

**ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE
MASIVO DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN ACERCA DE LA CULTURA METRO**

AYDA MILENA OSORIO ALARCA

NAZARETH ALEJANDRA GUARÍN CEBALLOS

ZAIDA MILENA DUQUE CANO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE EDUCACIÓN VIRTUAL Y DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

MEDELLIN

2015

**ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE
MASIVO DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN ACERCA DE LA CULTURA METRO**

AYDA MILENA OSORIO ALARCA

NAZARETH ALEJANDRA GUARÍN CEBALLOS

ZAIDA MILENA DUQUE CANO

Trabajo exigido como requisito para optar al título de Especialista en Gerencia de Proyectos

LILIANA PATRICIA RESTREPO MEDINA

Asesora

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

FACULTAD DE EDUCACIÓN VIRTUAL Y DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE PROYECTOS

MEDELLIN

2015

Nota de aprobación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

Bello (ant) 30 de junio de 2015

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION.....	8
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	9
1.1 Descripción del Problema.....	9
1.2 Formulación del Problema.....	12
2. OBJETIVOS.....	13
2.1 Objetivo general.....	13
2.2 Objetivos específicos.....	13
3. JUSTIFICACIÓN.....	14
4. MARCO TEÓRICO.....	16
4.1 Marco de referencias.....	16
4.3 Abordando epistemológicamente el objeto de estudio.....	20
4.3.1 La cultura en el contexto social.....	20
4.3.2 La cultura organizacional en los contextos ciudadanos.....	22
4.3.3 La cultura ciudadana en la construcción de tejido social.....	25
4.3.4 Cultura Metro.....	27
4.4 Marco conceptual.....	28
5. DISEÑO METODOLÓGICO.....	30
5.1 Enfoque:.....	30
5.2 Método.....	30
5.3 Tipo de investigación.....	30
5.4 Población y muestra:.....	31
5.5 Categorías de análisis.....	31
5.6 Sistema categorial.....	32
5.7 Técnicas de recolección de información.....	34
5.8 Fuentes de información.....	35
5.8.1 Fuentes Primarias:.....	35
5.8.2 Fuentes secundarias.....	35
5.8.3 Fuentes Terciarias.....	35
6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	36

TABLA DE ANEXOS

Anexo A: Consentimiento informado 72
Anexo B: Instrumento aplicado a los usuarios del Sistema de Transporte Masivo – Metro
..... 73

TABLA DE GRAFICOS

Gráfico 1. Estación	37
Gráfico 2. Género.....	38
Gráfico 3 - Estrato socioeconómico.....	38
.....	39
Gráfico 4. Edad	40
Gráfico 5. Nivel Educativo	41
Gráfico 6. Ocupación.....	42
Gráfico 6.1. ¿Cuál?	42
Gráfico 7. La cultura Metro ha influido para que los ciudadanos de Medellín regulen su comportamiento	43
Gráfico 8 – Viajar en el metro es un desplazamiento agradable.....	44
Gráfico 9 - Los usuarios del Metro respetan las normas que existen en sus diferentes estaciones.....	45
Gráfico 10 - Los ciudadanos de Medellín tienen como primera opción el transporte público al Metro	46
Gráfico 11 - Los mensajes que se emiten a través del altavoz del Metro permiten que los usuarios tengan mayor comprensión de las normas que deben seguir al hacer uso de este sistema.....	47
Gráfico 12. El metro cumple a cabalidad con el servicio que ofrece	48
Gráfico 13. El servicio del metro es ágil.....	49
Gráfico 14. El metro de Medellín cumple con la calidad del servicio ofrecido	50
Gráfico 15. El metro de Medellín garantiza el fácil acceso a las estaciones	51
Gráfico 16. Los usuarios del metro tienen fácil acceso a los vagones	52
Gráfico 17. Los usuarios del metro se sienten seguros cuando hacen uso de este sistema de transporte.....	54
Gráfico 18 El costo de un viaje en metro es más económico comparado con otros sistemas de transporte	55
.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 19. La cultura metro ha fomentado que se mejore la convivencia ciudadana en la ciudad de Medellín	56
Gráfico 20 Los comportamientos y normas aprendidas en el núcleo familiar favorecen las relaciones entre los usuarios del metro	58
.....	58

Gráfico 21. La interacción que resulta entre los usuarios del metro de Medellín trae consigo comentarios agradables acerca del servicio.....	59
Gráfico 22. El metro de Medellín al emitir diferentes mensajes por el altavoz garantiza que los usuarios adopten las normas que se deben seguir dentro de las estaciones ...	60
Gráfico 23. Dejar salir es ingresar más fácil, hablar en voz baja, son algunos de los valores que han sido fomentados por el metro, los cuales han trascendido en la conducta de las personas en otros espacios públicos.....	61
Gráfico 24. Las normas del metro son de fácil cumplimiento para los usuarios	62
Gráfico 25. Los usuarios del metro de Medellín tienen una buena atención y servicio por parte del personal que se encuentra en las taquillas y en las plataformas de las estaciones	63
Gráfico 26 Como consecuencia de la normatividad que se fomenta en el metro, el trato entre usuarios se hace con respeto.....	64

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación que se presenta a continuación pretendió abordar las percepciones que tienen los usuarios del Sistema de Transporte Masivo Metro de la ciudad de Medellín acerca de la Cultura Metro. Por tanto se anota que el metro de Medellín ha implementado un modelo de gestión social y educativo, el cual se ha traducido en la Cultura Metro, desde este escenario se ha propiciado el ejercicio de valores ciudadanos que se congregan en los espacios del Metro permitiendo a su vez que los usuarios tengan un mejor recorrido y sana convivencia. Desde el año de 1994 el Metro se propuso generar una nueva Cultura en los ciudadanos del Valle de Aburrá, con la intención que se consolidara relaciones con los vecinos de las estaciones y las líneas del Metro para generar sentido de pertenencia y actitud de cuidado y preservación del sistema de transporte.

La Cultura Metro es el reflejo de la política de Cultura Organizacional que a nivel gerencial se decidió poner en marcha, por ende este estudio analiza la calidad del servicio que se ofrece en el sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín a partir de la percepción dada por los usuarios y su relación con la cultura organizacional.

Además, se pretendió generar una autoevaluación de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional, para poder identificar los factores que inciden en que los usuarios se apropien de ésta cultura, permitiendo de esta manera generar una descripción de las ventajas y desventajas que tienen los usuarios del sistema de transporte masivo al hacer uso Metro.

Cabe mencionar que, como estrategia de aseguramiento a la calidad, las organizaciones buscan la implementación de procesos de evaluaciones que permitan realizar un diagnóstico a sus diferentes públicos acerca de la calidad de la prestación de servicios, de esta manera se puede evidenciar los diferentes aspectos que se deben mejorar en pro del buen servicio que se debe prestar a sus diferentes públicos. Desde esta perspectiva, este trabajo permitió realizar una autoevaluación acerca de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional, donde se pudo evidenciar las percepciones de los usuarios acerca de diferentes aspectos relacionados con la prestación de servicios y Política organizacional

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Descripción del Problema

Dentro las realidades actuales de las organizaciones buscan realizar evaluaciones constantes en cuanto a la prestación de sus servicios; y desde allí generar acciones que permitan un proceso de autoevaluación, así como la medición de estrategias y apropiación de los elementos significativos de la organización en función de su entorno inmediato, es en este sentido entonces donde los estudios de percepción recobran valor no solo significativo sino como un aprendizaje y lectura de los clientes (usuarios) al igual que de sus empleados.

Con este escenario de fondo es que esta propuesta de investigación busca realizar un estudio de percepción en cuanto a la cultura que se imparte en el sistema de transporte masivo de la Ciudad de Medellín, es por ello que desde este planteamiento la Cultura Metro se define como:

compendio del modelo de gestión social y educativo que el Metro ha construido, consolidado y entregado a la ciudad y que se considera digno de ser adoptado, en su totalidad o en sus partes, por otras ciudades e instituciones que tengan como propósito la construcción de una nueva cultura ciudadana que convoque a la convivencia en armonía, al buen comportamiento, a la solidaridad, al respeto de normas básicas de utilización de los elementos de beneficio público, al respeto propio y por el otro, entre otros aspectos. A partir de 1994 el proceso de Formación de Usuarios se constituye oficialmente con la misión de generar una nueva cultura en los habitantes del Valle de Aburrá, tomando el sistema Metro como un pretexto para que la comunidad se apropiara de normas de comportamiento y de convivencia ciudadana[En línea]: Tomado de: <http://goo.gl/HD0xEK>. Consultado: 15/09/2014
Hora: 2:15 p.m.

Bajo este panorama, es que se determina entonces que la convivencia ciudadana que el metro de Medellín ha traducido como la Cultura Metro, ha generado entre los usuarios opiniones divididas; algunos están a favor y se sienten orgullosos del Metro, de su limpieza, de su normatividad, entre otros aspectos, existen otros que por el contrario expresan burlas peyorativas como la "incultura metro", puesto que en los espacios de las diferentes estaciones se presentan algunas situaciones que contradice para algunos lo que el Metro quiere transmitir como Cultura Metro.

Según la revista virtual Universo Centro (2010), describe algunas de las situaciones que algunos usuarios del Metro han tenido que vivir al utilizar sus servicios:

Cómo se ve que la Cultura Metro está bien cimentada porque ¿Quién tendría mejores cimientos que nuestro metro? He aquí algunas muestras gratuitas que lo confirman: Un cajero de banco había salido agotado de doblar el lomo todo el día, se tomó un par de cervezas en una tienda y, mientras iba a cruzar el torniquete de la entrada, un policía bachiller le advirtió: " ¡El señor no puede entrar en ese estado!". "¿Cuál estado, home?", dijo él, en sano juicio. "En estado de ebriedad", respondió el muchacho, picado de acné y estrenando bolillo. El asalariado dio vuelta atrás, con apenas quinientos pesos en el bolsillo. Se acercó a una buseta de Itagüí y cuando le contó al chofer su infortunio, esta alcahueta lo llevó gratis. Inculto de Cultura Metro, este conductor que ni sueñe que algún día manejará el limpiísimo tren metropolitano" (Mora Meléndez Fernando. Marzo 2010). [En línea]: Tomado de <http://goo.gl/ipBhqr> Consultado: 15/09/2014. Hora: 3 p.m.

En indagaciones previas con el ciudadano de a pie, defienden y apoyan que la organización del Metro fomente el cuidado de las instalaciones, que procure por la cordialidad de los que viajan en cada uno de los vagones, a través de premisa como: dar el puesto a quien más lo necesite, dejar salir es ingresar más rápido, hablar en voz baja, entre otras, además el usuario regular del metro en la mayoría de ocasiones lo utiliza debido a su bajo costo y la posibilidad de hacer todo su recorrido hacia su hogar, sin tener que pagar por dos rutas diferentes, lo que se conoce como el SITM (sistema integrado de transporte masivo).

Sin embargo, cabe resaltar que existe una línea muy delgada entre la imposición y la convicción, es decir, todo lo que recoge al significado de la Cultura Metro, traducido a

normativas son impuestas, o por convicción de los usuarios son acogidas, o detrás de la cultura metro está implícito el control que las instituciones quieren implementar en el ciudadano para dominar sus compartimientos frente un sistema de transporte masivo, la cual procura por mantener el orden y evitar el caos en sus diferentes estaciones.

La cultura organizacional establece de algún modo las acciones que una empresa pretende que se sigan y/o se realicen, es decir, proyectar a su alrededor tanto a usuarios como a otras empresas lo que quiere que se implemente cuando se hace parte de la misma, ya sea como clientes y/o usuarios internos o externos. Es así que la cultura del Sistema de Transporte Metro de la ciudad de Medellín tiene unas políticas, valores y principios que pretenden que todas las personas que hacen uso del mismo actúen de una forma similar con el fin de mantener en cierta medida una conducta de respeto por el otro y por sí mismo al interior de las estaciones del Metro e incluso dentro de los trenes que brindan el servicio de transporte.

Por tanto, se anota que esta cultura Metro ha sido adoptada aparentemente fácil por los usuarios del Sistema de Transporte, sin embargo, cabe mencionar que ha sido un proceso que de manera continua es acompañado por autoridades que vigilan el “normal” desarrollo de la jornada diaria de atención a los usuarios, donde no son visibles la vigilancia común que se ve en cualquier otra empresa, sino la fuerza pública que en ocasiones puede llegar hacer coercitiva e impartir de esta manera respeto por las normas que están establecidas.

No obstante, se puede mencionar además que los principios que tiene la cultura metro son permanentemente recalcados por medio de audios y altavoces que todos los usuarios del Metro escuchan a diario, lo cual sin lugar a duda genera eco en la mente de las personas y puede llegar a interiorizarse del tal modo que se siguen incluso de manera inconscientes, logrando así lo que busca la cultura de este Sistema de Transporte.

Es así, que no se puede desconocer que la cultura metro ha tenido una incidencia trascendental en el comportamiento de las personas que hacen uso del Sistema de Transporte Masivo Metro, lo cual se ha logrado tal vez por las estrategias y/o sistemas de comunicación implementados, hasta tal punto de convertirse en un marco de referencia para otras empresas e incluso para otros países. Sin embargo, aunque esta cultura ha sido y es reconocida, es importante identificar la percepción que tienen los usuarios en la cual

las diferencias radican en tener la posibilidad de opinar acerca de lo que para ellos es pertinente o no, en un sistema masivo de transporte, porque puede darse que la cultura metro se siga más por las restricciones que se tiene en el Metro, que por iniciativa propia del usuario.

1.2Formulación del Problema

- ¿Será que al realizar un estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín se puede generar una autoevaluación de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional?

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo general

- Realizar un estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín, permitiendo la generación de una autoevaluación de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional.

2.2 Objetivos específicos

- Identificar los factores que inciden en la apropiación de la cultura metro en los usuarios que utilizan el sistema.
- Describir ventajas y desventajas que tienen los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín.
- Analizar la calidad del servicio que se ofrece en el sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín a partir de la percepción dada por los usuarios y su relación con la cultura organizacional

3. JUSTIFICACIÓN

La aparición oportuna del Metro de Medellín ha sido de gran ayuda para lograr ubicar a esta ciudad como una de las mejores ciudades del mundo en cultura ciudadana, hecho que de una u otra manera ha sido aprobado y de la misma forma desarrollada por las diferentes administraciones de la ciudad desde la construcción del Metro de Medellín, dando paso a diferentes panoramas en el desarrollo del transporte.

Dicha cultura ha tenido una importancia tan alta que universidades como la UPB (Universidad Pontificia Bolivariana) de tan alto prestigio dictó el 28 de noviembre de 2011 un seminario llamado “La cultura como modo de relación, un espacio para construir cultura ciudadana” (Metro Medellín, 2011) [En línea]: Tomado de <http://goo.gl/nVeyjH>. Consultado: 16/09/2014. Hora: 9 a.m. Dentro de este proceso se determina que el objetivo es formar más que una cultura Metro, una cultura Ciudadana y hacer que a la ciudad de Medellín se caracterice por valores como: el respeto, la tolerancia, la amabilidad, la solidaridad, entre otros; es a esto a lo que la institución del metro le apuesta y así lo deja claro en su misión “Somos una empresa pública dedicada al transporte de pasajeros y negocios conexos, con un talento humano competente y comprometido, que presta un excelente servicio y genera Cultura Metro, para contribuir a la calidad de vida de la comunidad” (Metro de Medellín, Filosofía empresarial, misión. [En línea]: Tomado de <http://goo.gl/pj41VA>. Consultado: 16/09/2014. Hora: 11 a.m.

En este sentido, entonces es que hablar en voz baja dentro de los vagones, escuchar música a bajo volumen mientras se viaja en metro, no consumir alimentos dentro de los vagones ni las estaciones, no ingresar en estado de embriaguez a las estaciones, no sobrepasar la línea amarilla, dejar salir para poder ingresar, ceder el puesto a personas discapacitadas y a mujeres en embarazo son algunos de los comportamientos que la cultura metro promueve y que de una u otra manera se ve reflejado en el ejemplo de Ciudad y el modelo a seguir en cultura ciudadana de las demás ciudades del país, entre ellas la capital.

Teniendo en cuenta las polémicas generadas por los diferentes comportamientos inherentes de los usuarios y a la misma vez corregidos por la cultura metro, se vio la necesidad de investigar hasta qué punto esta cultura es una imposición o una convicción, hasta qué punto los usuarios de este medio de transporte se sienten obligados y a la misma vez satisfechos con el cumplimiento de esta, que tanto aporta esta cultura en los demás

ámbitos de sus vidas personales y hasta qué punto la cultura metro ha ayudado a la sensibilización de los habitantes de Medellín en su cultura cuidada.

Partiendo de la base de que la cultura metro es algo que se ha y se seguirá de alguna manera promocionando, hasta qué punto es cultura que una persona que sienta hambre en el trayecto de su viaje no puede consumir un snack o por ejemplo, porque una persona que cuenta con el talento de la música y el canto no puede hacerlo si lo que busca es entretener a los demás usuarios como es el caso del violinista que es retirado por auxiliares de la policía del metro afirmando que el joven estaba haciendo esto con fines lucrativos.

