identifica como funciones del área administrativa de La Secretaria Distrital de tránsito? (pregunta de apoyo)	
a) Asentar registros y matricula.	☐
b) Atender y solucionar.	☐
c) contravenciones.	☐
d) Registrar y hacer seguimiento a Multas.	☐

e)	Promover y verificar el cumplimiento de las normas para el transporte.	
f)	Registrar los accidentes.	☐
g)	Función educativa y preventiva.	☐
h)	efectuar cobro coactivo.	☐
i)	Elaborar el plan local anual de seguridad.	☐

5) Con base en la respuesta anterior y su experiencia como usuario ¿Cómo califica los servicios prestados por la secretaría de tránsito en su área administrativa?

a)	Excelente	☐
b)	Bueno	☐
c)	Regular	☐
d)	Malo	☐
e)	pésimo	☐

5.1) (Si su respuesta es regular, malo o pésimo. Responda ¿por qué?)

a.	Servicio lento	☐
b.	Respuestas insatisfactorias	☐
c.	Mala atención	☐
d.	Falta de información	☐
e.	Otra _____	☐

6) De la siguiente lista, seleccione aquellas que identifica como funciones de los agentes de tránsito. (pregunta de apoyo)

a)	Regular del tráfico vehicular y peatonal.	☐
b)	Verificar el cumplimiento de documentación reglamentaria y otros.	☐
c)	Realizar operativos de control de tránsito.	☐
d)	Sancionar con comparendo ante infracciones de tránsito.	☐
e)	Función de policía judicial permanente de tránsito.	☐
f)	Hacer levantamiento criminalístico.	☐
g)	Realizar campañas de seguridad vial.	☐
h)	Vigilar y recuperar el espacio público vehicular y peatonal.	☐

7) ¿de acuerdo con la información suministrada en la pregunta anterior como califica la labor de los agentes de tránsito?

a)	Excelente.	☐
b)	Buena.	☐

c) Regular. ☐

d) Mala. ☐

e) Pésima. ☐

7.1) Si respondió regular, malo o pésimo, responda ¿por qué?

a. Abuso de autoridad y/o irrespeto. ☐

b. Asedio constante y desmedido. ☐

c. Procedimientos ilegales y/o abusivos. ☐

d. Dificultades en el control del tráfico. ☐

e. Chantaje/Soborno ☐

f. Otra _____ ☐

8) Califique los siguientes atributos de la imagen de SDTTB.

EDIFICACIÓN:	E	B	R	M	P
a) Locación y acceso	☐	☐	☐	☐	☐
b) Iluminación	☐	☐	☐	☐	☐
c) Aspecto visual.	☐	☐	☐	☐	☐
d) Funcionalidad	☐	☐	☐	☐	☐
PRESENTACIÓN PERSONAL:	E	B	R	M	P
a) agentes de tránsito	☐	☐	☐	☐	☐
b) personal administrativo	☐	☐	☐	☐	☐
SÍMBOLOS CORPORATIVOS:	E	B	R	M	P
a) atracción visual	☐	☐	☐	☐	☐
b) recordación de fuente/marca	☐	☐	☐	☐	☐
c) sensación mental	☐	☐	☐	☐	☐
COMUNICACIÓN:	E	B	R	M	P
a) Claridad del mensaje	☐	☐	☐	☐	☐
b) Comunicación en doble vía	☐	☐	☐	☐	☐
c) Persuasión.	☐	☐	☐	☐	☐

9) ¿cómo percibe usted la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura como institución?

a) Excelente. ☐

b) Buena. ☐

c) Regular.	☐
d) Mala.	☐
e) Pésima	☐

2.6. PLAN DE ANÁLISIS DE DATOS

Se emplea el software Excel para consolidar los resultados y generar las tablas y gráficos necesarios para explicar los resultados.

Los datos de las encuestas son tabulados y organizados para la consolidación de los resultados, convirtiéndolos en información precisa y útil. Una vez recolectada la información de fuentes primarias y secundarias, se realiza un análisis para poder dar cumplimiento al desarrollo de los objetivos específicos planteados: identificar los atributos tangibles e intangibles más importantes que definen la imagen corporativa de la Secretaria de Tránsito y Transporte distrital de Buenaventura, indagar y documentar las actividades que ha venido desarrollando la institución para el fortalecimiento de su imagen corporativa, conocer la percepción que los conductores de servicio público tienen de la institución y analizar la imagen y su incidencia en la Secretaria de Tránsito y Transporte distrital de Buenaventura, a partir de la interpretación de los datos obtenidos en las encuestas.

RESULTADOS TRABAJO INVESTIGATIVO

3. ATRIBUTOS TANGIBLES E INTANGIBLES MÁS IMPORTANTES QUE DEFINEN LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA SECRETARIA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA

3.1. SERVICIOS.

Como entidad prestadora de servicios, constantemente está en contacto con clientes que solicitan información, trámites, y otros servicios relacionados con la entidad. Los “momentos de verdad” ocurren a diario durante la jornada laboral.

La institución denotando su carácter público, presta servicios en su área administrativa y mediante labores operativas. En el área administrativa la prontitud, la colaboración en los trámites, el respeto, la disposición de los colaboradores, las actitudes y las competencias son características que influyen en la percepción de sus clientes.

En términos simples los servicios son acciones, procesos y ejecuciones, los mismos no solo son prestados por empresas de servicios... sino también son parte integral de muchos de los productores de bienes manufacturados (Zeithaml y Bitner 2002)¹⁶. Y aclara el servicio al cliente es aquel que se proporciona para apoyar el desempeño de los productos básicos de las empresas.

Características de los servicios.

Intangibilidad: los servicios no se pueden inventariar, por lo cual a menudo complicado la fluctuación de su demanda

Heterogeneidad: debido a que los servicios son acciones con frecuencia realizadas por seres humanos, dos servicios similares nunca serán precisamente semejantes, además el desempeño de una persona difiere de un día a otro o incluso de una hora a otra. Debido a que los servicios son heterogéneos a través

¹⁶ Marketing de servicios; cap 1 introducción a los servicios. Pag 5, 32 -34

del tiempo, resulta un reto para las organizaciones o las personas asegurar un servicio de calidad sostenida.

Producción y consumo simultáneo: casi todos los productos primero se venden luego se producen y consumen simultáneamente. Debido a esto resulta difícil, o incluso imposible, su producción masiva. La calidad en el servicio y la satisfacción del cliente depende en gran medida de lo que sucede en “tiempo real” lo que incluye las acciones de los empleados y su interacción con los clientes.