De esta manera esta investigación posibilitará dar una mirada desde diferentes aristas, permitiendo generar reflexiones acerca de la aplicación de la cultura en el Metro; gestando que los directivos de esta institución reconozcan la voz y percepciones de los usuarios, posibilitando que un ruido social pueda obtener una solidez a través de un trabajo argumentado mediante el rigor de la investigación. En fin, se determina que el proyecto de investigación está enfocado en una de las sublíneas “Cultura organizacional”, que propone la Facultad de Educación Abierta y a Distancia, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios; llevando a cabo este proceso investigativo la institución podrá tener en su banco de conocimiento más categorías y subdivisiones acerca del comportamiento de la cultura organizacional, en este caso como la cultura organizacional se contextualice y se adapta para un sistema de transporte - Metro.

Mediante el trabajo investigativo que se llevará a cabo, se pretende abordar los conceptos de Cultura, Cultura Ciudadana, Cultura Organizacional y Cultura Metro, permitiendo identificar cuáles son las percepciones que se tienen en relación con la aplicación de estos entre: los usuarios y el Metro, los directivos. Ahora bien, desde el punto de vista del equipo de trabajo que se conformó para el desarrollo de esta investigación, resulta de alta importancia la ejecución de la misma, por el mismo proceso de aprendizaje que este exige, la ampliación de conocimientos frente a la Cultura organizacional, y poder aportar a la universidad y a la comunidad del área administrativa nuevos conceptos y aplicaciones frente al tema de Cultura Organizacional.

4. MARCO TEÓRICO

4.1 Marco de referencias

La investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la Cultura Metro”, al estar enfocada en la sublínea de investigación Cultura organizacional de la Facultad de Educación Abierta y a Distancia, de la Corporación Universitaria Minuto de Dios, permitirá ampliar las diferentes aplicaciones que se dan a este tema en una organización de tipo público prestadora de servicios de transporte masivo, ya que la investigación permitirá acceder a las opiniones de los usuarios acerca de cómo la cultura organizacional del Metro regula su comportamiento al interior de las instalaciones del Sistema de transporte.

Desde los diferentes módulos que se desarrollan en la Especialización de Gerencia de proyectos, resaltan que el recurso indispensable en cualquier proyecto para su buena ejecución es el capital humano que se cuenta para el desarrollo del mismo, y en especial el clima que se genere entre las relaciones laborales de los colaboradores en relación al líder del proyecto o empresa, permitiendo de esta manera generar un sentido de pertenencia hacia las labores que se desarrollan dentro de la institución.

Es así que al tener unos principios claros sobre la identidad de la cultura organizacional dentro de una empresa, posibilitará mejorar la competitividad de los colaboradores y del mercado al que pertenece la organización, lo cual permitirá el logro de los objetivos empresariales. Por tanto, se resalta que la cultura organizacional es un elemento estratégico que permite que cada uno de los integrantes de una organización cree rasgos y adopte conductas para poder establecer el perfil ya sea de comportamiento, lenguaje, entre otros, que la empresa necesite crear, posibilitando que la cultura organizacional toma gran relevancia, ya que no sólo se incide en los comportamientos de los colaboradores, sino también en el de los usuarios, quienes finalmente son los que pueden replicar estas conductas en otros espacios públicos.

En este sentido, la investigación permitirá ampliar los conceptos del objeto de estudio en los módulos que se desarrollan dentro de la Especialización en Gerencia de Proyectos, dado que se podrá realizar un análisis en relación cómo la Cultura organizacional incita a

sus diferentes públicos a contribuir al cumplimiento de los objetivos que la organización desea alcanzar; en el caso de la Cultura Metro, a través de la transmisión de diferentes mensajes que inciden en el comportamiento de los usuarios se posibilita mantener el control y la efectividad del servicio que se presta, además, que permite trascender estos comportamientos a otros espacios, ya sean sociales o familiares, de esta manera se pueda incidir en la cultura ciudadana de Medellín.

Por lo anterior se puede identificar que la cultura metro como un elemento base de la cultura organizacional, pues esta busca el logro de un objetivo por medio de la implementación de los valores que propone la cultura metro y de esta forma crear una buena imagen viéndose reflejada a través de la cultura ciudadana. De esta manera, dentro de la concepción de cultura, es claro que ésta se aprende por medio de la práctica, estilos de vida, normas, creencias, entre otros, es por eso que dentro del estudio de cultura, más propiamente la cultura organizacional y percepción están involucradas las partes, es decir, la empresa y el usuario, pues es la empresa quien suministra la información por medio de diferentes fuentes para que esta sea asimilada y aplicada por parte de los usuarios buscando moldear y estandarizar comportamientos que den como resultado sentido de pertenencia, incrementando la estabilidad del sistema organizacional.

En este punto entonces se anota que, el “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la Cultura Metro”, permitirá realizar una autoevaluación de la efectividad de una cultura organizacional como la del Metro, posibilitando así identificar los valores corporativos que contribuyen en la garantía del buen desarrollo de la prestación de servicios de transporte masivo en relación con los comportamientos de los usuarios.

4.2 Marco de antecedentes

La cultura organizacional y la cultura ciudadana, son hoy en día un tema de gran relevancia dado las interacciones sociales que se viven a diario entre las personas en diferentes espacios públicos; uno de estos espacios donde interactúan cotidianamente las personas, son los Sistemas Integrados de Transporte Masivo, dado que allí se aglomeran los ciudadanos para realizar sus desplazamientos diarios dentro de la zona urbana, por los beneficios percibidos al hacer uso de estos sistemas de transporte.

Algunos de los beneficios que se reflejan en los Sistemas de Transporte Masivos, es la flexibilidad de horarios, lo que favorece a los usuarios al tener la disponibilidad del servicio para sus continuos desplazamientos, además, haciendo uso de este servicio pueden tener acceso a zonas donde no llegan los otros sistemas de transporte de la ciudad o llegan pero con mayor costo en los desplazamientos. De igual forma, los Sistemas de Transporte Masivo garantizan a los usuarios un desplazamiento más rápido y seguro, diferente a otros medios de transporte de las ciudades, sin embargo, al hacer uso de estos servicios de transporte, los usuarios deben ceñirse a una serie de reglas y/o normas que están establecidas por las empresas que prestan el servicio, y además se deben respetar unos valores que contribuyen a que sea más ameno el desplazamiento que se realiza cotidianamente. Estas reglas y/o normas son definidas con el propósito de mantener el orden al interior de los Sistemas de Transporte Masivo, porque son espacios donde confluyen grandes cantidades de personas.

Ahora bien, algunas investigaciones en diferentes ciudades de Colombia han abordado el tema de cultura organizacional y la cultura ciudadana en los diferentes Sistemas Integrados de Transporte Masivo, en el caso de la ciudad de Santiago de Cali, donde se encuentra el SITM-MIO, a través de un estudio realizado por Rocha, (2012), analiza la forma en la que se ha influenciado la cultura ciudadana, y se enfoca principalmente en la percepción de orden comportamental de las personas al hacer uso de este sistema de transporte y cómo éste ha contribuido en la concepción de la ciudadanía y el tejido social. En esta misma línea, se observa que dentro de los hallazgos se evidencian que si hay una relación entre lo que establece en el SITM-MIO como cultura y lo que las personas van acogiendo en su cotidianidad en diferentes espacios reflejándose a su vez como Cultura Ciudadana.

Por otra parte, en el caso puntual del Metro de la Ciudad de Medellín, Espinal (2013) analiza desde esta investigación los comportamientos estéticos de las personas cuando están al interior y exterior de alguna de las estaciones, planteando desde este los esquemas de control que se tienen cuando ingresan al Sistema de Transporte entran a una zona la cual es controlada por la institución prestadora de estos servicios, lo que deja ver cómo resulta que el individuo se apropia e inserta en los espacios de acuerdo a lo institucionalmente establecido. No obstante, otro aspecto importante que analiza una investigación realizada en la Ciudad de Cartagena (Saboya, 2009) y que es importante tener en cuenta, es que en la medida en que se adecua la infraestructura para los Sistemas de Transporte Masivo, se

ve afectado el espacio público de la ciudades; de esta manera, pese a que se facilita la movilidad de las personas, se afecta la zona urbanística para el desarrollo de diferentes actividades sociales.

De acuerdo a lo anterior, es satisfactorio para algunos usuarios de los sistemas de transporte masivo la cultura organizacional establecida en estos sistemas, porque consideran que es un aporte que realizan al comportamiento ciudadano, debido a que se va acogiendo conductas que contribuyen a la vida en sociedad, sin embargo, según (Espinal, 2013) la cultura metro puede ser entendida “como las Normas del Usuario que buscan regular el comportamiento de las personas que usan el Metro, para que éste pueda cumplir su función desmovilización”, lo que significa que se hace sólo por el cumplimiento de la función institucional.

Por otro lado, según (Saboya, 2009) “se puede establecer la necesidad de plantear procesos de gestión urbana que articulen las respuestas físicas del territorio, con las redes sociales que conforman la población de las ciudades” y de esta forma, permitir la participación social y comunitaria en los procesos de intervención del territorio, es decir, de la socialización de los proyectos de construcción de infraestructura necesaria para los Sistemas Integrados de Transporte Masivo, para así establecer nuevas formas de apropiación de los espacios públicos.

De acuerdo a lo mencionado, se puede decir que no se encontraron estudios acerca de la percepción de los usuarios de la cultura metro, pues los que existen están enfocados en la forma en que incide esta cultura, en la cultura ciudadana y no en cómo es percibida por los usuarios que cotidianamente la ponen en práctica al hacer uso de este Sistema de Transporte Masivo de la Ciudad de Medellín.

No obstante, se tuvieron en cuenta las investigaciones realizadas previamente en los Sistemas de Transporte Masivos de algunas ciudades de Colombia, como punto de partida para entrar analizar la percepción de los usuarios del Metro de la Ciudad de Medellín acerca de esta cultura, denominada “Cultura Metro”, la cual está mediada por los llamados reiterativos al orden, la tolerancia, la solidaridad y demás valores y reglas que se observan a diario en este Sistema de Transporte Masivo.

4.3 Abordando epistemológicamente el objeto de estudio

4.3.1 La cultura en el contexto social

Para dar inicio al proceso investigativo que propone este trabajo, se debe iniciar entendiendo y comprendiendo el significado y la aplicación de la cultura organizacional, no obstante es importante aclarar en un primer instante la palabra cultura. En este sentido, es que para (Tomás R, 2000) la aplicación de la cultura ha tenido diversidad de confusiones al interior de las comunidades, puesto que esta palabra la ligan directamente a las bellas artes, catalogando las personas como “cultas” por su alto grado de conocimiento en las artes, además también es utilizado para referenciar un estilo de vida específico de una comunidad, ejemplo: la cultura maya; para Austin la cultura tiene distintos conceptos de acuerdo a unos contextos determinados:

- **El concepto de la Estética:** en este sentido la noción de cultura se refiere al cultivo del espíritu, en donde las personas que más conocimiento tienen en las Bellas Artes, tendrán más acercamiento con las altas manifestaciones del espíritu humano, por lo cual se infiere que debe ser un individuo diferente a la gente común, denominándolo como alguien culto.
- **El concepto sociológico:** este se refiere a la suma de conocimientos en todas las áreas de una comunidad, este concepto es el que se utiliza en el marco de los gobiernos para la planeación estratégica de una nación, a través de Planes para desarrollar la cultura de la nación.
- **El concepto antropológico:** Desde esta perspectiva la cultura se mira como el estilo de vida que tiene un grupo de personas, en cuanto a las tradiciones, costumbres, normas, valores, organización social, entre otras, prevaleciendo su análisis entre el presente y el pasado que lo originó, puesto que para la antropología tiene relevancia los mitos, leyendas y costumbres que hicieron regir una civilización, posibilitando crear un área de estudio entre el estilo de vida de una población y el de grupos poblaciones.

Ahora bien, con base en la variación del significado de cultura se presenta debido a que este es aplicado y sustentado desde el contexto de una población que comparte una misma geografía, un clima, su historia y el conjunto de procesos productivos, la cual origina la

existencia de una cultura. En este sentido, es que el convivir con ciertas características propias del entorno, posibilita que se generen unos rasgos característicos de una región, en el caso de Antioquia por su diversidad geográfica se presentan diferentes tipos de cultura y de interpretaciones de ello. Según Austin, ese mismo contexto se permite que se entregue a cada individuo un aporte connotativo al significado común de las cosas en la vida cotidiana, estableciendo lo que se valora y con ello las normas de convivencia, es decir, lo que se debe y no debe hacer, de manera que cada lugar tiene una identidad cultural que no es similar a ninguna otra, aunque pueda haber similitud entre ellas (Tomás R, 2000)

Para (Arias, 2002), la cultura debe ser mirada como una construcción sólo del ser humano, y lo que lo hace diferente se los otros seres, y que además es el resultado de acciones sociales que se han transmitido de generación en generación, esto hace posible que tenga sentido la vida de un grupo social, permitiendo que su rutina gire en torno a los elementos culturales, los cuales son capaces de cohesionar, unir, identificar, modificar la acción social, generando a su vez la regulación de los comportamientos sociales de un grupo determinado.

Según la mirada de (Arias, 2002), se podría definir que dependiendo de los elementos culturales que un grupo social determine como propios, es que resulta el ejercicio cultural y la regulación de los comportamientos en determinados espacios que cada individuo frecuente, y que por más que se quiera escapar dicha regulación, por el sólo hecho de estar inmersos en un grupo social, siempre deberá seguir la rutina de los elementos sociales, puesto que de generación en generación ha sido transmitido y adaptado a su rutina social.

La concepción de cultura para (Luna, 2013), tiene un problema que radica desde su misma definición y uso, puesto que a no tener un uso preciso se hace complejo tener una mirada específica acerca de su uso y definición, además precisa que dentro de los teóricos antropólogos no hay un acuerdo acerca de una definición exacta sobre cultura, ya que los académicos estudiosos del tema aplican una variedad de categorías de cultura, pero en el contexto social la cultura tiene otros significados, por lo que el autor sugiere que el concepto cultura se debe tomar desde el punto de vista académico pero contextualizado a su realidad social que está en constante evolución pretendiendo buscar

De otra manera para Tylor citado por (Mascareño, 2007) determina a la cultura como: "Cultura o civilización, tomadas en su sentido etnográfico amplio, es ese todo complejo que

incluye conocimiento, creencia, arte, moral, ley, costumbre, y cualquier otra capacidad y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”.

Con este concepto de cultura, se puede concluir que desde diferentes áreas del saber la cultura es concebida con múltiples significados y aplicaciones, por lo que será necesario insistir en que no se podrá definir con exactitud el término, más bien se deberá entenderla a través de las ciencias sociales con sus diferentes disciplinas que ofrecen diferentes concepciones acerca de este tema.

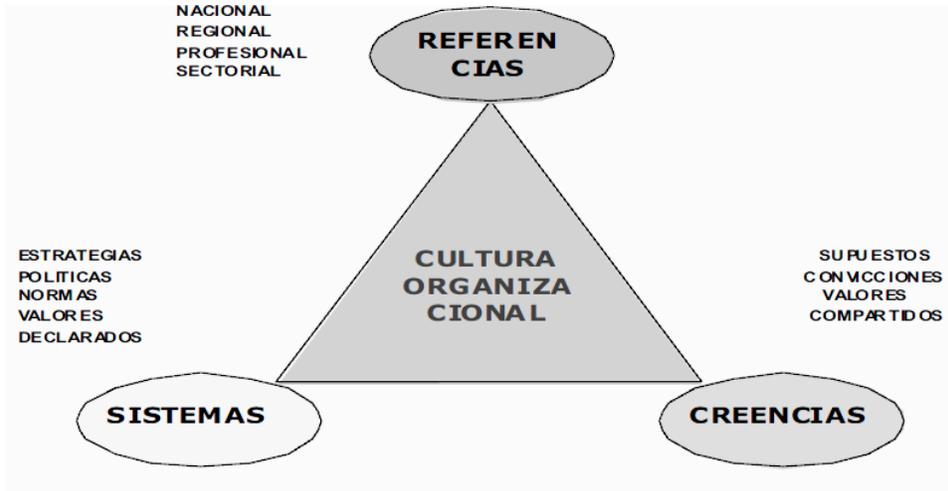
Es entonces que se puede inferir que la cultura es un conjunto de significados que se comparten de generación en generación, a través de lo que los individuos de una misma población entienden del aprendizaje de su contexto, el cual está tanto en el imaginario cómo en el ambiente de los sujetos. Del mismo proceso de significación del concepto de cultura, es que resulta diferentes opiniones acerca de la denominada Cultura Metro, frente a los usuarios y a los directivos, en ocasiones, dependiendo del sujeto se presenta la controversia, si el imaginario que tiene el sujeto frente a la cultura es similar a la que aplica el sistema Metro, puede estar de acuerdo con esta, pero si por el contrario su imaginario no corresponde al contexto que emplea el Metro, es donde se genera la posibilidad de entrar en conflicto entre los usuarios y la administración del Metro.

4.3.2 La cultura organizacional en los contextos ciudadanos

Según (Garay, 2009), a las organizaciones se pueden describir como pequeñas sociedades, con características de orden cultural, las cuales tienen la capacidad de crear valores y significados, además define que la cultura en este contexto podría ser una herramienta administrativa que mejore el desempeño y el logro de objetivos. Además (Barney, 1986), resalta que si este recurso administrativo denominado cultura organizacional agrega valor, y si es diferente a las otras culturas de las organizaciones, no será fácilmente imitada, lo que genera poseer un activo estratégico que puede conducir al éxito de la organización. Como se había mencionado anteriormente, el estudio de la cultura tiene diferentes enfoques, los cuales evidencian como el ser humano ha determinado diferentes conceptos de acuerdo a su contexto, para la administración según (Garay, 2009), estudia la cultura organizacional, con el propósito de generar nuevos modelos de organización, diseñar técnicas que permitan mejorar la productividad de la empresa, más no con el sentido de entender o describir la realidad de la cultura.

Para (Garay, 2009), el siguiente diagrama define el origen de las pautas culturales:

Gráfica 1: Origen de las Pautas Culturales



Fuente: (Garay, 2009), página 5

Según el diagrama, en las referencias, interactúa los campos, nacionales, regional, profesional y sectorial, lo que quiere decir que en este aspecto incide la formación cultural de los integrantes de una organización, además del contacto que se tengan con otras organizaciones de otra ubicación y el contexto en la que esta se relaciona u opera, a continuación se describen cada uno de los factores:

- **Nacionales:** esta referencia incluye las creencias sobre la dinámica del empleo, las aceptaciones sobre el deber ser del uso de la autoridad, y otras relaciones de uso colectivo sobre la aplicación de la ley en el contexto organizacional
- **Regionales:** en este aspecto se relaciona la contextualización de las pautas culturales nacionales, aplicadas a un entorno más específico.
- **Profesionales:** se refiere a conceptos generalizados y apropiados por estudiosos de una misma área
- **Institucionales:** son los valores de una organización sin ánimo de lucro, tales como: políticas, religiosas, asociaciones profesionales y sindicatos.
- **Sectoriales:** son conductas que se determinan como apropiadas para las prácticas de algunos sectores productivos, como la minería, agropecuarias, entre otros.

De otra manera para (Ruiz, 2012) la cultura organizacional es una guía para los empleados, acerca de los comportamientos que se deben seguir al estar dentro de una organización, también afirma que:

Se tiene evidencia de que en varias organizaciones la cultura es tan fuerte que se puede ver cómo la conducta de la gente cambia en el momento en que traspasa las puertas de la empresa, transformando la manera como se desenvuelven, dependiendo del contexto en el que se encuentre o la influencia que reciba del medio.

La mayor parte de la población de una ciudad como Medellín, son empleados y hacen parte de una organización, convirtiéndose ésta en un segundo hogar, ya que la mayoría de tiempo disponible se utiliza en el desarrollo de actividades laborales, lo que hace imposible no verse permeado por la cultura que esta organización pretende promover en sus diferentes públicos, lo que hace a su vez que las personas lo asuman cuando se encuentran en su lugar de trabajo, más no es una obligación que lo asuma al salir de ella. Por tanto, Mirón et ál (2004), citado por (Ruiz, 2012), la cultura organizacional se define como: “Conjunto de creencias y valores compartidos por los miembros de una misma organización el cual influye en sus comportamientos” .

Al interior de toda organización se establecen metas que durante un tiempo determinado se deben alcanzar, y al promover al interior de toda organización valores que lleven a homogenizar la conducta de los empleados se podrá garantizar a los líderes de la organización eficiencia, eficacia y alta competitividad en la proyección del mercado de la organización.

Así mismo, (Ruiz, 2012) cita a (2011) Cameron y Quinn (1999), los cuales proponen cuatro tipos de cultura, la Cultura de Clan que promueve el trabajo en equipo y el compromiso de los empleados con la organización, la cultura adhocrática la cual valora más la flexibilidad que la estabilidad, en donde la iniciativa, la creatividad y la asunción de riesgos son valores importantes para este tipo de cultura, la cultura de mercado promueve más la estabilidad y el control para la consecución de grandes objetivos y la Cultura jerárquica donde promueven la eficiencia, el cumplimiento de las normas, la formalización de los procesos.

De otra manera (Ruiz, 2012) cita también a Denison et ál., (1995, 2003), el cual plantea una metodología para el estudio de la cultura organizacional, a través de unos rasgos y características dominantes las cuales parten también a través de la metodología de (2011) Cameron yQuinn (1999), donde involucramiento= clan; adaptabilidad = adhocrática; consistencia= jerárquica y misión = de mercado.

De acuerdo al modelo de cultura organizacional que cada organización desee implementar al interior y exterior, se podrá ver reflejada en los valores que se proyectan, además va directamente relacionada con los comportamientos y conductas de sus empleados, usuarios o colaboradores. En este orden de ideas, se pretende comprender como la Cultura Metro estableció sus parámetros de Cultura organizacional para promover a sus usuarios una nueva cultura, teniendo como objetivo central trascender la cultura metro, hacia los comportamientos ciudadanos de los habitantes del Valle de Aburrá, referenciando el sistema METRO, para establecer normas de comportamiento que se traduzcan en convivencia ciudadana, líneas estratégicas que se han caracterizado en los planes de desarrollo local, regional y nacional, los cuales están acorde con las referencias que anteriormente se relacionan.

4.3.3 La cultura ciudadana en la construcción de tejido social

Para entender específicamente el concepto de cultura ciudadana se debe comprender el origen de la ciudadanía, para Zapata-Barrero (2001), citado por (Ever José López Cantero, 2012), este concepto hace referencia a los habitantes de zonas urbanas que representan una organización en especial, la cual tiene orígenes milenarios: La clásica griega (participación en asuntos políticos), la romana cristiana (reivindicación frente a la autoridad) y la hebrea (lealtad y auto sacrificio para el bien comunitario).

Es así que la ciudadanía la comprenden los habitantes que comparten unas similitudes en cuanto a su organización social y/o política. De otra manera, que para (Ever José López Cantero, 2012) la cultura ciudadana es un modelo de regulación social y jurídica que permite mantener el orden entre los ciudadanos. Así mismo para Mockus (1994), citado por (Ever José López Cantero, 2012) la cultura ciudadana es comprendida como:

Conjunto de normas jurídicas acompañadas de mecanismos específicos y garantías de naturaleza procedimental que garanticen el cumplimiento de las mismas; la

moral, constituida por los juicios o argumentos que la persona formula ante sí o ante otros, en uso de su autonomía moral (ante su conciencia); y la cultural, la cual involucra los comportamientos deseables o aceptables con independencia frente a lo que dice la ley o el juicio moral individual o general, más bien se basa en el contexto cultural.

Para Mockus uno de los principales fundadores de esta cultura en Colombia, tras su administración como alcalde de la ciudad de Bogotá (1995-1998) y posteriormente en (2001-2003), a través de la cual promovió cambios en algunas actividades generadoras de desorden o caos, como la ley zanahoria, la prohibición de uso de artefactos pirotécnicos, lo cual generó campañas de sencibilización a través de puestas en escena de mimos que instruían y enseñaban la cultura ciudadana.

En este mismo sentido, la cultura ciudadana, para (Ever José López Cantero, 2012), ésta se puede fortalecer si no sólo es percibida sino que se conviertan en acciones claras de parte del gobierno, las cuales permitan establecer planes, programas y proyectos pedagógicos que acojan como público directo al núcleo familiar y a los escenarios educativos, puesto que estas son las directas responsables en primer medida de la transmisión de valores y pautas culturales y así fortalecer el tejido social de la ciudadanía.

Es importante resaltar que para tener un buen ejercicio de cultura ciudadana, es de vital importancia la participación de los ciudadanos, puesto a través de la interacción que resulta entre gobierno-comunidad, se pueden originar normas y acuerdos que posibilitan definir y darle solución a las dificultades de convivencia que se estén presentando.

(Ever José López Cantero, 2012) sugiere la necesidad de establecer mecanismos y programas formativos para que los niños y jóvenes interioricen las reglas morales culturalmente aceptadas por su sociedad, lo cual se adquiere a través de la interacción con el núcleo familiar, ya que ésta es el primer vínculo y posterior a esto está la formación que se adquiere en las instituciones educativas. Todos los conceptos que comportamiento ciudadano se va interiorizando con el tiempo a través de la interacción social que cada persona va desarrollando en cada etapa de su desarrollo emocional y social.

Es así que la cultura ciudadana juega un papel fundamental en la educación de la comunidad, es por esta razón que los proponentes políticos la incluyen en sus planes de gobierno; dicha cultura lo que busca es que una comunidad, ciudad o país tengan

comportamientos estandarizados y a su vez genere sentido de pertenencia frente a temas, lugares, situaciones o contextos en común, un caso explícito de esto se encuentra en la ciudad de Medellín, donde el sistema de transporte metro hace que la comunidad sea doliente de este y lo trate con cariño para que así se conserve y pueda seguir prestando un mejor servicio; otro caso ejemplar son las diferentes campañas que se promueven para el cuidado de los recursos, tanto naturales como materiales, el agua, los animales, el dinero, entre otros.

Entonces, es claro que la cultura ciudadana hace referencia a un lenguaje de educación estandarizado que es hablada por una comunidad determinada buscando una armoniosa convivencia; el respeto por lo demás hace referencia a una buena práctica de la cultura ciudadana, pues siempre se encuentra en función de mejorar la imagen y la calidad de vida.

4.3.4 Cultura Metro

Según el Metro de Medellín la Cultura Metro es entendida como:

Un modelo de gestión social y educativo, que busca que los ciudadanos lo adopten en todos los escenarios de participación ciudadana, además que sea un ejemplo para que otras instituciones lo incorporen dentro de sus componente organizacional, permitiendo así que el Metro se convierta en un pretexto para que la comunidad se apropie a normas de comportamiento, traducido a Convivencia Ciudadana

Paralelamente, se gestó el proceso de Relación con la Comunidad con el propósito de consolidar unas relaciones positivas con los vecinos de las estaciones y generar así un sentido de pertenencia y una actitud de cuidado y preservación del sistema Metro como una respuesta natural a los beneficios que obtiene la comunidad de los atributos del servicio Metro, de las obras de adecuación y urbanismo y de la contribución al mejoramiento de la calidad de vida de la población.

La formación de usuarios es una labor basada en creer en el buen espíritu de la gente, en su capacidad para asumir normas y responsabilidades y de participar activamente en la prestación de un servicio que es exitoso en la

medida en la que es el usuario quien participa activamente de la realización del mismo. . [En línea]: Tomado de <https://www.metrodemedellin.gov.co>. Consultado: 30/09/2014. Hora: 12 m.d.

El resultado de todo un ejercicio administrativo por parte de las directivas del metro, se consolida en fomentar una cultura ciudadana, la cual a su vez se convierte en un estilo de cultura organizacional, la cual promueve ciertos comportamientos en los usuarios al interior de sus estaciones, quienes a su vez no tienen otra alternativa que asumirlo, puesto que es un requisito básico implantado por la administración del metro para poder utilizar sus servicios. En este sentido es que ser participante activo de la cultura metro tiene muchos beneficios, entre ellos la posibilidad de desarrollo económico en los pequeños establecimientos ubicados en las diferentes estaciones, mejoramiento del urbanismo, concursos, navidad comunitaria, entre otros, es por esta razón que la cultura metro de forma intencional ha sido un pretexto para influir indirectamente en el comportamiento de los habitantes de la Ciudad de Medellín, permitiendo así que los usuarios sientan que la Cultura Metro está presente más allá de las instalaciones de este sistema de transporte.

Es así que esta investigación posibilitó definir que percepciones tienen los usuarios frente a la cultura metro, y que sinergia tiene con respecto al concepto que manejan los directivos de esta misma, posibilitando realizar una autoevaluación frente al servicio que presta el metro en Medellín y el Valle de Aburrá.

4.4 Marco conceptual

- **Percepción:** Para este trabajo la percepción se concibe como el significado o la lectura que le dan los usuarios a la cultura metro y si están o no de acuerdo con que esta sea llamada cultura.
- **Usuarios:** Son las personas que permanentemente hacen uso del sistema de transporte masivo en sus diferentes líneas: línea A, línea B, línea C, línea J, línea K, línea L, línea 1 y línea 2.
- **Sistema de transporte masivo:** Hace relación a sistemas de transporte con capacidad de trasladar una cantidad muy alta de personas de un lugar a otro, estos sistemas de transporte son muy utilizados en las diferentes ciudades del mundo y

nacen bajo la necesidad de dar solución a los problemas de movilidad dentro de estas. De manera puntual el de la Ciudad de Medellín.

- **Cultura:** Es lo que caracteriza el modo de vida en diferentes ámbitos de un ser humano, ya sean personales, familiares, laborales o sociales que se construyen a partir de valores, creencias, normas o costumbres, determinando a partir de esto un comportamiento específico que se convierte en un común denominador.
- **Cultura metro:** La cultura metro es un modelo de ciudadanía que el metro ha querido implementar incluso antes de funcionar las líneas de transporte, esto se ha hecho con el propósito de generar sentido de pertenecía frente a este sistema y también para incidir en las personas inculcando valores como el respeto, la solidaridad, la amabilidad, entre otros.

5. DISEÑO METODOLÓGICO

5.1 Enfoque: Cualitativo, lo que implicó realizar un estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín, permitió la generación de una autoevaluación de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional. En este sentido se buscó comprender la relación que existe entre la cultura metro y la concepción de cultura ciudadana.

En este sentido, según Sampieri, Hernández, Fernández, (2010) consideran que estos estudios son:

Se guía por áreas o temas significativos de la investigación, sin embargo en lugar de que la claridad sobre la pregunta de investigación e hipótesis preceda a la recolección y análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos) los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. Con frecuencia, estas actividades sirven, primero, para descubrir cuáles son las preguntas de investigación más importantes y después, para refinarlas y responderlas. Además en la investigación cualitativa con frecuencias es necesario regresar a etapas previas, por ello las flechas de la fase que van de la inmersión inicial en el campo hasta el reporte de resultados se visualizan en dos sentidos.

5.2 Método: Fenomenológico, el cual según (Sampieri, 2010) se enfoca en las experiencias individuales subjetivas de los participantes y en el análisis de discursos y temas específicos, así como en la búsqueda de sus posibles significados; en este sentido, el método fenomenológico permitió conocer las percepciones individuales de los usuarios del sistema de transporte masivo metro, acerca de la cultura metro.

5.3 Tipo de investigación: Descriptiva, la cual según Sampieri, Hernández, Fernandez, (2010) es un tipo de investigación que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice, describiendo tendencias de un grupo o población. Por tanto, en este proceso se empleó este tipo de investigación para identificar y analizar las percepciones que los usuarios tenían acerca de la cultura metro, la cual es empleada dentro de este sistema de transporte en la ciudad de Medellín y así

determinar el grado de aceptación que tiene, en la medida en cómo cada usuario de este sistema de transporte se adhiere a la cultura metro.

5.4 Población y muestra: La población con la que se realizó el proceso investigativo fueron los usuarios del Sistema integrado de transporte metro, las directivas del metro no aprobaron la solicitud de autorización para diligenciar las encuestas en las instalaciones del metro, lo que generó que el instrumento se realizara a las afueras de cada estación seleccionada. Se escogieron las estaciones en donde se encuentra mayor afluencia de usuarios, determinado una cantidad de encuestas por estación, a continuación se describe las cantidades y las estaciones seleccionadas:

- Niquía: 36 encuestas
- Poblado: 28 encuestas
- La estrella: 25 encuestas
- Floresta: 15 encuestas
- Itagüí: 31 encuestas
- Alpujarra: 59 encuestas
- Santo Domingo: 42 encuestas
- Universidad de Medellín: 20 encuestas
- Industriales MP: 16 encuestas
- Universidad de Antioquia: 20
- Estadio: 8
- San Antonio: 35 encuestas

5.5 Categorías de análisis

Para esta investigación las unidades de análisis fueron las siguientes:

- **Percepción:** Para este trabajo la percepción se concibe como el significado o la lectura que le dan los usuarios a la cultura metro y si están o no de acuerdo con que esta sea llamada cultura.
- **Usuarios:** Son las personas que permanentemente hacen uso del sistema de transporte masivo en sus diferentes líneas: línea A, línea B, línea C, línea J, línea K, línea L, línea 1 y línea 2.

- **Sistema de transporte masivo:** Hace relación a sistemas de transporte con capacidad de trasladar una cantidad muy alta de personas de un lugar a otro, estos sistemas de transporte son muy utilizados en las diferentes ciudades del mundo y nacen bajo la necesidad de dar solución a los problemas de movilidad dentro de estas. De manera puntual el de la Ciudad de Medellín.
- **Cultura:** Es lo que caracteriza el modo de vida en diferentes ámbitos de un ser humano, ya sean personales, familiares, laborales o sociales que se construyen a partir de valores, creencias, normas o costumbres, determinando a partir de esto un comportamiento específico que se convierte en un común denominador.
- **Cultura metro:** La cultura metro es un modelo de ciudadanía que el metro ha querido implementar incluso antes de funcionar las líneas de transporte, esto se ha hecho con el propósito de generar sentido de pertenecía frente a este sistema y también para incidir en las personas inculcando valores como el respeto, la solidaridad, la amabilidad, entre otros.