Perecederos: el término perecederos se refiere al hecho de que los servicios no pueden preservarse, almacenarse revenderse, o devolverse.

Los servicios son actividad humana realizada para beneficio de otra persona, el servicio es intangible y se da por interacción real entre el agente prestador y el receptor. Los servicios no se pueden almacenar.

3.2. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

La Comunicación¹⁷ Institucional se refiere a todos los mensajes que la organización transmite, mediante los cuales se presenta como entidad, como sujeto social, expone argumentos sobre ella y habla como un miembro de la sociedad. Esta comunicación de carácter institucional realizada por una organización tiene el objetivo de establecer lazos de comunicación con los diferentes públicos externos con los que se relaciona, no con fines estrictamente comerciales, sino más bien con la intención de generar una credibilidad y confianza en los públicos, logrando la aceptación de la organización a nivel social (Capriotti).

¹⁷ Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa; capí 4: el proceso de formación de la imagen corporativa (i): el origen de la información; pag 85

EDIFICACIÓN

Todas aquellas construcciones realizadas artificialmente por el ser humano con diversos pero específicos propósitos. Las edificaciones son obras que diseña, planifica y ejecuta el ser humano en diferentes espacios, tamaños y formas, en la mayoría de los casos para habitarlas o usarlas como espacios de resguardo.

La edificación es un objeto físico construido con el objeto de brindar cobertura, locación fija, protección del ambiente exterior y centro para la planeación, el desarrollo y la coordinación de actividades.

3.3. SÍMBOLOS CORPORATIVOS

Un símbolo¹⁸ “Es una figura icónica que representa a la organización, que la identifica e individualiza con respecto a las demás (capriotti)”.

Los símbolos corporativos son elementos visibles que representan a una organización, permiten reconocerla sin acudir a otro lenguaje y generan sensaciones positivas o negativas en el público, dependiendo de la percepción suscitada en los miembros del público a partir de la experiencia con la organización, ligada al símbolo o a comentarios de otro.

La institución en cuestión es reconocida por su escudo, logo, sigla y por sus colores corporativos.

Nombre corporativo: es la bandera general bajo la cual todas las demás operaciones tienen lugar (Clow y Baack 2010)¹⁹. La entidad tiene un nombre explícito, dado que revela lo que la organización hace.

¹⁸ Imagen de Empresa; capítulo 13 la planificación de la actuación. pag 119

Logotipo: (Clow y Baack 2010) definen logotipo como: “un símbolo que se usa para identificar una empresa y sus marcas, lo cual ayuda a transmitir la imagen corporativa de conjunto”.

Capriotti lo define así –un logotipo es el nombre de la organización (o su nombre comunicativo) escrito de una manera especial, con una determinada tipografía-.

El reconocimiento de un logotipo ocurre en 2 niveles. Primero, consumidor podría recordar haber visto el logotipo anteriormente, este se almacena en la memoria, y cuando el cliente lo ve, se estimula la memoria. Segundo, un logotipo puede recordar al cliente la marca nombre corporativo. Este recordatorio puede suscitar sentimientos positivos o negativos relativos a la organización o al producto de marca.

Los colores corporativos de la institución son (azul, blanco y amarillo),

El azul es inteligencia, paz, descanso, frío, confianza, seguridad, comunicación.

El amarillo es ira, cobardía, oro, luz del sol, envidia, impulso irreflexivo, risa, histeria, acción, arrogancia, egoísmo, celos.

El blanco es limpieza, pureza, inocencia, virtud. Es el color de la bondad por excelencia.

¹⁹ Kenneth Baack y Donald Clow Publicidad, promoción y Comunicación Integral en Marketing. Cap 2; imagen corporativa y administración de marca Publicada. Pag 33

4. ACTIVIDADES QUE HA VENIDO DESARROLLANDO LA SECRETARIA DE TRANSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL DE BUENAVENTURA PARA EL FORTALECIMIENTO DE SU IMAGEN CORPORATIVA

En el transcurso de los últimos 12 meses la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital, no ha realizado ni está actualmente realizando ningún tipo de actividades dirigidas directamente al desarrollo de su imagen corporativa; sin embargo, se está formalizando un conjunto de actividades que indirectamente influyen y/o estimulan una imagen positiva de la institución en quienes incide.

Según la información verbal entregada por el señor Alejandro Banquera²⁰; coordinador del área educativa de la entidad, nunca se ha formalizado una campaña o actividades con el claro objetivo de realzar la imagen de la institución y agrega que no se tiene un concepto claro de imagen corporativa.

El área de educación tiene la misión de educar frente a la normatividad de tránsito existente e incidir en la reducción de las cifras de infracción y accidentes de tránsito.

Para el desarrollo de sus labores, la institución ha programado una serie de actividades, las cuales podemos clasificar en dos grupos: actividades rutinarias y actividades especiales. Entre las actividades rutinarias, se destacan:

- Capacitaciones obligatorias a conductores infractores.
- Campañas de prevención de accidentes de tránsito.

En las actividades especiales encontramos:

- Formación de mini-agentes en centros educativos de la ciudad.
- Acompañamiento pedagógico en zonas rurales del municipio.

²⁰ Alejandro Banquera es el coordinador educativo de la Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura y ha trabajado por más de 20 en la institución.

- Capacitación en normas de tránsito mediante la implementación de material didáctico a estudiantes desde tercer grado de primaria hasta décimo primer grado.

Las **capacitaciones a conductores infractores**, son charlas cortas de 4 horas, a las que deben asistir los conductores infractores, orientadas a proveer de conocimientos sobre las normas de tránsito y el comportamiento que deben tener en las vías.

La participación en el curso, le otorga al infractor el derecho a pedir un descuento en el costo de la multa impuesta, equivalente al 50% si se presenta dentro de los 5 días después de la infracción y del 25% si lo realiza entre el sexto y el decimocuarto día después de la infracción.

Las **campañas de prevención**, son actividades públicas masivas, orientadas al fortalecimiento de la conciencia en las vías, recordarles a los conductores su responsabilidad como conductores, respetar las normas de tránsito y/o a dar a conocer nuevas disposiciones sobre la reglamentación para el tránsito y el transporte.