5.6 Sistema categorial

OBJETIVO ESPECIFICO	CATEGORIA DE ANÁLISIS	SUBCATEGORIA	ESTRATEGIAS PARA LA GENERACION DE INFORMACIÓN	ITEM DE LA PREGUNTA
Identificar los factores que inciden en la apropiación de la cultura metro en los usuarios que utilizan el sistema.	Usuario	Percepción, comportamientos, apreciaciones, expresiones	Encuesta tipo escala Likert	La cultura Metro ha influido para que los ciudadanos de Medellín regulen su comportamiento El viajar en el metro de Medellín es un desplazamiento agradable Los usuarios del Metro respetan las normas que existen en sus diferentes estaciones
Describir ventajas y desventajas que tienen los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín.	Percepción	Apreciaciones, opiniones, comentarios	Encuesta tipo escala Likert	Los ciudadanos de Medellín tienen como primera opción de transporte público al Metro Los mensajes que se emiten a través del altavoz del metro permiten que los usuarios tengan mayor comprensión de las normas

				<p>que deben seguir al hacer uso de este sistema.</p> <p>El Metro cumple a cabalidad con el servicio que ofrece</p>
<p>Analizar la calidad del servicio que se ofrece en el sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín a partir de la percepción dada por los usuarios y su relación con la cultura organizacional</p>	<p>Sistema de transporte masivo</p>	<p>Frecuencia de los vagones, agilidad, seguridad, comodidad, facilidad de acceso, costo de viaje</p>	<p>Encuesta tipo escala Likert</p>	<p>El servicio del metro es ágil</p> <p>El metro de Medellín cumple con la calidad del servicio ofrecido</p> <p>El metro de Medellín garantiza el fácil acceso a las estaciones</p> <p>Los usuarios del metro tienen fácil acceso a los vagones</p> <p>Los usuarios del metro se sienten seguros cuando hacen uso de este sistema de transporte</p> <p>El costo de un viaje en metro es más económico comparado con otros sistemas de transporte</p>
<p>Identificar los factores que inciden en la apropiación de la cultura metro en los usuarios que utilizan el sistema.</p>	<p>Cultura</p>	<p>Comportamientos, expresiones, relación entre usuarios.</p>	<p>Encuesta tipo escala Likert</p>	<p>La cultura metro ha fomentado que se mejore la convivencia ciudadana en la ciudad de Medellín</p> <p>Los comportamientos y normas aprendidas en el núcleo familiar favorecen las relaciones entre los usuarios del metro</p> <p>La interacción que resulta entre los usuarios del metro de Medellín trae consigo comentarios agradables acerca del servicio</p>

<p>Analizar la calidad del servicio que se ofrece en el sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín a partir de la percepción dada por los usuarios y su relación con la cultura organizacional</p>	<p>Cultura Metro</p>	<p>Actitudes, orden, valores organizacionales, mensajes institucionales, servicio al usuario (colabores del metro),</p>	<p>Observación Directa Encuesta tipo escala Likert</p>	<p>El metro de Medellín al emitir diferentes mensajes por el altavoz garantiza que los usuarios adopten las normas que se deben seguir dentro de las estaciones</p> <p>Dejar salir es ingresar más fácil, hablar en voz baja, son algunos de los valores que han sido fomentados por el metro, los cuales han trascendido en la conducta de las personas en otros espacios públicos.</p> <p>Las normas del metro son de fácil cumplimiento para los usuarios</p> <p>Los usuarios del metro de Medellín tienen una buena atención y servicio por parte del personal que se encuentra en las taquillas y en las plataformas de las estaciones.</p>
---	----------------------	---	---	--

5.7 Técnicas de recolección de información: Para el desarrollo de este proyecto se tuvieron como referentes las técnicas del análisis documental, encuesta bajo los escenarios de la escala Lickert y la observación participativa.

- Observación participante: Permitió obtener información de una forma eficaz; ya que se llevó a cabo de una manera rigurosa, permitiendo que los datos obtenidos tuvieran una alta confiabilidad. En el caso de este proceso investigativo se realizó la observación directa en las diferentes estaciones del sistema de transporte masivo metro, en las horas pico, que es donde hay más usuarios del sistema, lo que permitió el análisis de cómo se adhieren a la cultura metro, o si por el contrario en estos horarios no lo siguen tal cual.
- Encuesta: la encuesta se basó en un cuestionario con una serie de preguntas que permitió obtener información requerida para la investigación, para el caso de este trabajo investigativo se realizó la encuesta tipo escala Likert, teniendo en cuenta que según (García Sánchez, 2011) las escalas de Likert están formadas por un conjunto de preguntas referentes a actitudes, cada una de ellas de igual valor, en donde los sujetos responden indicando acuerdo o desacuerdo.

De esta manera, se utilizó la técnica de encuesta tipo escala Likert con el propósito de indagar y obtener información acerca de la cultura metro, visto desde los usuarios del sistema de transporte masivo metro, con el fin de identificar las percepciones que tienen del mismo.

5. 8 Fuentes de información

5.8.1 Fuentes Primarias: Para este proceso investigativo las fuentes primarias fueron los usuarios del sistema masivo de transporte metro, ya que estos fueron quienes brindaron información relacionada con el tema objeto de estudio en la investigación.

5.8.2 Fuentes secundarias: Las fuentes secundarias que se utilizaron en esta investigación fueron los libros, documentos y demás información física relacionada con el tema de cultura general y cultura organizacional

5.8.3 Fuentes Terciarias: Corresponden al material digital que exista en la web sobre definiciones y características de cultura organizacional y sobre la cultura metro, alojadas en bases de datos estructuradas, en donde también se encontraron antecedentes o estudios relacionados sobre el tema que sirvieron como insumos para este trabajo investigativo.

6. ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Teniendo en cuenta el enfoque cualitativo y con corte fenomenológico de esta investigación, se buscó desde la percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín, la generación de un proceso de autoevaluación de su cultura y como desde esta se pueden evidenciar relaciones con la cultura organizacional.

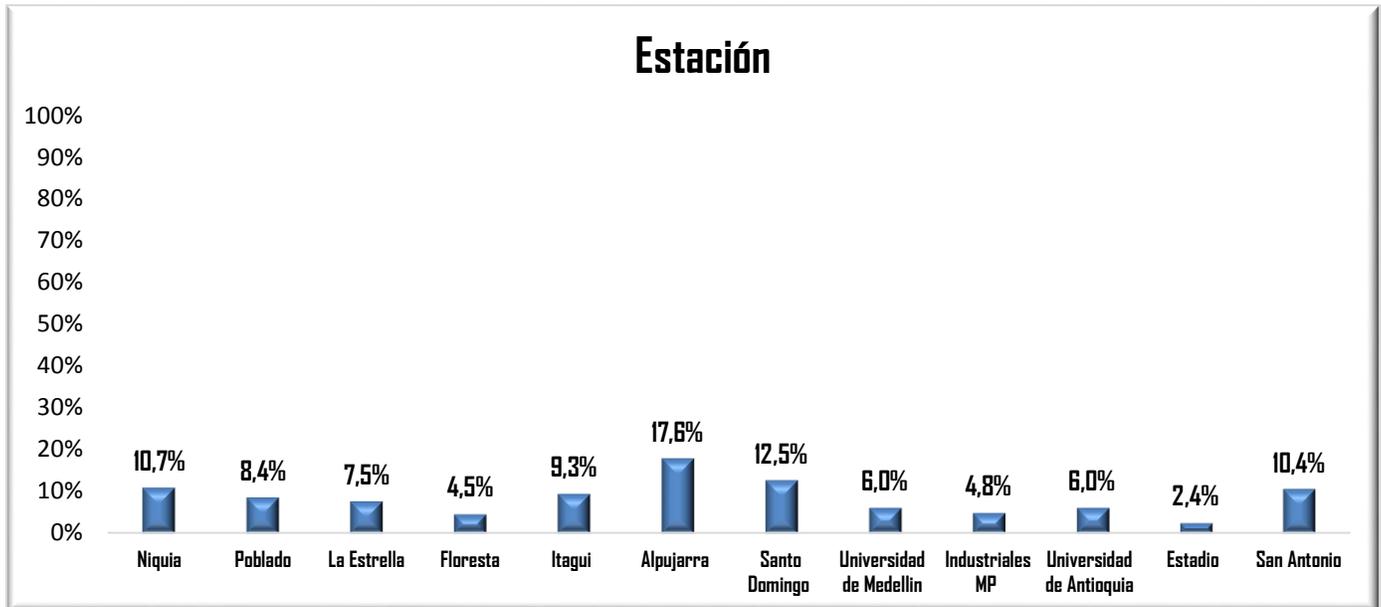
Coherente con lo anterior, se resalta que dentro de los instrumentos aplicados la encuesta tipo escala Lickert permitió dar respuesta a los interrogantes planteados, y a partir de esto plantearse el sistema categorial, que buscó primar lo cualitativo – hermenéutico. En este mismo sentido, se detalla que la escala de medición tuvo valores de 1 a 5, tratando de encontrar las respuestas de los usuarios en función de lo planteado.

Por tanto, se resalta que la sistematización de los datos fueron realizados bajo dos técnicas de recolección, tales como el análisis documental y la encuesta escala Lickert como se mencionó, la cual se digitaron 335 en el programa Epi info 2002, permitiendo desde allí los análisis hermenéuticos propios de las interpretaciones dadas a los datos recolectados ***In Situ.***

6.1 Análisis hermenéutico de los datos obtenidos

Los datos que a continuación se detallan hacen parte de la interpretaciones y análisis hermenéuticos que dan cuenta de cómo los resultados obtenidos por los usuarios del sistema de transporte masivo han posibilitado darle mayor significancia a la cultura y a los componentes organizacionales desde los ítems indagados.

Gráfico 1. Estación



Fuente: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

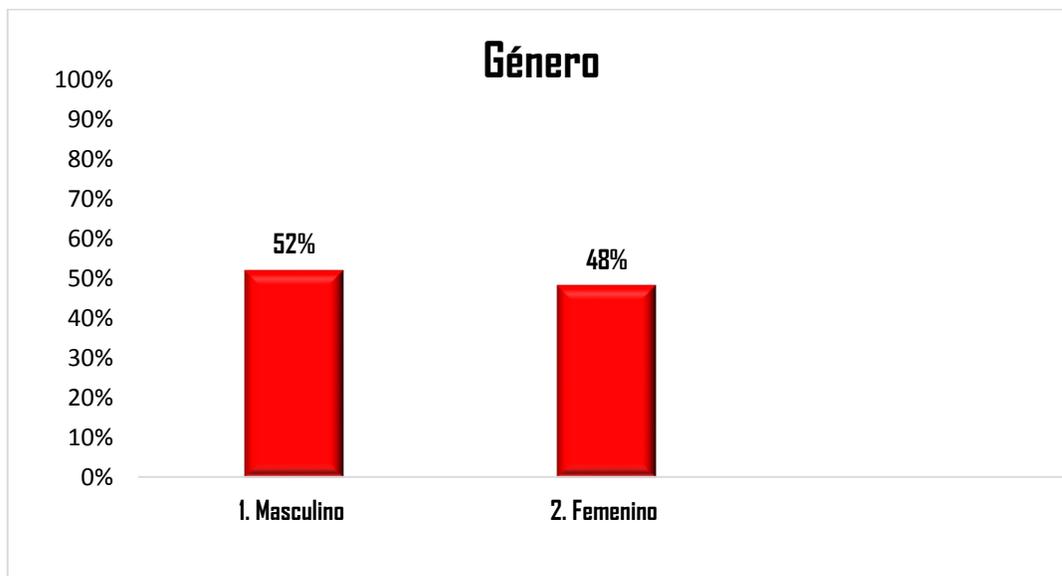
Para realizar las encuestas, se priorizaron las estaciones que refleja la gráfica, estos puntos son los que representan mayor flujo de usuarios, los porcentajes corresponden a las siguientes cantidades de encuestas:

- Niquía: 36 encuestas
- Poblado: 28 encuestas
- La estrella: 25 encuestas
- Floresta: 15 encuestas
- Itagüí: 31 encuestas
- Alpujarra: 59 encuestas
- Santo Domingo: 42 encuestas
- Universidad de Medellín: 20 encuestas
- Industriales MP: 16 encuestas
- Universidad de Antioquia: 20 encuestas
- Estadio: 8 encuestas
- San Antonio: 35 encuestas

Al realizar las encuestas se evidenció que los usuarios querían resaltar aspectos como la agilidad, la economía y el valor del desarrollo que tiene este sistema de transporte para la ciudad de Medellín, de otra manera también querían hacer un reclamo por el colapso del sistema que se presentan en las horas pico, puesto que argumentan que se genera un desorden al tratar de ingresar a los vagones, aspecto que se torna algo incómodo para algunos usuarios.

Debido a que la administración del Metro de Medellín, no autorizó la aplicación de las encuestas dentro de las estaciones ni tener acercamiento a los directivos, se optó por realizar las encuestas por fuera de cada estación. En general los usuarios se mostraron colaboradores para diligenciar la encuesta, pero debido al ritmo de su permanencia en cada una de las estaciones, dificultó llevar a feliz término el diligenciamiento de la encuesta.

Gráfico 2. Género



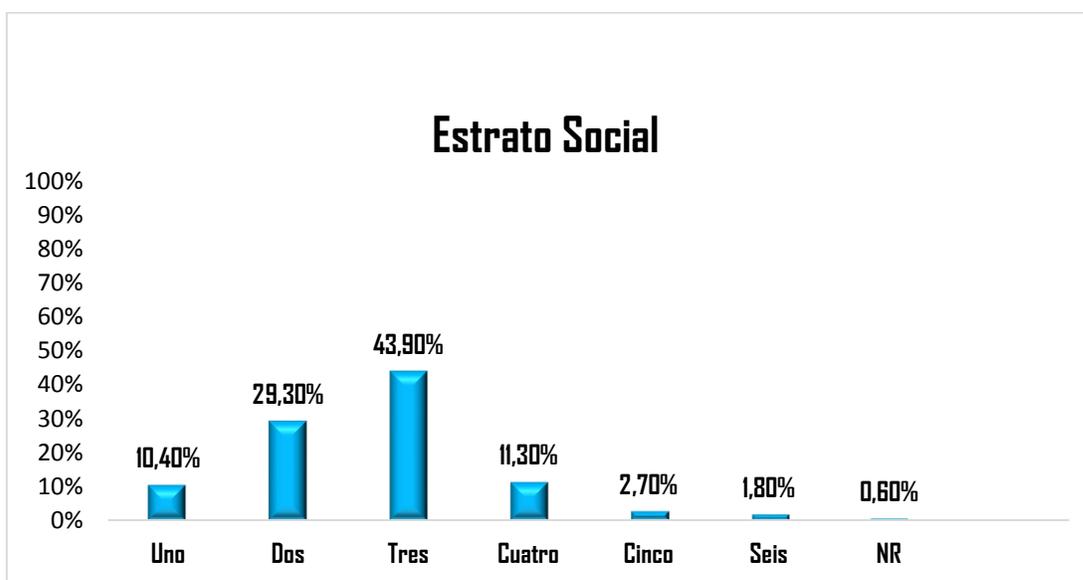
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

Se inicia la encuesta con datos generales de las personas encuestadas, (gráfico 2) Género, donde el 48% de las personas encuestadas fueron de sexo femenino y el 52% restante de sexo masculino. Las encuestas se hicieron de manera aleatoria, es decir, se hizo un acercamiento imparcial a los dos sexos, no se tuvo preferencia por ninguno aunque cabe resaltar que fue un poco más fácil acceder al sexo masculino, este respondía bien a la

solicitud de diligenciar la encuesta sin pedir muchas explicaciones, caso contrario se dio con el sexo femenino que fue un poco más reacio y pedía más explicaciones sobre la investigación, pero aun así se logró que accedieran.

En general la participación de ambos sexos fue equitativa, el sexo femenino tuvo un participación del 48% correspondiente a 161 mujeres, mientras la participación del sexo masculino fue del 52% correspondiente a 174 hombres, para un total de 335 encuestados.

Gráfico 3 - Estrato socioeconómico

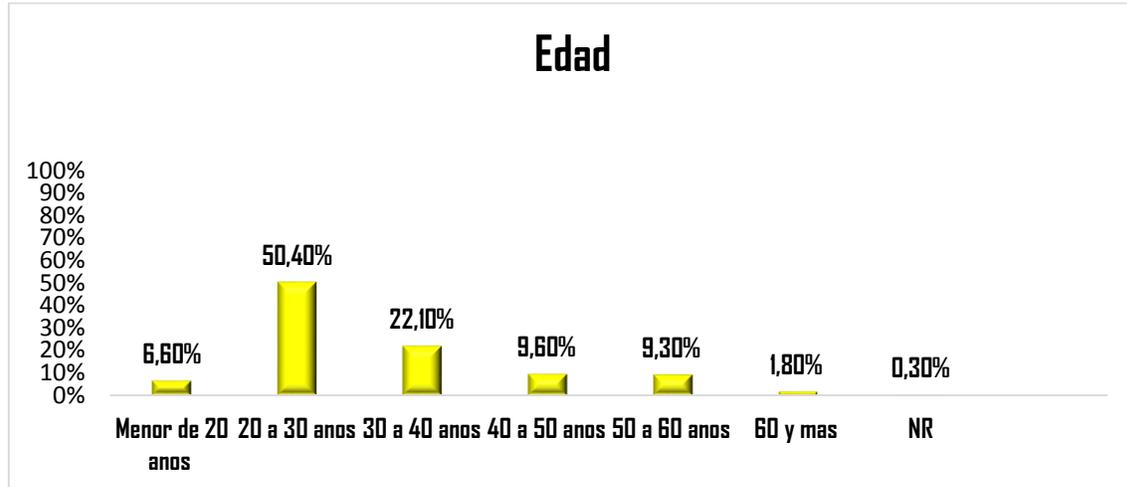


FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

El gráfico 3 corresponde al estrato socioeconómico, se presentaron 7 alternativas de respuesta a los encuestados donde solo se podía elegir una opción, se observa que la mayoría de las personas encuestadas pertenecen al estrato social tres con un 43,9%, seguido con un 29,3% pertenecientes al estrato dos, un 11,3% pertenecen al estrato cuatro, un 10,4% al estrato uno, 2,7% al estrato cinco, 1,8 al estrato seis y 0,6 NR (no responden).

Se puede concluir que la mayoría de las personas encuestadas se encuentran en los estratos dos y tres, lo que quiere decir que son estos estratos los que más se ven beneficiados por el servicio del metro.

Gráfico 4. Edad



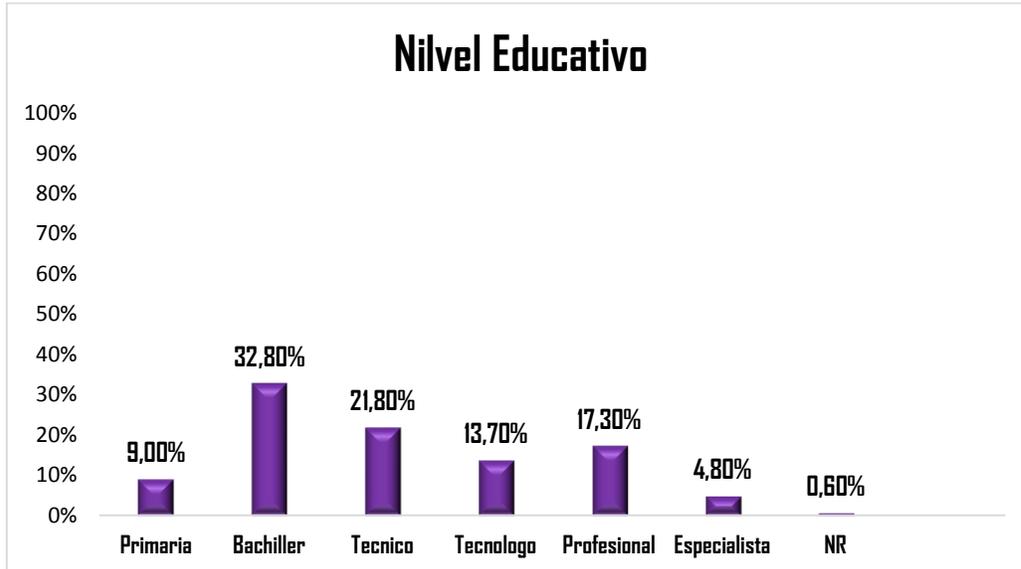
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

Gráfico 4 Corresponde a la Edad de los encuestados, se presentaron 8 alternativas por rangos; menor de 20 años correspondiente al 6,60%, de 20 a 30 años con un 50,40%, de 30 a 40 años con un 22,10%, de 40 a 50 años con un 9,60%, de 50 a 60 años con un 9,30%, 60 y más 1,80%, NR (no responde).

Por el resultado de esta variable la mayoría de las personas encuestadas pertenecen al rango de 20 a 30 años, esto se pudo haber dado por el gran cantidad de estudiantes que utilizan el sistema de transporte masivo. Por el resultado de esta categoría la mayoría de las personas encuestadas pertenecen al rango de 20 a 30 años, con una participación del 50,4%, que corresponden a 169 personas de las 335 encuestadas, una de las razones por la que este rango de edad tuvo una mayor participación pudo haber sido el horario en que fueron realizadas las encuestas y otra razón es que el Metro de Medellín hace acercamientos a varias de las principales Universidades de las Cuidad, razón por la cual los estudiantes por agilidad y seguridad prefieren el Metro como medio de transporte.

La siguiente categoría con mayor participación fue el rango de edad entre 30 y 40 años, con una participación del 22,10%, este porcentaje corresponde a 74 personas, las demás unidades de análisis tuvieron una participación más baja; el Metro de Medellín es utilizado por una gran cantidad de personas que se desplazan en el con diferentes fines ya sean académicos, laborales, entre otros.

Gráfico 5. Nivel Educativo



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

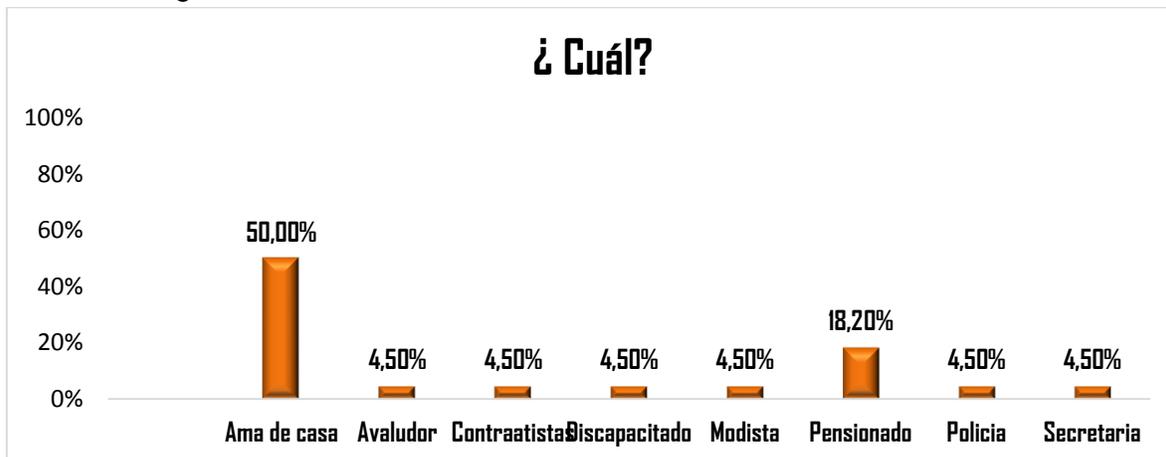
El gráfico 5 corresponde al nivel educativo de los encuestados, se presentan 7 alternativas de respuestas, la primera opción es primaria con un 9%, bachiller con un 32,80%, técnico con un 21,80%, tecnólogo con 13,70%, profesional con 17,30%, especialista con un 4,80%, NR (no responde) con un 0,60%; Se puede ver que entre las personas encuestadas sobresalen las personas con formación como bachiller.

Esta unidad de análisis muestra una alta participación en la categoría bachiller, esto puede darse porque los estudiantes que usan el metro están en proceso de formación, es decir, no son aun graduados y por esta razón entran en esta categoría. Las demás categorías como primaria, técnico, tecnólogo, profesional, especialista y NR (no responde), son personas que se desplazan a sus lugares de trabajo y/o utilizan el metro con diferentes fines.

Gráfico 6. Ocupación



Gráfico 6.1. ¿Cuál?



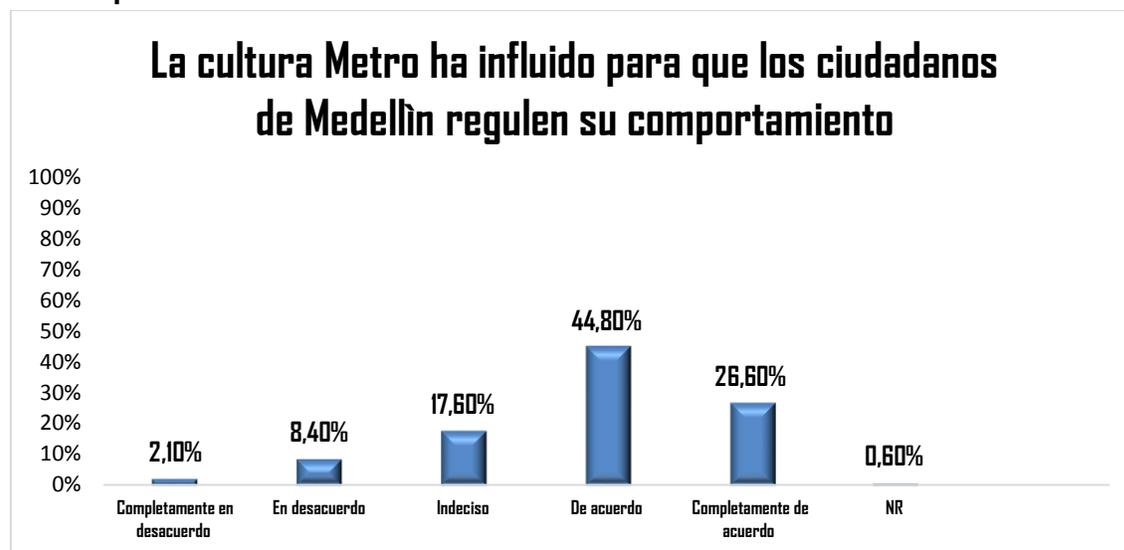
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

De los 335 encuestados el 60.9% son usuarios que son empleados, y el 20.9% son trabajadores independientes, representando un total de 75.5%, lo cual refleja que un gran número de usuarios emplean el servicio del metro para desplazarse desde su lugar de residencia hacia su lugar de trabajo.

Otro número considerable es el 10.1% de usuarios que son estudiantes y que emplean este sistema para desplazarse hacia las instituciones de educación básica y universitarias. El 6% de los usuarios encuestados corresponde a otro tipo de ocupación, de los cuales el 50% corresponde a amas de casa.

En este sentido, se evidencia que el sistema de transporte masivo metro es una gran opción en cuanto a movilidad se refiere para los habitantes de la capital de Antioquia, ya que permite que usuarios con diferentes ocupaciones puedan acceder a este servicio, permitiéndoles cubrir con sus necesidades de transporte hacia sus lugares de trabajo, estudio, esparcimiento etc., cumpliendo así, con las expectativas de quienes buscan una forma eficaz de movilizarse, la cual les permita principalmente llegar en los horarios establecidos a sus lugares de trabajo.

Gráfico 7. La cultura Metro ha influido para que los ciudadanos de Medellín regulen su comportamiento.



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

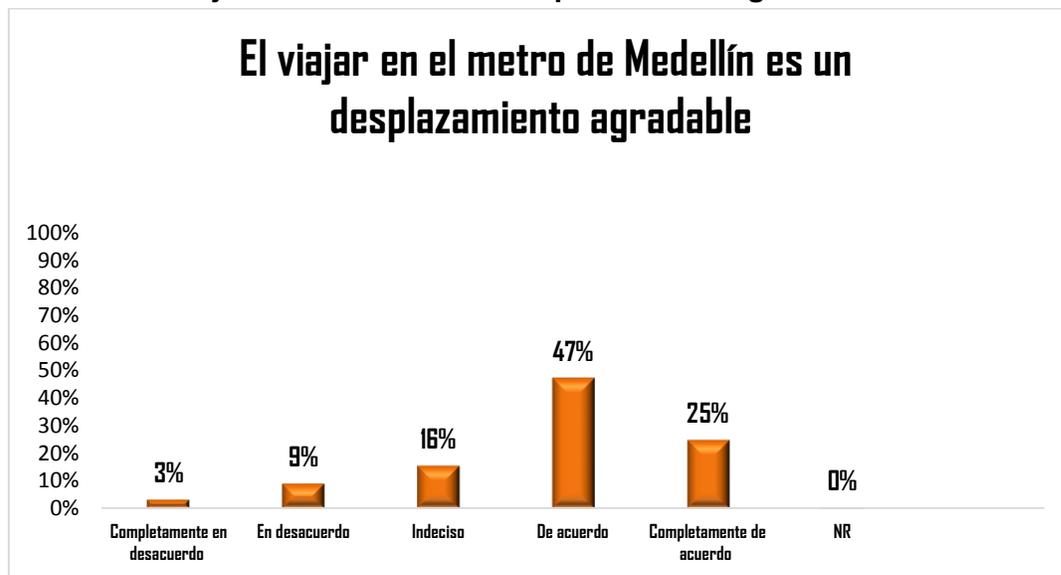
A partir del numeral 7, la encuesta muestra enunciados con 5 opciones de respuesta, entre 1 – 5 según la escala Likert, en este caso siendo 1 completamente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 indeciso, 4 de acuerdo, 5 completamente de acuerdo, 6 NR (no responde). El 44.8% de las personas están de acuerdo con que la cultura metro influye en el comportamiento de los ciudadanos, seguido de un 26,60% que está completamente de acuerdo, así mismo el 17,60% están indecisos.

Haciendo un análisis más profundo de esta categoría se puede ver como los diferentes mensajes emitidos en las diferentes estaciones como: no sobre pasar la línea amarilla, ceder el puesto a quienes más lo necesitan, hablar en voz baja, dejar salir es ingresar más fácil, entre otras, se han convertido en cultura, cultura que es llamada “Cultura Metro” y que

hace que los ciudadanos adopten dichos comportamientos y los hagan regir en diferentes espacios, es decir, estos comportamientos son acogidos tanto dentro como fuera del Metro de Medellín.

Esta categoría hace alusión a las buenas conductas que el metro promueve dentro de sus estaciones y vagones, estas con el fin de que los usuarios adquieran sentido de pertenencia por el sistema de transporte masivo dentro y fuera de él. Se ha comprobado que dichos comportamientos se han convertido en prácticas en los diferentes contextos de la vida de los ciudadanos hasta convertirse en cultura ciudadana y/o cultura paisa, parte de esto es el sentido de pertenencia que adquieren los usuarios frente al sistema de transporte, esto se ve reflejado en el cuidado y el buen uso que estos le dan al Metro, pues es gratificante subirse a un vagón del Metro de Medellín, los cuales están en funcionamiento hace más de 15 años y su estado es perfecto, las paredes del vagón, el piso y las sillas se ven impecables, y qué decir de las estaciones, es usual ver señoras realizando aseo y limpieza a las diferentes zonas de estas.

Gráfico 8 – Viajar en el metro es un desplazamiento agradable



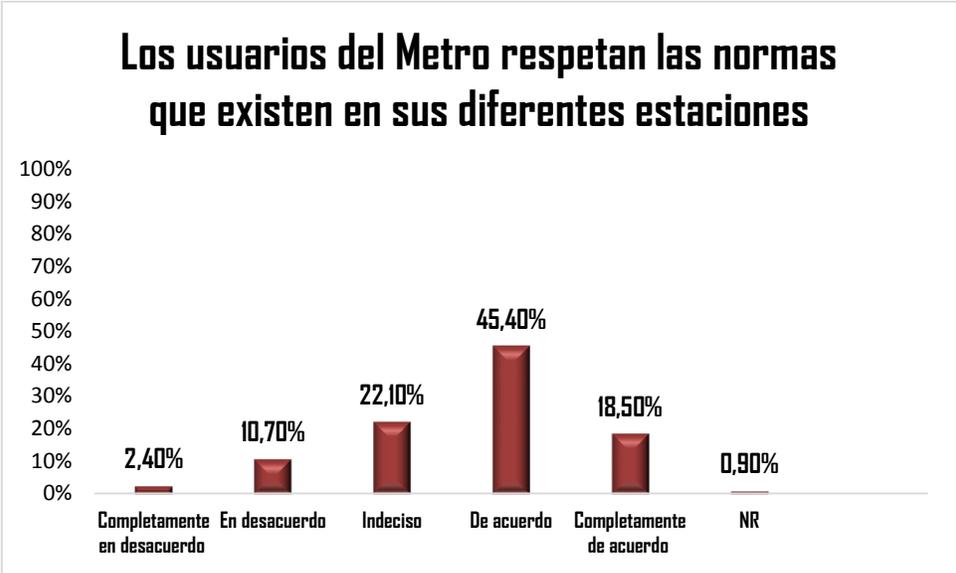
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

Este ítem evidencia que el 47% de los encuestados están de acuerdo y el 25% completamente de acuerdo, seguidos de un 16% que están indecisos con que viajar en el

metro si es un desplazamiento agradable. Según lo anterior el 72% de los encuestados piensan que viajar en el Metro de Medellín si es un desplazamiento agradable.

Las razones por las que dicho desplazamiento es agradable para los usuarios puede tener diferentes factores influyentes, entre ellos se puede hacer relación con el ítem anterior, cumplir las normas y hacer que estas se conviertan en parte del comportamiento dentro y fuera del metro puede ser una de las razones por las que el desplazamiento sea cómodo, otra se las razones puede ser el orden que la parte administrativa le da al funcionamiento del sistema de transporte masivo, razón por la cual el Metro de Medellín es ejemplo de un buen funcionamiento, lo que genera un alto sentido de pertenencia de los usuarios hacia el sistema de transporte.