El **programa de mini agentes**: es un proyecto de capacitación integral orientado a la generación de semilleros para la formación de ciudadanos consientes, responsables y cooperativos con la labor de tránsito, y que a la vez puedan en el futuro tener la oportunidad de ser parte del cuerpo de agentes.

Acompañamiento en zonas rurales. Periódicamente un grupo de agentes de tránsito se desplaza a zonas rurales a explicar la importancia de las normas de tránsito, las consecuencias que acarrea su no aplicación y todo aquello que deben tener en cuenta para mantener el flujo vehicular y el espacio de las vías, sin la intervención de los guardas de tránsito.

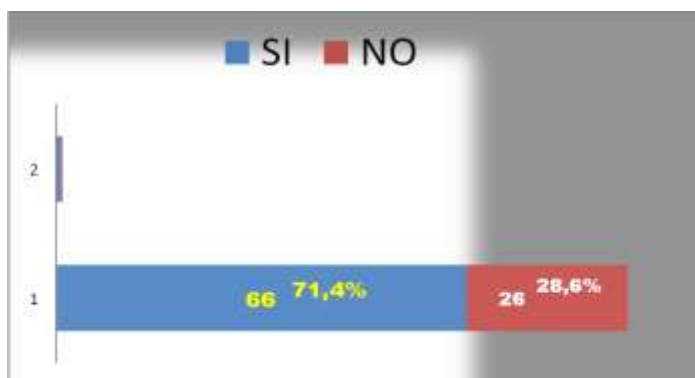
La secretaría de tránsito, a través del área del educación, se ha puesto en la tarea de **capacitar a estudiantes en los centros educativos**, con la intención de tener

egresados y futuros conductores o solo miembros de la comunidad enterados de las normas de tránsito, la labor de los guardas y la responsabilidad que implica ser un usuario de las vías; ya sea como peatones o como conductores.

5. PERCEPCIÓN QUE LOS CONDUCTORES DE SERVICIO PÚBLICO TIENEN DE LA INSTITUCIÓN Y SU INCIDENCIA EN LA MISMA

De acuerdo al estudio de campo realizado con los conductores de servicio público del Distrito de Buenaventura, con respecto a la percepción que tienen de la Secretaria de Tránsito y Transporte, mediante un minucioso análisis se logró determinar lo siguiente:

El 71% de los conductores de servicio público del Distrito de Buenaventura ha realizado curso de normas de tránsito, el 29% restante manifiesta que no ha realizó el curso de normas de tránsito, porque la empresa donde se encuentran vinculados no se lo ha exigido, solo les interesas que el conductor tenga los documentos que se requieren para transitar en regla.



Los conductores de servicio público, argumentan que los trámites para adquirir la licencia de conducción son más demorados y costosos en el distrito de Buenaventura, que en otras ciudades, razón por la cual acuden a intermediarios o terceros para adquirir su licencia de forma irregular, omitiendo requerimientos previos para acceder a la licencia, tal como el curso de normas de tránsito.

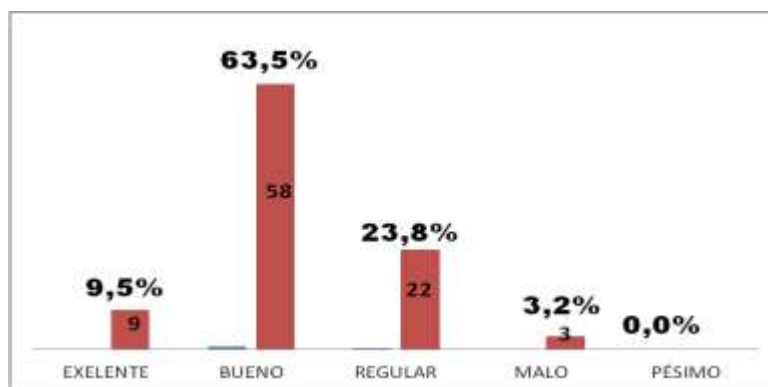
Este porcentaje de conductores del 29%; son los que argumentan con base en su sentido común que los guardas de tránsito no conocen la normatividad, y por

supuesto todo lo que no sea parte de su sentido común, constituye un abuso por parte de la autoridad de tránsito. Esta limitación de conocimiento derivada sobre normas de tránsito conlleva a que las medidas que ejercen los funcionarios de tránsito inspiren en los conductores una mala percepción ante el deber de hacer cumplir las normas.

¿Cómo se califica usted en conocimiento y aplicación de las normas de tránsito?

El 63% de los conductores de servicios público se autocalifican como buenos en cuanto al conocimiento y aplicación de las normas de tránsito, el 10% se califican en un intervalo excelente y 24% en un intervalo medio.

El 27% de los conductores de servicio público que se autocalifican como un nivel intermedio y malo en el conocimiento y aplicación de las normas de tránsito, obedece a varias razones, por un lado la falta de señalización vial, pésima infraestructura vial, campaña de sensibilización del peatón y usuarios del servicio público, falta de interés y sentido de pertenencia hacia la ciudad por parte de usuarios, peatones y conductores de servicio público.



¿Cómo califica usted la prestación de servicios en la Secretaria de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura?

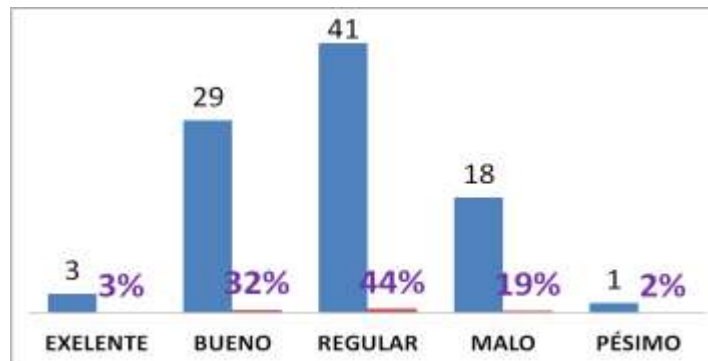
Del 89% de los conductores que han acudido a las instalaciones de la Secretaria de Tránsito y Transporte de Distrital Buenaventura, el 39% califican regular la prestación de servicios en el área administrativa, el 14% malo y el 5% pésimo, coincidiendo para justificar tal calificación los siguientes factores: lentitud en la prestación de servicios, falta de claridad en el suministro de información e indicaciones que son de interés para el usuario, mala atención en el servicio convencional y servicio al cliente y otras razones (como atención preferencial). El 38% de los conductores califican buena la prestación de servicios en el área administrativa y solo el 5% lo califican como excelente, esto debido que han recibido una muy buena atención por los funcionarios de la institución, además de que la entidad les suministra información clara y oportuna a la hora de realizar algún trámite, aunado a esto, algunos manifiestan hacer uso del tráfico de influencias para agilizar el servicio requerido.