Gráfico 9 - Los usuarios del Metro respetan las normas que existen en sus diferentes estaciones



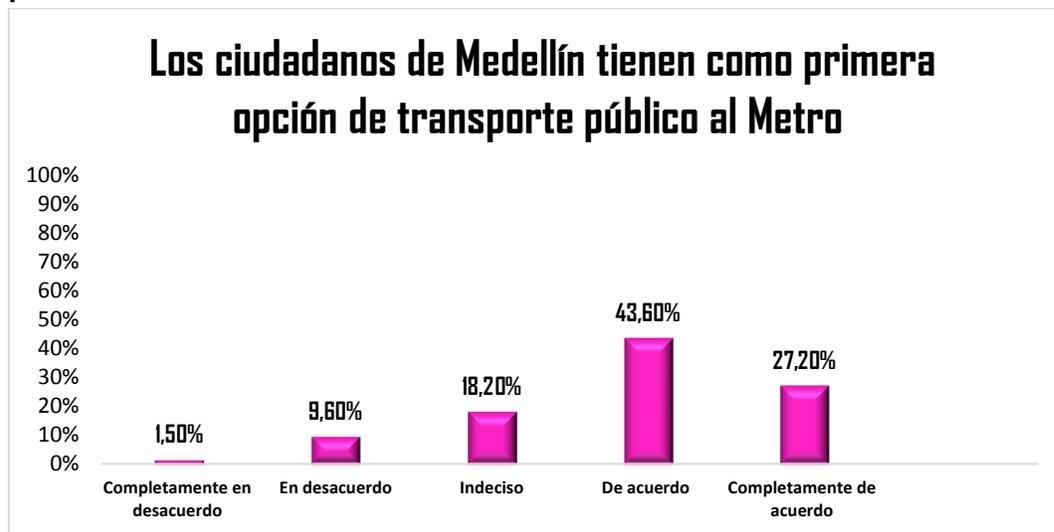
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

A través de la gráfica se evidencia que un 45,40% de los encuestados están de acuerdo, seguido de un 22,10% que se sienten indecisos y un 18% que están completamente de acuerdo con que los usuarios del Metro respetan las normas. El 63,50% de las encuestas responden positivamente a este ítem afirmando que los usuarios del metro si respetan las normas que existen en las diferentes estaciones, normas como: no ingresar bajo efectos de alcohol o sustancias alucinógenas, solo se puede estar en la plataforma hasta la llegada

del próximo tren, despejar el área de las puertas, como no consumir alimentos dentro de las estaciones y vagones, entre otros.

El cumplimiento de dichas normas por la mayoría de las personas hace que las demás personas adopten y vean como ejemplo dicho comportamiento y de esta manera unirse al cumplimiento de la normatividad. Los mensajes emitidos en el Metro están dirigidos y enfocados al buen comportamiento que deben adoptar los usuarios para el óptimo cuidado y funcionamiento de este y por tal razón son adoptados sin ningún esfuerzo, pues los usuarios son conscientes del compromiso que se tiene con dicho sistema y la necesidad de adquirir buenas prácticas para la conservación de la infraestructura de este sistema de transporte.

Gráfico 10 - Los ciudadanos de Medellín tienen como primera opción el transporte público al Metro

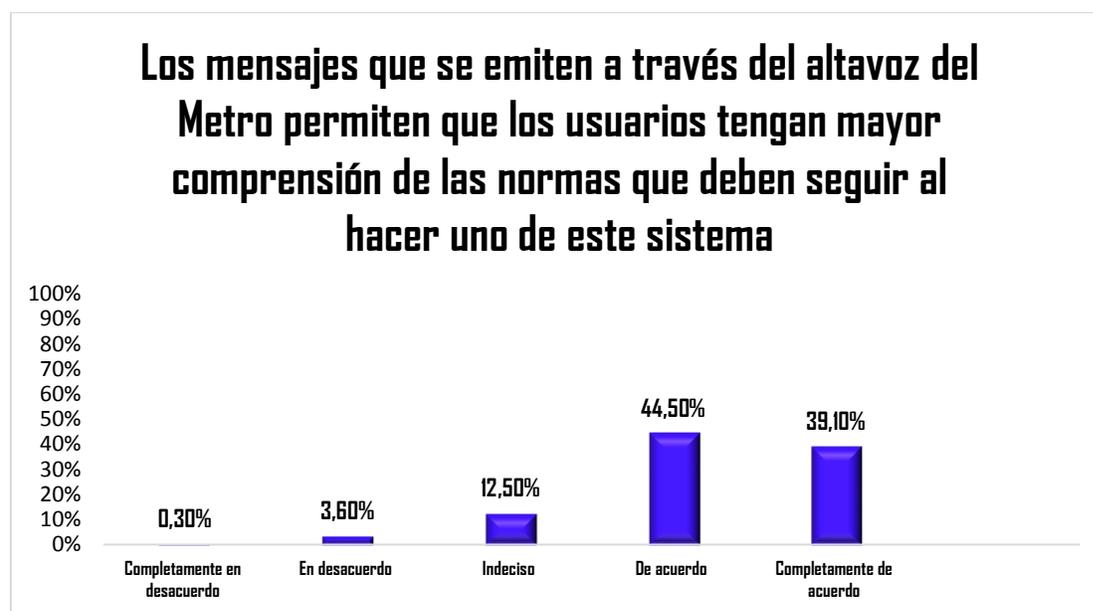


FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

Para este ítem, donde se cuestiona si los ciudadanos de Medellín tienen como primera opción de transporte público al Metro se puede ver como la mayoría de las personas encuestadas están de acuerdo con un 43,60%, seguida de un 27,20% que están completamente de acuerdo, un 18,20% están indecisos y el 11,10% restante consideran que el metro no es la primera opción de transporte.

Haciendo la unificación de las respuestas positivas a este ítem, podemos ver que 70,80% de las personas, es decir la mayoría, piensan que el Metro de Medellín es la primera opción de transporte público, las razones por las que este porcentaje fue alto es sin duda la agilidad del sistema de transporte, el desplazamiento rápido y la seguridad que el sistema brinda. Las personas prefieren viajar con garantías de movilidad y seguridad aun así cuando en las horas picos el ingreso a las estaciones y vagones sea más difícil debido al alto flujo de usuarios. Haciendo el análisis de las respuestas negativas en esta categoría, se concluye que las personas que no tienen el metro como primera opción de transporte público no lo hacen debido a que este no hace acercamiento a sus lugares de trabajo o de vivienda

Gráfico 11 - Los mensajes que se emiten a través del altavoz del Metro permiten que los usuarios tengan mayor comprensión de las normas que deben seguir al hacer uno de este sistema

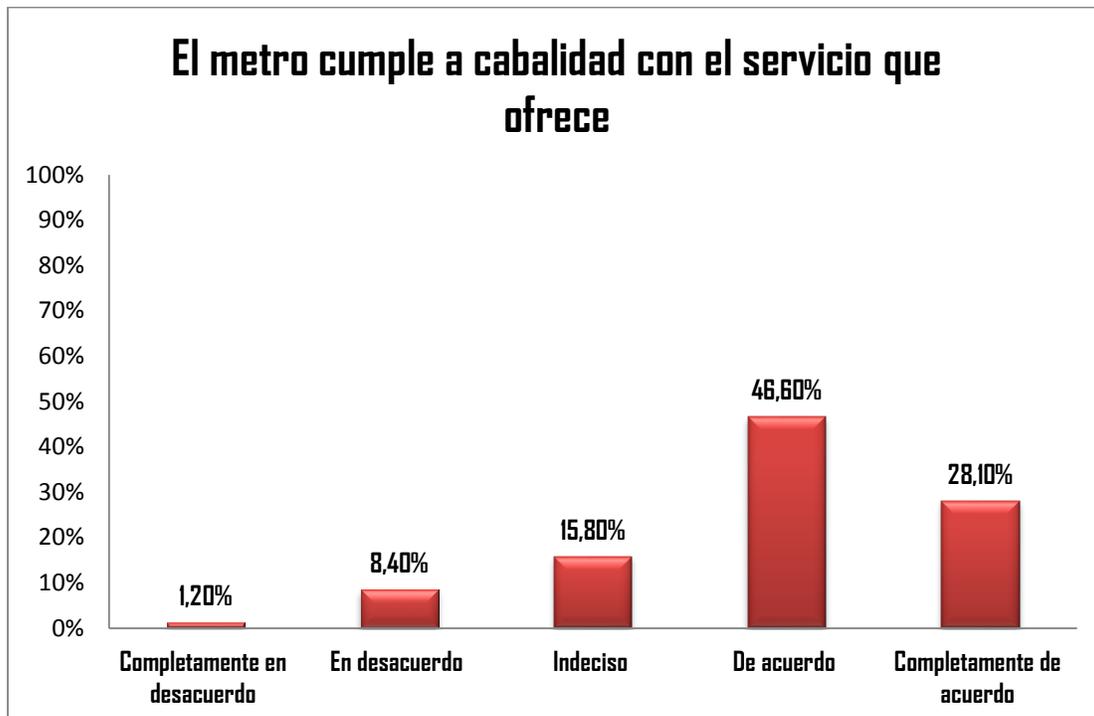


FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

En este ítem relacionado con los mensajes emitidos a través del altavoz son efectivos para la mayor comprensión de las normas de este sistema de transporte, el 44.50% de las personas encuestadas están de acuerdo, el 39.10% están completamente de acuerdo, mientras que el 26,4% restante se encuentran en las categorías de completamente en desacuerdo, en desacuerdo e indecisos.

Los mensajes emitidos por los altavoces de manera constante generan que inconscientemente las personas comprendan y adopten las normas del sistema de transporte, de esta manera el 83,6% de las personas encuestadas responden afirmativamente a este ítem lo que evidencia una respuesta positiva cuando las personas hacen uso del sistema de transporte.

Gráfico 12. El metro cumple a cabalidad con el servicio que ofrece



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

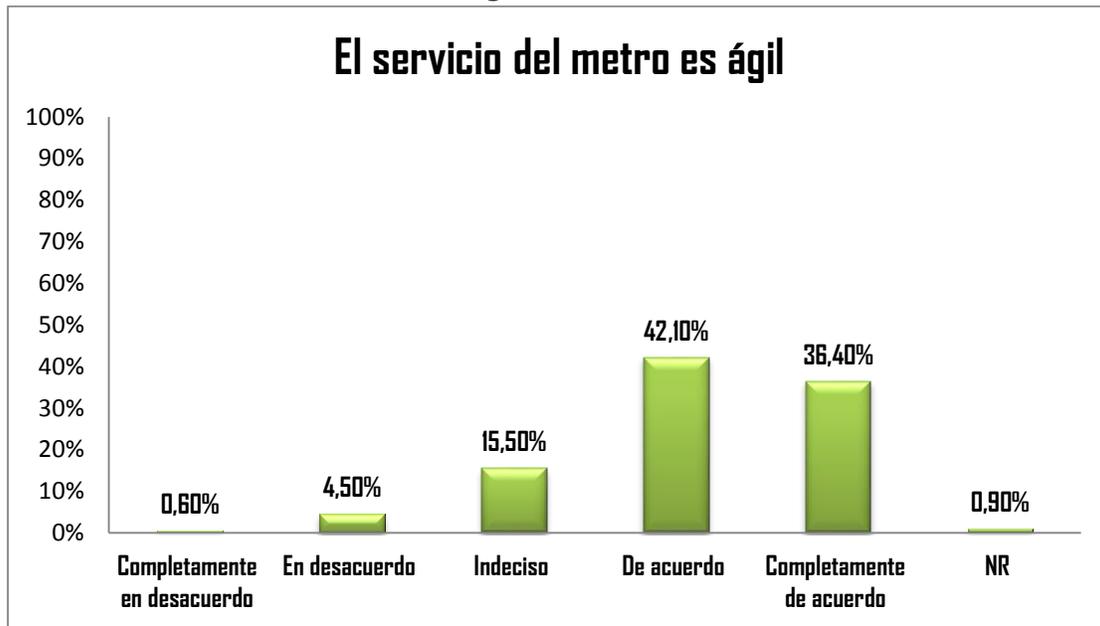
El metro de Medellín es un sistema de transporte masivo que presta su servicio a toda la ciudadanía que de él se beneficia, en este caso, se indagó acerca de la prestación del servicio por parte del sistema, teniendo como referencia la afirmación “ El metro cumple a cabalidad con el servicio que ofrece”, obteniendo los siguientes resultados.

El 46,60% de los encuestados están de acuerdo en que el sistema de transporte masivo cumple a cabalidad con el servicio que ofrece, puesto que este es de buena calidad, además de que es rápido y seguro dicen los usuarios. Así mismo, el 28,10% de los usuarios encuestados están completamente de acuerdo con dicha afirmación, ya que logran llegar a tiempo a su lugar de trabajo, además, las rutas integradas son un gran auxilio para sus

bolsillos. De esta manera, el 74,7% de los encuestados poseen una opinión positiva acerca del servicio ofrecido por el metro, el cual llena sus expectativas en cuanto a movilidad se refiere.

Finalmente, los demás resultados se dividen entre usuarios indecisos (15,80%), en desacuerdo (8,40%) y completamente en desacuerdo (1,20%), para un total de 100% de usuarios encuestados en las estaciones el metro de Medellín.

Gráfico 13. El servicio del metro es ágil



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

El sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín es conocido por ser el primero de su clase en Colombia, pues de esta manera se le han dado solución a muchos de los problemas de movilidad que otras ciudades aun no logran resolver, además, se han podido brindar facilidades a quienes hacen uso de este medio de transporte, proporcionándole buenas tarifas, descuentos especiales, rapidez y agilidad. Por lo anterior, tomando como referencia este último aspecto, se encuestó a un segmento de usuarios del metro de Medellín, tomando como punto de partida la afirmación “El servicio del metro es ágil”, obteniendo así los siguientes resultados.

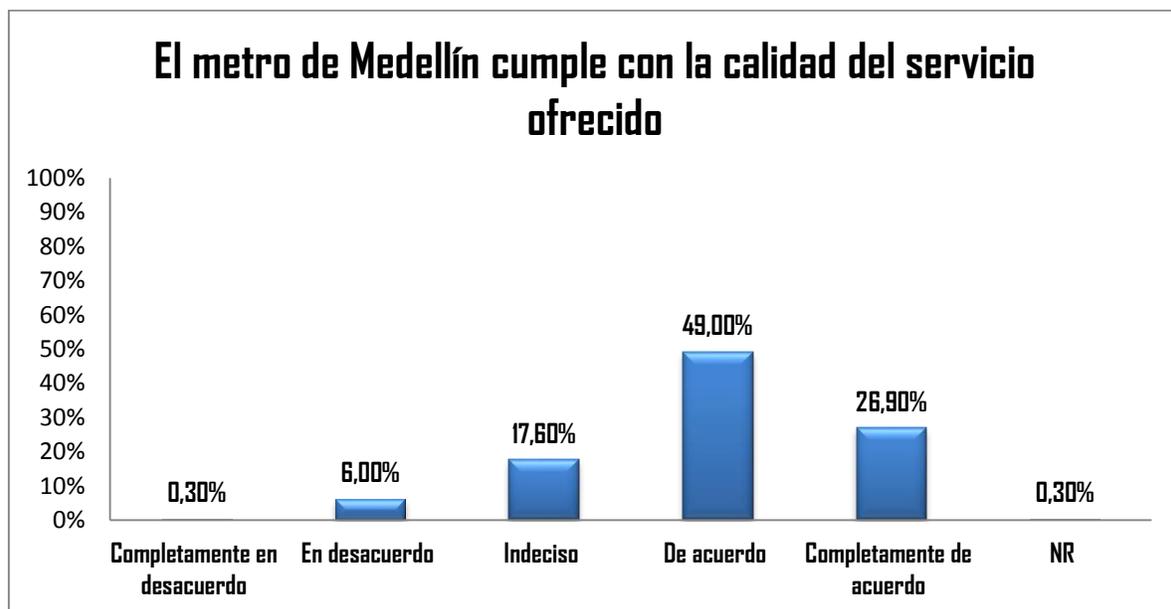
El 42,10% de los usuarios encuestados se encuentran de acuerdo con la agilidad del servicio de transporte, pues gracias a los tiempos manejados entre los abordos y las

llegadas, se hace muy rápido el traslado de lugares relativamente lejanos al centro de la ciudad.

Por otro lado, el 36,40% de los encuestados se encuentran totalmente de acuerdo con la agilidad del sistema de transporte, ya que los trenes poseen una buena concurrencia entre las estaciones, tardando poco tiempo la llegada entre uno y otro, lo cual agiliza el desplazamiento de los usuarios en la ciudad de Medellín. En este sentido, el 78,5% de los usuarios encuestados poseen una opinión positiva acerca del sistema de transporte masivo en cuanto a la agilidad del servicio.

Finalmente, el porcentaje restante se divide entre usuarios indecisos (15,50%), en desacuerdo (4,50%), completamente en desacuerdo (0,60%) y NR (0,90%) de los usuarios encuestados.

Gráfico 14. El metro de Medellín cumple con la calidad del servicio ofrecido



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

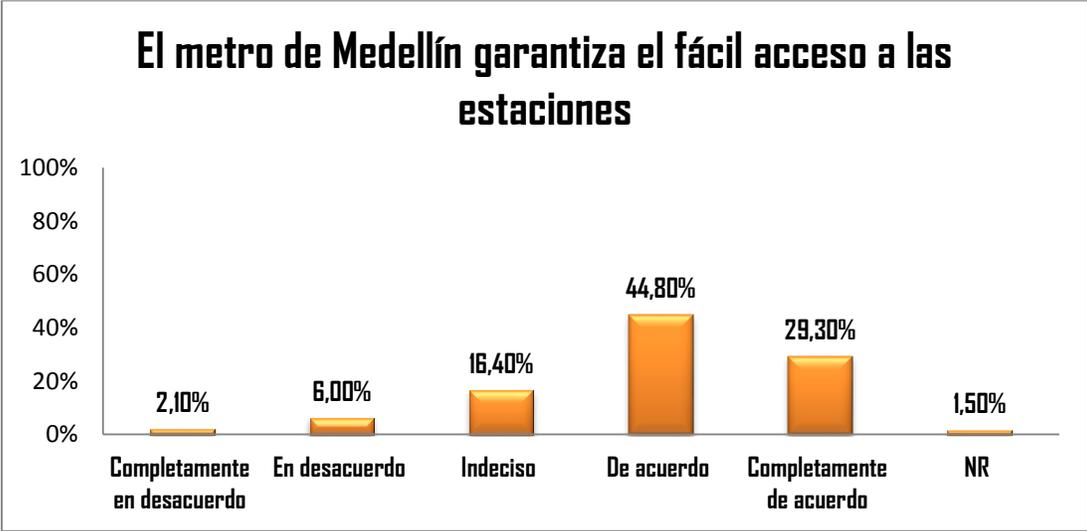
La calidad es sin duda un elemento importante dentro de cualquier empresa u organización, puesto que ello es un atractivo importante para los clientes o usuarios de cualquier tipo de servicio, ya que un producto, bien o servicio es llamativo para el individuo en el sentido en que el dinero destinado para la obtención de dicho producto estará bien invertido, pues dependiendo de la satisfacción del cliente se verán resultados como aumento de la oferta

y demanda. En este sentido, se encuestó a una parte de los usuarios del metro de Medellín, donde se indagó acerca de la calidad del servicio ofrecido.