¿Cómo califica la labor de los agentes de tránsito?

El 70% de los encuestados le dan una calificación regular o inferior a la labor realizada por los agentes de tránsito local, entre los cuales, la respuesta más frecuente en la que coinciden para justificar tal calificación son: dificultades en

control del tráfico vehicular, cuando estos hacen presencia en las vías con un 61%, abuso de autoridad con el 58%, procedimientos irregulares con el 51%, chantaje 41%, asedio constante 39%, sin embargo el 9,8% consideran otras las causas de tal calificación, entre las que se destacan; trato preferencial y desconocimiento de la norma por parte de los agentes de tránsito.



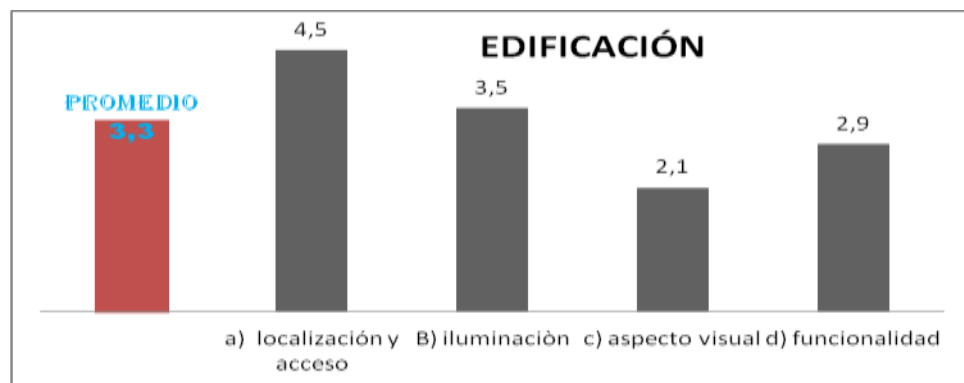
Los agentes de tránsito inescrupulosos tienden a realizarle procedimientos ilegales a personas con notable menor formación profesional y léxico (según anécdotas de conductores), para sacar provecho personal, aprovechándose de su investidura.

Califique los siguientes atributos que componen la imagen de la S.D.T.TB.

Al aplicar la encuesta se pudo evidenciar que los atributos tienen una escala de importancia para los conductores de servicio público. El atributo de mayor importancia es de los servicios (administrativos y operacionales), siguiendo en este orden edificación, comunicación, la presentación personal de los miembros de la institución y por último los símbolos corporativos. El consolidado de los componentes de cada atributo muestra las siguientes calificación en una escala de 1 a 5(siendo 1 la peor calificación y 5 la mejor).

Edificación 3.3, la cual es una calificación por debajo de regular, La secretaría de tránsito distrital de Buenaventura aún funciona en dos secciones de edificación

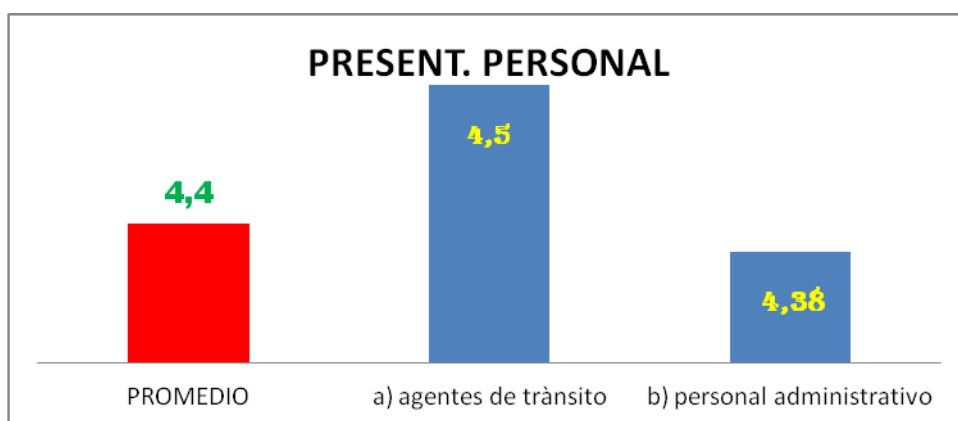
que no fueron diseñadas y construidas con todas las características necesarias para la atención de grandes volúmenes de personas al tiempo, ni para hacerlo funcional de acuerdo al propósito de la entidad, por lo cual no facilita la interacción de los clientes con la entidad. Sin embargo es preciso resaltar que el exterior de la edificación exhibe los colores corporativos de la entidad facilitando su identificación entre las edificaciones circunvecinas.



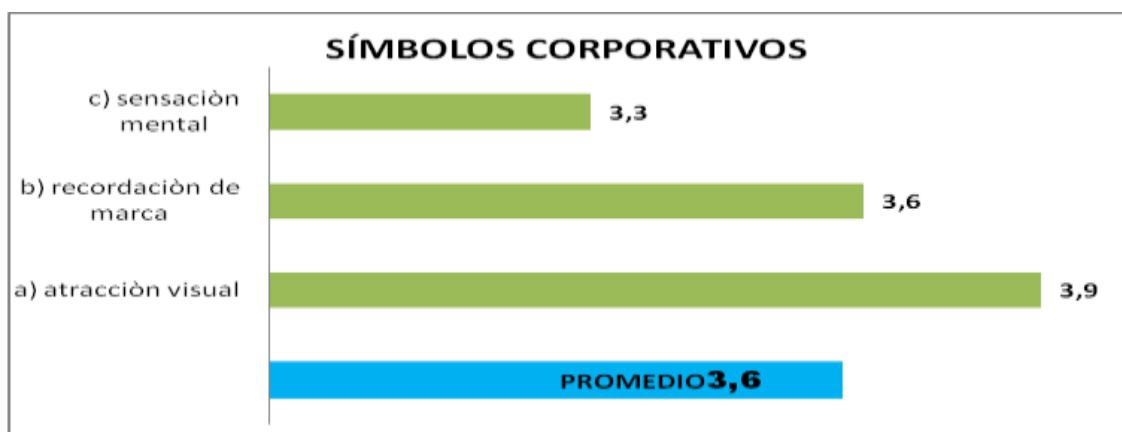
Comunicación 2.7 calificación que sigue estando por debajo de la calificación media (regular), esto se debe a que la institución no cuenta con unos mecanismos y canales de comunicación que hagan eficaz y eficiente el flujo de la información en doble vía, además se percibe falta de seriedad por parte de la entidad en algunos de sus decretos o resoluciones emitidas, las cuales para muchos conductores son arbitrarios, sin justificación y sin sustento en la realidad de los asuntos en los que interviene la entidad, sumado a que la comunicación (normalmente en una vía) no es clara.