Por lo anterior, en la gráfica se puede observar claramente como los usuarios del Metro de Medellín se encuentran de acuerdo en cuanto a la afirmación planteada sobre el cumplimiento de la calidad del servicio ofrecido por parte del sistema de transporte masivo. En este sentido, las personas que hacen uso de este medio para movilizarse encuentran una buena calidad en el mismo, pues un 49% de los encuestados afirman estar satisfechos con el servicio, mientras que el 26,90% de los encuestados se encuentran completamente satisfechos, para un total de 75,90% de satisfacción por parte de los usuarios, lo cual se evidencia en la gran cantidad de personas que hacen uso de dicho medio de transporte, el porcentaje restante se divide entre personas que se encuentran indecisas con el 17,60%, en desacuerdo con el 6%, completamente en desacuerdo con el 0,30% y NR con el 0,30% de los encuestados.

Por esta razón, es posible concluir que gracias a la buena prestación del servicio, el metro de Medellín cuenta con una gran aceptación por parte de la ciudadanía, generando que la reputación obtenida acerque a más usuarios que deseen hacer uso de este sistema de transporte.

Gráfico 15. El metro de Medellín garantiza el fácil acceso a las estaciones



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

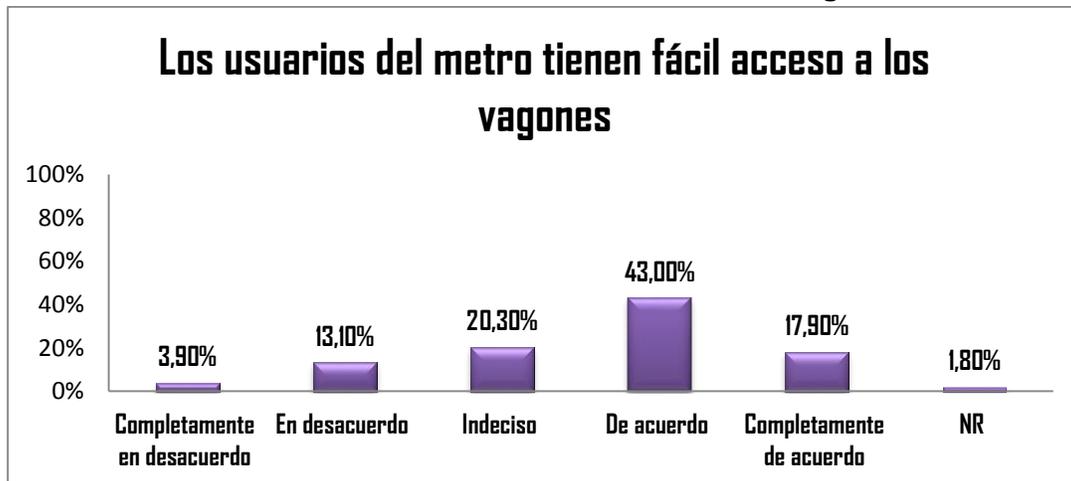
Una de las problemáticas en los sistemas de transporte masivo es sin duda la gran cantidad de personas que deben movilizarse a través de los medios de transporte, lo cual en muchas

ocasiones dificulta el acceso a los buses, busetas y en este caso trenes, por esta razón, una de las afirmaciones planteadas a los usuarios de este sistema de transporte fue precisamente que tan de acuerdo estaban con que el metro de Medellín garantiza el fácil acceso a las estaciones.

En este caso, el balance es altamente positivo, pues la mayoría de los encuestados (44,80%) afirman estar de acuerdo con la facilidad de acceso a las estaciones del metro, mientras que un poco más abajo el 29,30% de las personas encuestadas se encuentran completamente de acuerdo con esta afirmación. En este sentido, el 44,80% y 29,30% respectivamente, arrojan un total de 74.1% de aceptabilidad por parte de los usuarios del sistema de transporte masivo, ya que las estaciones cuentan con amplios accesos por diferentes puntos, permitiendo que todo tipo de personas puedan hacer uso de este medio de transporte de una manera sencilla

El porcentaje restante se divide entre personas indecisas con un 16,40%, esto podría corresponder a usuarios que no se encuentran de acuerdo pero tampoco les queda claro si el acceso es difícil, en desacuerdo con el 6%, usuarios que por algunas circunstancias no se les facilita el acceso a las plataformas de abordaje, completamente en desacuerdo con el 2,10%, debido tal vez a limitaciones por la edad u otras circunstancias y NR con el 1,50 % de los encuestados.

Gráfico 16. Los usuarios del metro tienen fácil acceso a los vagones



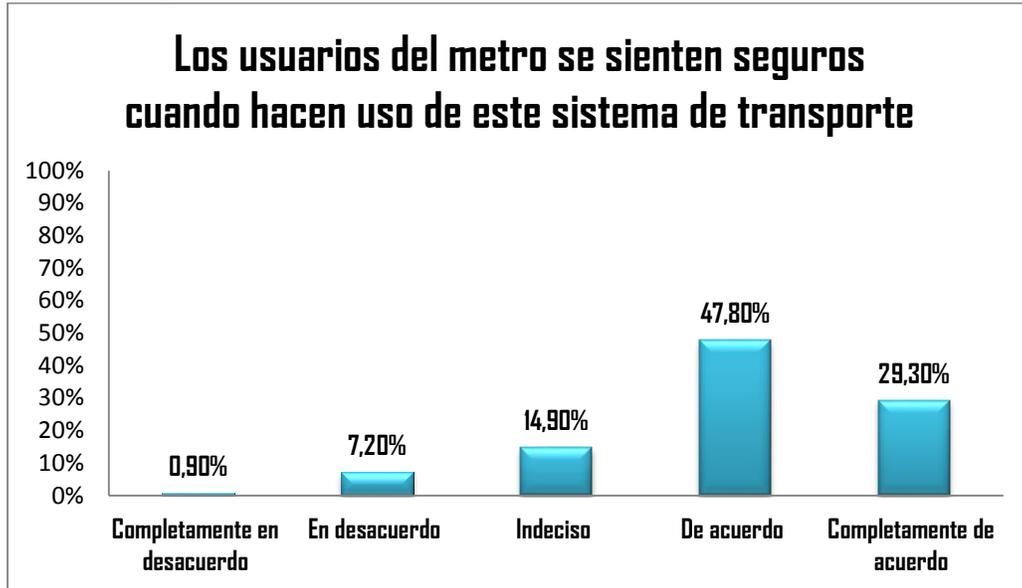
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

El acceso a los trenes del sistema de transporte masivo metro de la ciudad de Medellín fue otro de los factores importantes tenidos en cuenta en la ejecución de la investigación, puesto que si se habla de acceso a las estaciones no se puede olvidar el paso siguiente que es el ingreso a los vagones. En cuanto a la facilidad que tienen los usuarios para acceder a los vagones, el porcentaje más alto (43%) se encuentra de acuerdo con que el sistema brinda las facilidades correspondientes, mientras que un 17,90% de los encuestados (tercer porcentaje más alto) lo reafirma estando completamente de acuerdo, para un total de 60,90%.de aceptabilidad. Esto se hace posible ya que los trenes cuentan con varios accesos a su interior, lo que facilita el ingreso de los usuarios, no obstante, existen horarios de extremada concurrencia, dichos lapsos son conocidos como horas pico, durante las cuales el flujo de usuarios se aumenta en gran manera, generando algunas dificultades para el ingreso tanto a las estaciones como a los vagones.

Por otro lado, el segundo porcentaje más alto (20,30%) se encuentra indeciso, siendo una cantidad importante, sin embargo, el resultado general es favorable, pues los usuarios manifiestan estar conformes con las facilidades de acceso, permitiendo que la movilidad se desarrolle de una manera ágil. El porcentaje restante se divide entre usuarios que se encuentran en desacuerdo (13,10%), completamente en desacuerdo (3,90%) y NR (1,80%).

En este sentido, es posible precisar que mediante los datos obtenidos, la facilidad para acceder a los vagones por parte de los usuarios de este servicio es la adecuada, ya que sin mayores contratiempos una persona puede hacer uso del sistema de transporte masivo para llegar a su destino en la ciudad. De esta manera, se contribuye con la prestación de un servicio con calidad, en el cual se brinda la comodidad necesaria para la movilidad de los ciudadanos, con facilidades de acceso físico al interior de los vagones y proporcionando de esta manera un confort necesario en el vertiginoso mundo actual.

Gráfico 17. Los usuarios del metro se sienten seguros cuando hacen uso de este sistema de transporte



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

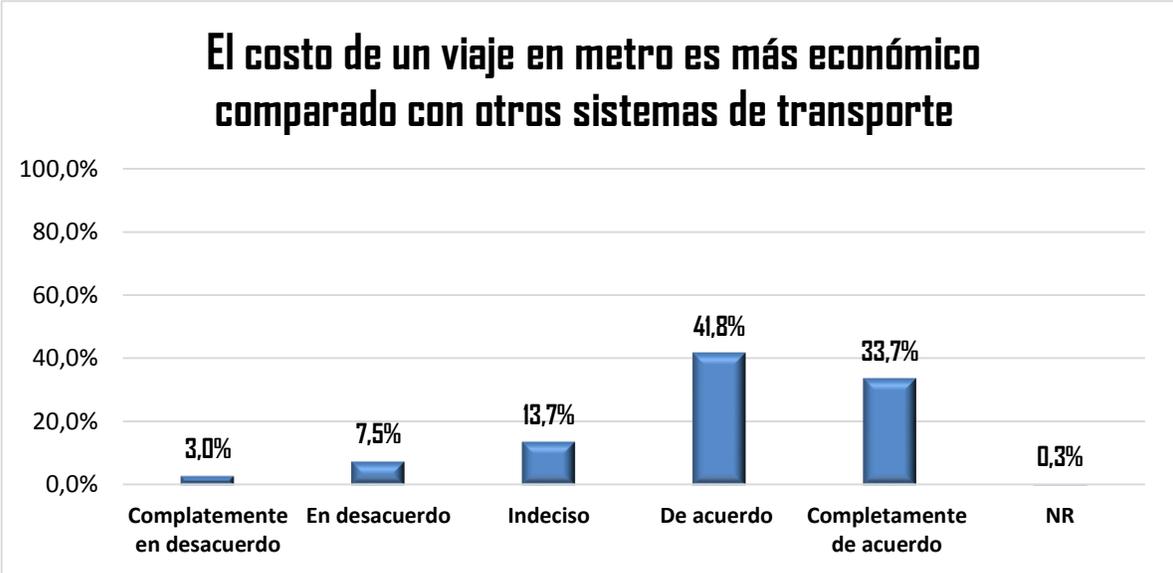
Este es tal vez uno de los resultados más llamativos de la encuesta, no porque los porcentajes varíen en gran manera frente a los anteriores, sino porque es un tema importante para los habitantes de la ciudad de Medellín, pues actualmente la seguridad ha tenido un creciente deterioro debido a la creciente delincuencia en las metrópolis. En este sentido, día tras día son más las personas víctimas de formas de delincuencia como lo es el hurto, lo que ocasiona que muchos usuarios no se sientan seguros al salir a la calle o al desplazarse en determinados medios de transporte, por esta razón, este elemento fue incluido dentro de las afirmaciones propuestas en la encuesta.

En este caso, se indago acerca de la seguridad de los usuarios al momento de hacer uso del sistema de transporte, obteniendo resultados muy favorables en rangos de acuerdo y completamente de acuerdo, los cuales se encuentran en porcentajes de 47,80% y 29,30% respectivamente, para un total de 77.1% de usuarios que se sienten seguros al movilizarse en este medio de transporte, esto indica que gracias a la seguridad prestada por el metro de Medellín, las personas pueden hacer uso de este medio de transporte con tranquilidad, evitando altos riesgos de accidentes, delincuencia, entre otros.

El porcentaje restante se divide entre usuarios indecisos (14,9%), en desacuerdo (7,20%) y completamente en desacuerdo (0,90%).

Por lo anterior, el sistema de transporte masivo metro, además de ser una buena opción para la movilidad en la ciudad de Medellín, es un ejemplo tangible de seguridad en materia de transporte, pues según los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada, hacer uso de este sistema significa además de recibir un buen servicio, recorrer varios puntos de la ciudad de forma segura, lo cual es un tema muy importante para la ciudadanía, teniendo en cuenta los altos índices de delincuencia que se pueden encontrar en las calles, convirtiendo al metro en una de las mejores o tal vez la mejor opción de transporte público para desplazarse por la ciudad.

Gráfico 18 El costo de un viaje en metro es más económico comparado con otros sistemas de transporte



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

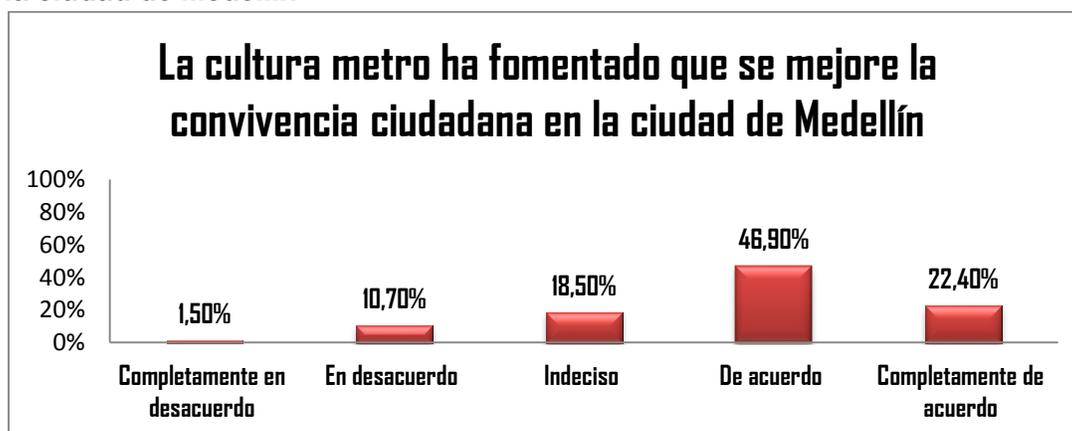
La gráfica evidencia que según la percepción de los usuarios manifiesta que el viajar en metro es más económico que otros sistemas de transporte masivo, en donde el 41.8% está de acuerdo y un 33.7% están totalmente de acuerdo, representando un total de la muestra de 75.5%, por otro lado sólo un 3% no está de acuerdo, un 7.5% está en desacuerdo y un 13.7% está indeciso.

Retomando las cifras arrojadas, se puede concluir que en general los usuarios encuestados están de acuerdo con que el metro es más económico que otros sistemas; si se compara con el costo de las rutas de buses, con un pasaje una persona sólo se podría movilizar en el trayecto que esta ruta realiza, lo que genera que para llegar al punto deseado se obligue

a tomar dos rutas, incrementando el costo del recorrido. Para el caso del Metro a través de sus rutas integradas los usuarios pueden con un bajo costo tomar un bus desde sus casas para ser transportados a la estación del metro más cercana y poder llegar al punto deseado, sin tener que coger más medios de transporte, según (El Metro de Medellín, 2013), en su informe corporativo menciona que: “ El ahorro económico anual para los usuarios de las 131 rutas integradas fue de \$102.568 millones en el 2013 y representaron el 46% del total de usuarios”, lo que demuestra que el ahorro de los usuarios del metro es significativo, si se tiene en cuenta que un usuario que habite en los barrios más periféricos con un sólo costo de un viaje puede tomar el metro cable, luego trasladarse en las líneas del metro y luego acceder al Metroplus, lo que garantiza que el transporte de los usuarios del metro de Medellín sea más económico que otros sistemas.

Las rutas integradas del Metro cuestan alrededor de \$2.300 a \$2.550, donde un usuario desde sus viviendas toma un bus que los acerca al metro y con ese mismo valor ingresan al metro y llegan a su lugar de origen, de otra manera las personas que viven más lejos del centro de Medellín, caso específico de los barrios periféricos ubicados en las comunas 1, 2, 7 y 13. De otra manera, con el valor de alrededor de \$1.700, los usuarios pueden tomar el metro cable, realizar todo el trayecto, luego pasarse a una de las líneas y llegar a su lugar de destino, pero si se toma como opción un bus, puede que para llegar a su destino deba tomar dos rutas lo que genera un costo adicional, por lo tanto en aras de la economía para el desplazamiento a los diferentes lugares del Metro, es más beneficioso realizar los recorridos en este sistema de transporte.