Presentación Personal 4.4, esta es el único atributo que presenta una calificación ligeramente superior a regular. Los funcionarios del área administrativa aunque no portan uniformes mantienen una buena presentación y por el lado del personal operativo, no es común para los conductores de servicio público ver a un agente de tránsito portando inadecuadamente su uniforme en jornada laboral, por tanto los conductores no dudan en calificar como buena o excelente la presentación de los agentes de tránsito. Portar el uniforme correctamente permite a los ciudadanos identificar claramente a los agentes de tránsito, de tal forma que el transeúnte puede ser persuadido a tomar una actitud acorde con la labor y autoridad del agente, emanado de su nombramiento.



Por último los **Símbolos Corporativos**, con un **3.8**, este es el atributo menos importante para los clientes de la organización en mención, los colores corporativos, el escudo, la sigla y logotipo son reconocibles para el público y tiene diseño algo atractivo, sin embargo no todos tienen una sensación positiva cuando ven estos símbolos, debido a que a muchos conductores de servicios público los remite a experiencias desagradables en su interacción con la institución, especialmente con los agentes de tránsito.



Califique la Secretaría de Tránsito y Transportes Distrital de Buenaventura como institución.

Coincidiendo con sus respuestas anteriores solo el 1,6% de los conductores la califican excelente, el 33,3% bueno, el 52,4% regular, el 11,1% mal y 1,6% pésimo. Claramente se observa que la moda es la opción “*regular*” con más de la mitad de la participación.

Al hacer el promedio de la calificación, en una escala de 1 a 5, donde 5 es la mejor calificación y 1 la peor, encontramos que la calificación numérica es de 3,25.

Continuo de 1 – 5 (1 la peor calificación y 5 la mejor)



1

5.1. INCIDENCIAS

- Hay muchos conductores de servicio público que están de acuerdo con que las actividades operativas de tránsito sean efectuadas por policías de carreteras y vías urbanas de manera que los agentes de tránsito desaparezcan o se dediquen a otras actividades.
- Los vehículos matriculados en Buenaventura sufren la disminución de valor comercial ligada al origen de matrícula.
- Las tiendas de vehículos asentadas en Buenaventura, los entregan sin asegurarse de que el cliente haya cumplido con el requisito de aprobar un completo curso de conducción.
- Conductores van a secretarías de otros municipios para obtener licencias.
- Pocas personas se sienten a gusto por matricular sus vehículos en la Secretaría de Tránsito y Transportes local (los de servicio público están registrados en la entidad porque la norma así lo exige).
- Hay quienes desean nunca tener que ir a las instalaciones de la institución para evitar malas experiencias.
- Cualquier persona conduce un vehículo, incluso de servicio público, sin conocer las normas básicas para transitar.
- Las empresas de transportes no cumplen con las exigencias de ley para operar y el cliente de transporte público se queja de las falencias en la prestación del servicio de transporte público.
- Los usuarios de la entidad no se preocupan por mantenerse actualizados con las normas.

- Los intermediarios de trámites proliferan en Buenaventura y han creado un negocio rentable alrededor de esta actividad.

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. CONCLUSIONES

La presente investigación se ha dedicado a realizar un diagnostico de la imagen corporativa de la Secretaria de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, además de la incidencia que ésta tiene, partiendo de la percepción que tienen los usuarios de la institución.

Tras haber analizado la institución y la labor que realizan sus colaboradores, además de la percepción de los conductores de la ciudad bajo un trabajo minucioso se ha podido evidenciar la crisis que atraviesa la organización en términos de percepción.

- En la entidad se evidencia la falta de aplicación y/o conocimiento sobre imagen corporativa y mercadeo institucional. El tema de imagen corporativa no parece ser importante o al menos no como eje para mejorar las relaciones con sus clientes.
- Hay un alto nivel de desconfianza en los conductores sobre el cumplimiento cabal de responsabilidades y sobre la información que deben compartir con los clientes, así como sobre las motivaciones y actuaciones de los miembros de la institución.
- Existe en los conductores, la impresión de que algunos agentes de tránsito, no tienen pleno conocimiento de los procesos inherentes a su labor o de las normas de tránsito y a menudo ocurren episodios de falta de modales, abusos de autoridad y accesos, evidenciando el afán por sancionar con multas y no por educar y reducir las infracciones.

- La infraestructura que alberga el área administrativa de la entidad no es acorde con las necesidades para la prestación de servicios.
- Según opiniones de los usuarios, no se cuenta con un trabajo completo y sostenido de la oficina de transportes de la institución orientada a mejorar las condiciones de los conductores de servicio público y las condiciones en que se presta el servicio, mediante la promoción de las normas de apoyo para la actividad transportadora y verificación del cumplimiento de la reglamentación existente.
- El personal de la Secretaría de Tránsito y Transporte de Buenaventura en su área administrativa y operativo con su presentación personal aportan positivamente a la imagen de la institución.
- Aparentemente hay un persistente clientelismo en la institución que fractura las relaciones con quienes no son “amigos” de los miembros de la entidad, (quienes no reciben beneficios clientelistas, se quejan de la desigualdad y hay quienes los reciben que se preocupan porque esto constituye acciones y actitudes inapropiadas que dejan en evidencia la falta de institucionalidad).
- Los conductores del servicio público de la ciudad consideran que las acciones de chantaje o soborno practicadas algunos miembros de la institución son un difusor de percepción negativa con impacto en los conductores involucrados y en quienes escuchan sobre estos hechos, (unos conductores se consideran beneficiarios y otros víctimas sin embargo en nadie genera una impresión positiva).
- Los símbolos corporativos (colores corporativos, escudos, siglas e insignias) son elementos que permiten la identificación fácil de la institución, especialmente por la atracción visual y la conducción mental hacia la fuente.

En general, la secretaría de tránsito y transporte de Buenaventura ha suscitado una percepción desfavorable, dado que su calificación es regular. Una organización con las cualidades financieras y la importancia que absteniente para esta ciudad puerto, no debe tener una calificación semejante por parte de sus clientes, además no pueden caer en la idea de que porque son una entidad pública monopólica los usuarios deben acomodarse a sus exigencias, la entidad debe evolucionar a la par de la necesidades y los retos que aplican el ejercicio de tales actividades.

6.2. OTRAS CONCLUSIONES

En el desarrollo de las encuestas, se evidencian otros aspectos relacionados con la imagen de la institución, detalles que los encuestados prefirieron no documentar, por ser muy desagradables o graves de acuerdo con el objeto de la entidad. Sin embargo es propósito de la investigación ir más allá de lo que busca el cuestionario, tomando impresiones que acceden a lo que las personas no están dispuestos a comentar directamente pero que hemos logrado percibir a partir de la interacción, en su forma de hablar, gestos, frases y otras emociones.

- Al menos un 70% de los conductores consideran que la institución desarrolla actividades irregulares que constituyen actos de corrupción.
- Aproximadamente el 40% de los conductores describen despectivamente la secretaría distrital de tránsito como un ente politizado y por tanto sin la posibilidad de tener una mejor imagen debido al lastre de la institución al que pertenece, la “Alcaldía Distrital de Buenaventura”.
- Por lo menos el 50% de los conductores del servicio público del Distrito de Buenaventura consideran que las directivas de la institución obedecen a intereses personales y particulares relacionadas con el que hacer de la entidad mas no velar por el cumplimiento de las normas establecidas en el código nacional de tránsito.
- Los conductores manifiestan indirectamente que perciben que en la entidad es una especie de negocio para algunos de sus miembros. “tienen la sensación de que es más importante lo que produzca dinero rápido (sanciones pecuniarias) que cooperar con el transporte y el bienestar del trasportador y el trasportado”.

6.3. RECOMENDACIONES

- La Secretaría de Tránsito y Transporte Distrital de Buenaventura, debe crear y poner en funcionamiento una oficina para el desarrollo de la comunicación institucional en coordinación con el área de educación que se encargue de articular la comunicación con el exterior de la organización manteniendo el flujo de la misma en doble vía para lograr un impacto positivo en los conductores y en la comunidad en general. Esta comunicación debe ser fluida, amable, en doble vía, clara y amplia.
- La entidad no puede seguir distante ante las inquietudes, quejas puntuales y los requerimientos de información útil para sus clientes. Al entregarle al usuario toda la información que necesita para aclarar sus dudas y dar solución a sus inquietudes, conlleva a una interacción provechosa, generando confianza en el usuario y en definitiva, lograr compartir un vínculo positivo con la organización.
- Capacitar y evaluar periódicamente a los agentes de tránsito (preferiblemente cada 3 meses) porque permite tomar el tiempo para evaluar los objetivos de cada capacitación y mantener la recordación y coherencia de los contenidos de cada una. Las capacitaciones no deben ser solo por cumplir con la actividad, estas deben ir más allá y traducirse en impacto medible en la imagen de la organización. La cantidad de multas realizadas por un agente no debe tomarse como indicador de desempeño laboral, se deben tomar otros criterios como la reducción en los accidentes, las mejoras en el control y flujo vehicular, el respeto del espacio público, la percepción de justicia en los conductores y el conocimiento de las normas vigentes. El completo conocimiento sobre las responsabilidades de un cargo y las actividades que lo componen, otorgan al trabajador independencia, competencia, carácter y seguridad, lo que a su vez se traduce en confianza y respeto en quien incide.

- Las instalaciones donde funcionan las oficinas de la Secretaría de Tránsito deben tener una distribución coherente con las necesidades para hacer más efectiva la atención a sus clientes. Teniendo en cuenta que hay un gran flujo de personas a diario en las instalaciones y que estos van a solicitar diferentes trámites, debe contar con espacios funcionales que faciliten el acceso del usuario, además de salas de espera donde éste se sienta cómodo mientras espera sin tener que desplazarse de un lugar a otro, debe contarse con señales y señales que lo orienten sin tener que preguntar.
- Acercarse más a los conductores de servicio público a través de las empresas cooperativas de transportes de la ciudad, con trabajo coordinado y constante. Las empresas de transportes son las que agrupan a propietarios de vehículos de servicio público y conductores, por tanto hacer sinergia con estas resulta beneficioso no solo para la secretaría local de tránsito, sino para los conductores, las empresas de transportes y la comunidad. Los conductores manifiestan el deseo de sentir que son importantes para las empresas a las que están afiliados y que la entidad de control ejerza acción no solo para sancionarlos en las vías, sino también para hacer que las empresas cumplan sus obligaciones con los conductores.
- Los agentes de tránsito, deben mantener su identificación sujeta a su presentación uniforme como un activo de imagen.
- La imparcialidad y la diligencia deben convertirse en el común denominador en todos los colaboradores de la institución. Esta es una institución pública que existe porque hay una necesidad por suplir, entonces todos los miembros, iniciando por el/la secretario(a) de tránsito deben estar durante la jornada laboral dispuestos a cumplir con su responsabilidad, sin preferencias, sin recibir propinas o sobornos, sin ceder a las presiones de sus superiores y pensando en la satisfacción sana del cliente.

- Aunque hay conductores que prefieren pagar el chantaje que la multa, se recomienda reforzar la ética de los agentes de tránsito y vigilar que este tipo de actitudes no se repitan en los agentes. Chantajear o dejarse sobornar son acciones que muestran la inmoralidad de los implicados, ninguna institución que tenga miembros con estas actitudes genera confianza en sus clientes, aun cuando el cliente sea el proponente de la acción carente de ética. Se debe generar un mecanismo serio de recepción para este tipo de quejas, hacer la investigación correspondiente y proceder con la destitución del colaborador implicado en la acción.
- Para cualquier campaña, orientada a la pedagogía de las normas o la identificación de la institución ante el público, es muy conveniente que se ponga en presencia todos los símbolos corporativos. Esto da la oportunidad de inducir y prolongar la percepción positiva del público receptor, dado que los símbolos permiten recordar la fuente mediante la vinculación mental directa.

Toda organización independientemente de su tamaño, actividad, capitalización, dominio, o cualquier otra clasificación, debe procurar una imagen positiva en sus clientes y no solo debe preocuparse por estos, sino por su entorno en general, pero esa imagen positiva no debe ser una invención generada y orquestada con publicidad agresiva, sino el reflejo de su propia identidad corporativa.

BIBLIOGRAFIA

- CAPRIOTTI, Paúl; Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa, Capítulo 4 “el proceso de formación de la imagen corporativa” (i): el origen de la información. editorial ARIEL S.A ediciones 1999 y 2005, (Málaga, España)
- CLOW, Kenneth E; BAACK Donald. Publicidad, promoción y Comunicación Integral en Marketing. Cap 2, imagen corporativa y administración de marca Publicada. Pearson Education Inc., 4ª edición. Naucalpan de Juárez, México 2010.
- GARCÍA SOLARTE, Mónica; ZAPATA DOMÍNGUEZ, Álvaro; SÁNCHEZ DE ROLDÁN, Karen. “perspectivas teóricas para el estudio de la gestión humana” capítulo cultura organizacional y gestión humana. Programa editorial Universidad del Valle, Cali – Colombia, diciembre de 2008.
- MENDEZ ALVAREZ, Carlos Eduardo. Metodología de la investigación. Capítulo III “metodología de la investigación”, editorial McGraw Hill. México, enero de 2001
- PINTADO BLANCO, Teresa; SÁNCHEZ HERRERA, Joaquín. Imagen corporativa “influencia en la gestión empresarial”. ESIC Editorial, Madrid España. 2009
- ZEITHAML, Valarie A; JO BITNER, Mary. Marketing De Servicios; Un enfoque de integración del cliente a la empresa. (Cap 1, introducción a los servicios). McGraw-Hill, México. 2ª edición 2002.

CIBERGRAFÍA

- CAPRIOTTI, Paul; La imagen de empresa “Estrategia para una comunicación integrada” El Ateneo, Barcelona 1992. ISBN: 84-604-4851-7. *[Versión online]*. 2006. {6 septiembre 2013} disponible en <http://www.bidireccion>
- POLICÍA NACIONAL DE COLOMBIA. LEY 1310 DE 2009 (junio 26) Mediante el cual se unifican normas sobre agentes de tránsito y transporte y grupos de control vial de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones. *[Versión online]*. {15 septiembre 2013} Disponible en: http://www.policia.gov.co/portal/page/portal/Direccion_Transito_transportes/Documentacion/Tab/Ley_1310.pdf
- MINISTERIO DE TRANSPORTE COLOMBIA. LEY 769 Agosto 6 de 2002) Por la cual se expide el Código Nacional de Tránsito Terrestre y se dictan otras disposiciones; *[Versión online]*. {agosto 30 de 2013} <https://www.mintransporte.gov.co/documentos.php?id=17> página web
- MINISTERIO DE SALUD Y BIENESTAR Y PROTECCION SOCIAL Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 sistema de gestión de la calidad para la rama ejecutiva del poder público y otras entidades prestadoras de servicios. *[Versión online]*. {noviembre 25 de 2014} <http://www.fne.gov.co/index.aspx?Id=12753>
- Wikipedia.com, Definición “Uniforme”. {21 de abril de 2014} Disponible en (<http://es.wikipedia.org/wiki/Uniforme>)

ANEXOS

Acuerdo municipal 16 de 1991

213

ALONSO VALLEJO OBREGON
Secretario de Gobierno Municipal

ALCALDIA MUNICIPAL: EN EL DESPACHO DE LA ALCALDIA MUNICIPAL SE SANCIONA EL PRESENTE ACUERDO HOY 12 JUN. 1991

PUBLIQUESE Y EJECUTESE:

BERNARDINO ABAD QUIRONEZ ANGULO
Alcalde Municipal

ALONSO VALLEJO OBREGON
Secretario Gobierno Municipal

SECRETARIA DE GOBIERNO: EL SUSCRITO SECRETARIO DE GOBIERNO MPOL CERTIFICA: QUE EL PRESENTE ACUERDO FUE LEIDO POR BANDO EN EL DIA DE HOY 13 JUNIO 1991

ALONSO VALLEJO OBREGON
Secretario de Gobierno Mpol

ACUERDO No 16 DE 1991
(JUNIO 5)

POR MEDIO DEL CUAL SE CREA LA SECRETARIA DE TRANSITO Y TRANSPORTE DEL MUNICIPIO DE BUENAVENTURA Y

SE DICTAN OTRAS DISPOSICIONES"

EL CONCEJO MUNICIPAL DE BUENAVENTURA, VALLE, EN USO DE SUS FACULTADES CONSTITUCIONALES Y LEGALES Y EN ESPECIAL, DE LAS PREVISTAS EN EL DECRETO NACIONAL N.º 1344 DE 1970 EL DECRETO DEPARTAMENTAL N.º 1613 DE 1977 Y EL ACUERDO N.º 005 B.º DE 1985 EMANADO DE LA JUNTA DIRECTIVA DEL INSTITUTO NACIONAL DE TRANSPORTE Y TRÁNSITO Y,

CONSIDERANDO:

- 1.- Que mediante resoluciones Números 356 y 405 del 1985 el superintendente Nacional de Transporte autorizó y clasificó, respectivamente, la creación, organización y funcionamiento de la inspección de Tránsito y Transporte de Buenaventura.
- 2.- que de conformidad con el Acuerdo N.º 005 de febrero 18 de 1985 emanado de la junta directiva del Instituto Nacional del Transporte, la Inspección de tránsito de Buenaventura está clasificada actualmente en la categoría A, toda vez que se encuentra autorizado para desempeñar las funciones anunciadas en el inciso primero del artículo primero de la citada norma.
- 3.- que el acuerdo citado anteriormente, señala los requisitos que debe cumplir un municipio para la autorización y clasificación, tanto de inspecciones como de Secretarías de Tránsito y transporte, encontrándose el municipio de Buenaventura enmarcado dentro de dicha norma, toda vez que cuenta con el visto bueno de la dirección departamental de Tránsito y Transportes, con una población superior a cien mil habitantes y no es capital de departamento.

4. que por ser el municipio de Buenaventura un foco receptor de Tránsito y Transporte nacional e internacional, requiera adecuar, actualizar y reestructurar las dependencias respectivas, de conformidad con las exigencias del auge y desarrollo de la economía y toda vez que en el presente dichas funciones se encuentran divididas, una funcionando en la Inspección de Tránsito y otra en la oficina de planeación municipal.

5. que estos dos organismos, en ocasiones, presentan dualidad en la ejecución de sus funciones, debido a la dificultad de coordinación de sus programas y actividades, afectando la eficiencia en la prestación de los servicios y ante la falta de una delimitación más clara de las funciones de las dos entidades, los usuarios se ven perjudicados por el complejo administrativo, por problemas de mora y en muchos casos por problemas de aparición de intermediarios en las gestiones que normalmente deben cursar en las dependencias, con las consecuentes irregularidades que de ello se deriva.

6. que de conformidad con el artículo 197 de la Constitución Nacional, el artículo 92 del decreto Nacional 1233 del 1986 y el artículo 3º del acuerdo No 005 Bº de 1985, emanado de la junta directiva del Indra, es atribución del Concejo Mpal de Buenaventura, así como determinar su presupuesto de funcionamiento, la planta de personal y las funciones de las diferentes dependencias,

ACUERDA:

ARTICULO PRIMERO.- Créase la secretaría de tránsito y transporte del Municipio de Buenaventura, como una entidad de carácter técnico y administrativo en materia de Tránsito y Transportes, dependiente directamente de la Alcaldía Municipal.

de su jurisdicción

f. establecer las sanciones por infracciones a las normas del Tránsito y el transporte autorizadas en el código nacional de Tránsito y demás normas afines, así como los procedimientos para imponer dichas sanciones.

g. realizar campañas masivas e individuales de educación y orientación en aspectos de Tránsito y Transporte para motoristas, usuarios, peatones y agentes de vigilancia

h. estudiar y definir todo lo relacionado con las zonas de estacionamiento y parqueo, cargue, descargue, terminales, paraderos, vías peatonales, etc.

i. adelantar los estudios que sean necesarios para la adecuada organización y planificación del Tránsito y el transporte en el municipio. En estos casos, podrá asesorarse de las oficinas del Departamento Administrativo de Tránsito y Transporte del Valle y de la sección del Instituto Nacional de Tránsito y Transporte.

j. Avocar todas las investigaciones de los delitos y contravenciones que se ocasionan por parte de personas que conduzcan vehículos de cualquier clase y tipo, dentro de la jurisdicción municipal.

k. Dirigir, organizar y supervisar al personal dedicado a la vigilancia del Tránsito y el transporte en la ciudad.

l. Preparar el proyecto de ingresos y egresos del Fondo Rotatorio de la secretaria de tránsito y Transporte del municipio, previa la respectiva aprobación del Alcalde.

m. Preparar el proyecto de presupuesto de la secretaria de Tránsito y Transporte y pasarlo a la Alcaldía para

la presentación al concejo Municipal para su respectiva aprobación. -

ARTICULO TERCERO.- Para el cumplimiento de sus objetivos y funciones, la Secretaría de Tránsito y Transporte del Municipio de Buenaventura, estará constituida por las siguientes dependencias:

- a. Despacho del secretario.
- b. Sección Administrativa.
- c. Sección técnica.
- d. Unidad de Registros, Matriculas, Tráspesos, licencias, revisiones y autorizaciones.
- e. Grupo de control y vigilancia vial.

ARTICULO CUARTO.- La Secretaría de Tránsito y Transportes del Municipio tendrá adscrito a ella, fondos suficientes para su funcionamiento. Facultese al Alcalde Municipal para determinar la organización administrativo y funcional de la Secretaría.

ARTICULO QUINTO.- Delequese en el Alcalde Municipal la capacidad para nombrar el personal necesario para el adecuado funcionamiento de la Secretaría de tránsito y Transporte del Municipio, que se hará mediante decreto ordinario, y el cual será de su libre nombramiento y remoción.

ARTICULO SEXTO.- La planta de cargos, las funciones de los mismos y los requisitos básicos de cada cargo, serán los que fije el Alcalde Municipal por decreto ordinario.

ARTICULO SEPTIMO.- Se autoriza al alcalde para que efectúe dentro del presupuesto de gasto vigentes las adiciones, traslados y modificaciones indispensables pa-

za el cumplimiento del presente acuerdo. -

ARTICULO OCTAVO.- Las facultades otorgadas al Alcalde en el presente acuerdo se extenderán hasta el día quince (15) de julio de mil novecientos noventa y uno (1.991). -

ARTICULO NOVENO.- El presente acuerdo rige a partir de su publicación y deroga todas las normas y disposiciones que le sean contrarias. -

dado en el salón de sesiones del Honorable Concejo Municipal de Buenaventura a los cinco (5) días del mes de junio de mil novecientos noventa y uno (1991)



OMAR BARONA MUÑOZ
Presidente concejo Mpal



GUILLERMO MUÑOZ ORTIZ
Secretario concejo Mpal

CONSTANCIA SECRETARIAL: El suscrito secretario del Honorable Concejo Municipal CERTIFICA: que el presente acuerdo fue debatido en tres (3) sesiones distintas - así: PRIMER DEBATE Mayo 27 de 1.991; SEGUNDO DEBATE Junio 4 de 1.991, TERCER DEBATE Junio 5 de 1.991.

REMISION. Hoy 11 JUN. 1991 remito a la Alcaldía Municipal el presente acuerdo para su sanción. -



GUILLERMO MUÑOZ ORTIZ
Secretario concejo Mpal

Buenaventura 11 JUN. 1991

Cifras de vehículos matriculados en Buenaventura valle



REPÚBLICA DE COLOMBIA
DEPARTAMENTO DEL VALLE DEL CAUCA
ALCALDÍA DISTRITAL DE BUENAVENTURA
NIT: 890.399.045-3
SECRETARÍA DE TRÁNSITO Y TRANSPORTE DISTRITAL
NIT: 800.114.846-6

Buenaventura, 15 de mayo de 2014

Señor:
LUIS FERNANDO HURTADO

Buenos días, con base a la solicitud requerida, se le hace entrega de información sobre vehículos matriculados en la ciudad de Buenaventura.

TIPO DE VEHICULO	CANTIDAD
Motocicletas	15.001
Particulares	676
Tracto-camiones	59
Volquetas	43
Micro buses	958
Taxis	2602
Camperos	309

Atentamente,


CRISTHIAN OSORIO VALLECILLA
Jefe departamento de informática



Carrera 10 N° 5 A - 12, Calle Victoria - Telefax (092) 240 17103 - 243 3354
www.buenaventura.gov.co

PROGRESO EN MARCHA
UNIR Y NECESARIO