Gráfico 19. La cultura metro ha fomentado que se mejore la convivencia ciudadana en la ciudad de Medellín



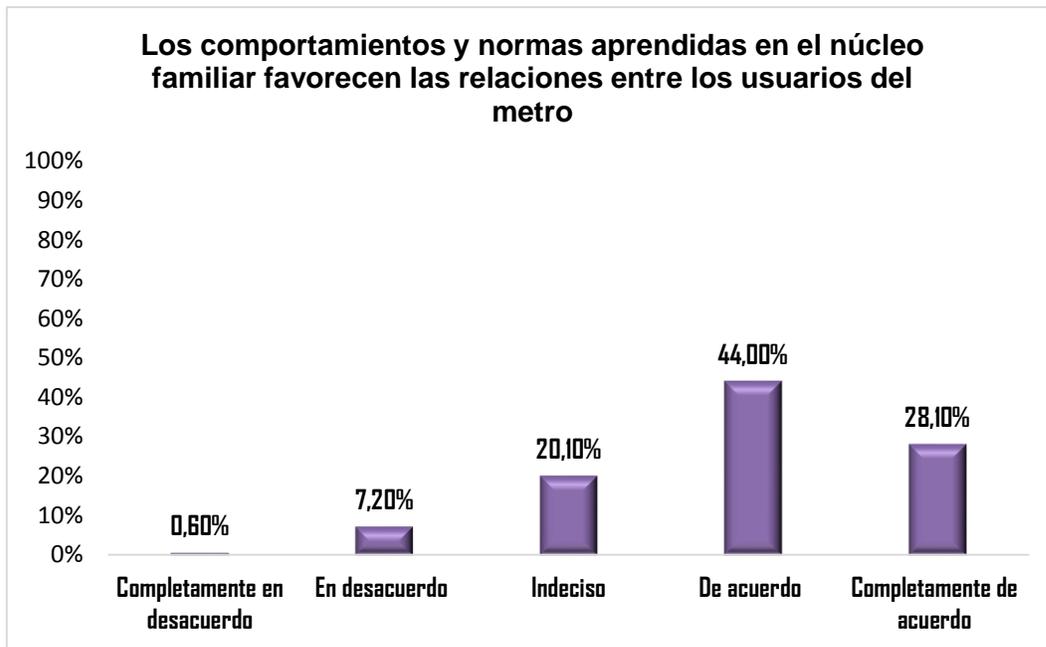
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

La convivencia ciudadana es un tema importante para los máximos entes de control de una localidad, pues de esto depende en gran manera la armonía que se desarrolla entre los habitantes de una comunidad. En este sentido, existen diversas estrategias y herramientas utilizadas para procurar por el bienestar de las personas y su interacción como tal, sin embargo, habrán ocasiones en las que tal vez no sea necesario enfocarse en un tema específico para hacer que mejore, sino más bien utilizar buenos elementos como las personas comprometidas, quienes se encargan de hacer que una situación mejore por medio del ejemplo brindado.

De esta manera, en cuanto a que la cultura metro ha fomentado que se mejore la convivencia ciudadana en Medellín, los usuarios del sistema de transporte se encuentran de acuerdo con esta afirmación, pues el 46,90% de los encuestados así lo creen, respaldados por el 22,40% de los usuarios, quienes afirman estar completamente de acuerdo con lo expuesto, lo cual indica que se han podido reformar las buenas relaciones entre los ciudadanos, pues el metro fomenta el respeto por las normas y por sus semejantes, creando una buena armonía de interacción entre los habitantes de la ciudad, permitiendo que se mejoren las relaciones sin enfocarse directamente en ello, simplemente recordando las normas diariamente, creando hábitos de seguimiento de las mismas, generando que las personas responsables inicien dando ejemplo y contagiando a los demás con su buen actuar. El porcentaje restante se encuentra dividido entre usuarios indecisos (18,50%), en desacuerdo (10,70%) y completamente en desacuerdo (1,50%).

De esta manera, en relación con los resultados obtenidos se evidencia como la cultura metro ha fomentado el mejoramiento de las relaciones interpersonales entre los ciudadanos, permitiendo el abordaje en las plataformas, respetando el turno en la compra de tiquetes de viaje, despejando entradas y salidas pues de ello depende una buena movilidad en las estaciones, ayudando a personas que lo necesiten por discapacidad u otras limitaciones etc. Lo anterior genera el mejoramiento de la convivencia ciudadana, pues la cultura metro invita al respeto por las normas, por los derechos de los demás y por la apropiación de valores indispensables en la vida del ser humano.

Gráfico 20 Los comportamientos y normas aprendidas en el núcleo familiar favorecen las relaciones entre los usuarios del metro



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

Los usuarios encuestados acerca de esta variable manifestaron estar de acuerdo el 44% y el 28% completamente de acuerdo, representando un total de 72% del total de los encuestados. Esta percepción permite identificar que los usuarios creen que las normas y conductas que se aprenden en cada una de las familias repercuten de manera directa en las relaciones entre los usuarios del Metro.

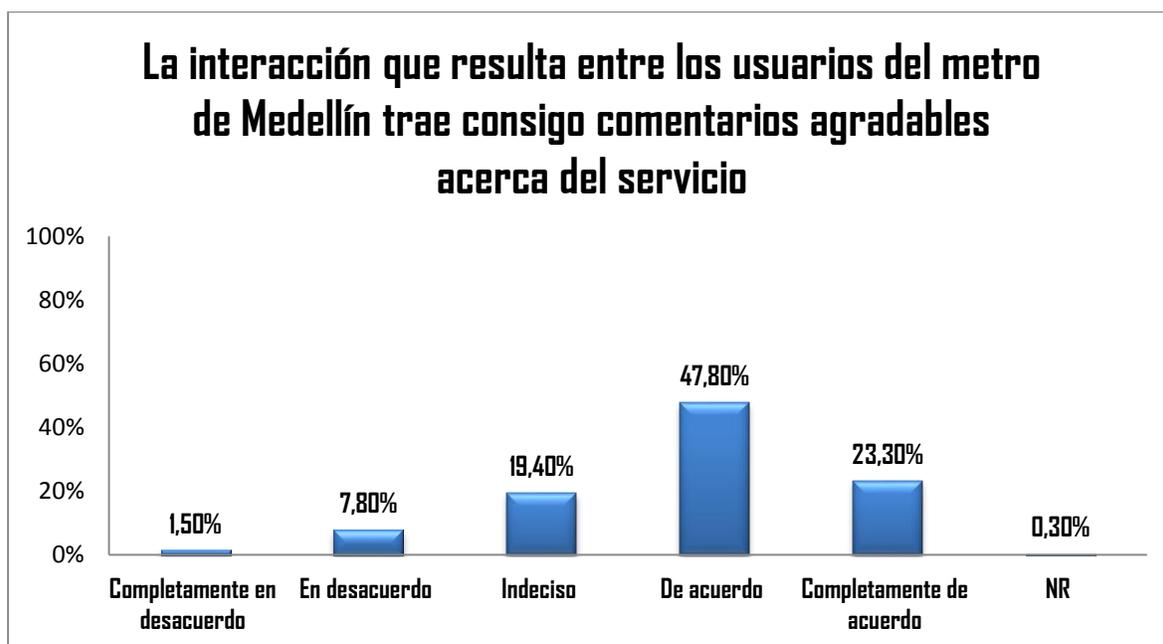
Según la Secretaría de Seguridad Pública de México, a través del estudio sobre Factores Familiares que inciden en la Conducta Disruptiva y Violenta de Niños, Adolescentes y Jóvenes, menciona que:

Durante la niñez, se aprenden valores, hábitos y estilos de vida propios de los grupos en los que los niños se desenvuelven (familia, escuela, comunidad). En esta etapa, los niños aún no han consolidado marcos referenciales ni conceptuales que les permitan discernir adecuadamente entre lo bueno y lo malo. Aún no han construido una personalidad firme que les facilite encarar la realidad de manera satisfactoria”. [En línea]: Tomado de: <http://goo.gl/ZzHIdR>. Consultado: 25/005/2015 Hora: 9:15 p.m.

Todos los hábitos y conductas que se transmiten en la familia y en el entorno cercano de las personas inciden en la forma de interactuar de las personas en los espacios públicos, el reflejo de ese aprendizaje se evidencia en lo que se cataloga como buenos comportamientos y conducta, normas básicas de convivencia para cualquier escenario público.

En el caso del metro de Medellín, la mayoría de personas encuestadas están de acuerdo con que estas conductas aprendidas en la familia inciden para que haya o no una buena relación entre usuarios del Metro.

Gráfico 21. La interacción que resulta entre los usuarios del metro de Medellín trae consigo comentarios agradables acerca del servicio



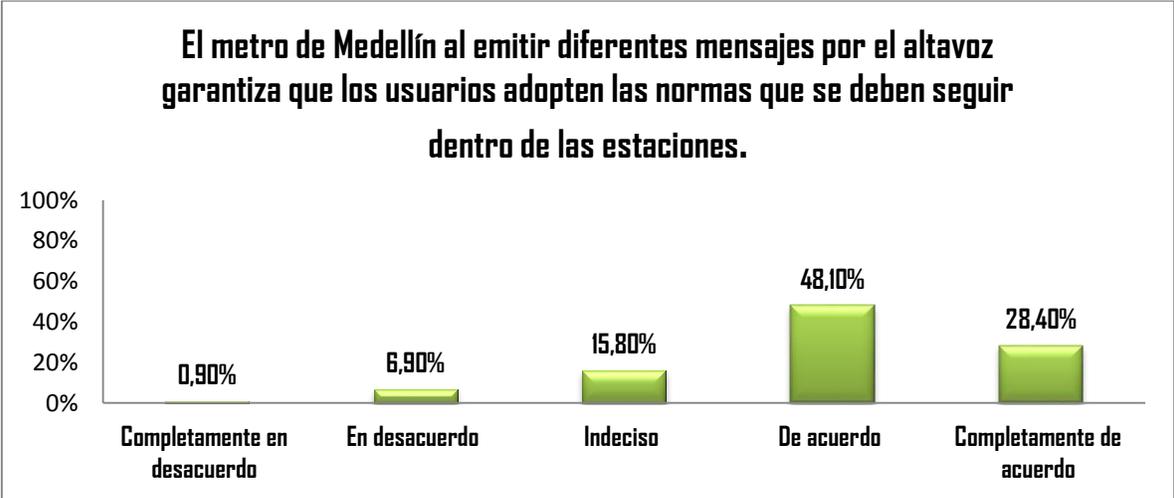
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

Cuando se presta un buen servicio a una comunidad, las personas de esta así lo hacen saber, y es de esta manera como la red de clientes de un establecimiento puede crecer, con propaganda no paga, es decir, por medio de la recomendación de quien hizo uso de un determinado servicio, por esta razón la importancia de la atención al cliente, de vender productos o prestar servicios de calidad, para que la reputación de la empresa crezca de una buena manera y así mismo los ingresos de los cuales se benefician no solo los dueños, sino también los que gozan de la comodidad y particularidad de los servicios.

En este caso, se planteó que la interacción que resulta entre los usuarios del metro de Medellín trae consigo comentarios agradables acerca del servicio, a lo que el 47,80% de los encuestados afirmaron estar de acuerdo, mientras que el 23,30% se encuentran completamente de acuerdo, teniendo un alto porcentaje (71.1%) de concordancia en este punto. De esta manera, mediante las relaciones desarrolladas a partir del uso de este sistema de transporte, se generan buenas referencias sobre el servicio que presta el Metro de Medellín, aumentando la buena reputación del mismo.

Por otra parte, el porcentaje restante se divide entre usuarios que se encuentran indecisos (19,40%), en desacuerdo (7,80%), completamente en desacuerdo (1,50%) y NR (0,30). En este sentido, según los resultados obtenidos en la encuesta realizada, mediante la buena prestación del servicio, el metro ha logrado que los usuarios plantean durante su interacción en los vagones y estaciones afirmaciones que aseveran la calidad del sistema, lo que genera un buen crecimiento en la reputación de la empresa como excelente opción para la movilidad en la ciudad de Medellín. De esta manera, se ratifica el hecho de que la satisfacción por parte de un cliente o usuario debe ser el objetivo máximo de toda empresa o institución, pues al final, el consumidor es la verdadera razón de ser de toda organización, lo cual ha sido logrado satisfactoriamente por el metro, debido a que su fama ha trascendido de lo local a lo nacional, siendo reconocido como uno de los sistemas de transporte urbano más importantes de Colombia.

Gráfico 22. El metro de Medellín al emitir diferentes mensajes por el altavoz garantiza que los usuarios adopten las normas que se deben seguir dentro de las estaciones



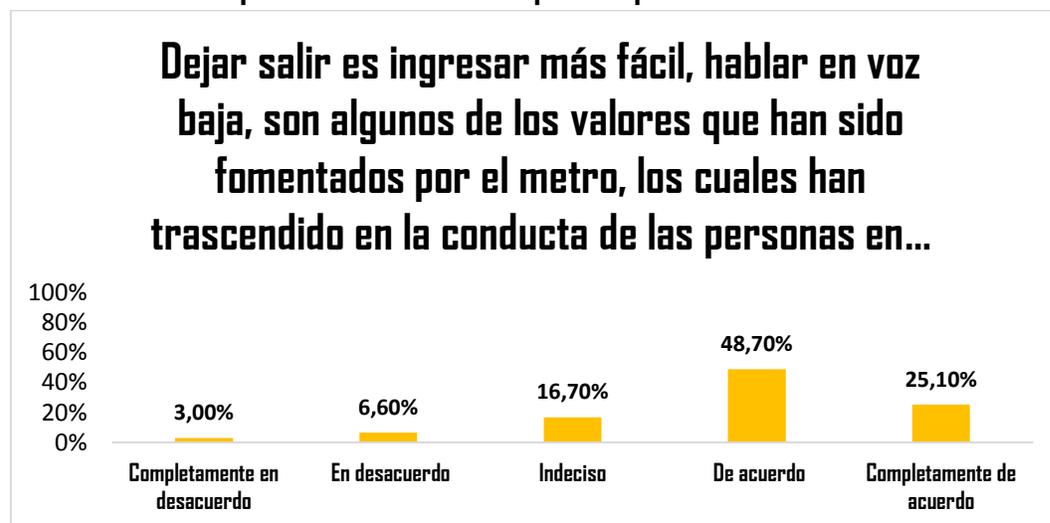
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”

El ser humano por naturaleza ha tenido siempre cierto desdén por las normas, por esta razón, se han tenido que crear algunas herramientas de control que las hagan cumplir. Sin embargo, empresas como el metro de Medellín se han ideado otros elementos complementarios que ayuden con esta labor, en este caso los mensajes emitidos por los altavoces de las estaciones procuran por la apropiación de las normas establecidas, creando cultura mediante un simple ejercicio de repetición.

La percepción de los usuarios acerca de los mensajes emitidos por los altavoces en las estaciones el metro es buena, pues la mayoría de los encuestados (48,10%) están de acuerdo con que esto contribuye con el cumplimiento de las normas que deben cumplirse al hacer uso del sistema de transporte, otro gran porcentaje (28,40%) se encuentra completamente de acuerdo con este método, pues creen que a las personas se les debe recordar el cómo comportarse, pues el ser humano por naturaleza es apático a las reglas.

El porcentaje restante, en menor cuantía se encuentra dividido entre usuarios indecisos (15,80%), en desacuerdo (6,90%) y completamente en desacuerdo (0,90%). Algunos de estos últimos manifiestan que los mensajes no garantizan el cumplimiento de las normas, sin embargo, de algún modo contribuyen con ello, así como también lo hace el ejemplo recibido de otros usuarios que han adoptado la cultura Metro.

Gráfico 23. Dejar salir es ingresar más fácil, hablar en voz baja, son algunos de los valores que han sido fomentados por el metro, los cuales han trascendido en la conducta de las personas en otros espacios públicos

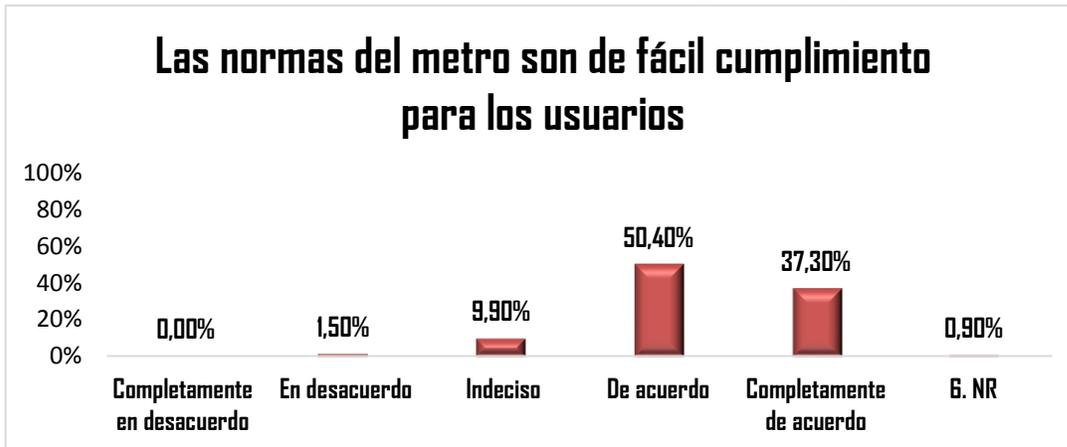


FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación "Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro".

El 48.7% de los encuestados están de acuerdo con que los valores que fomenta el metro han trascendido a otros escenarios públicos, el 25.1% están totalmente de acuerdo, lo que representa que en las percepciones de las personas consideran que estos valores han estado reflejados en la convivencia ciudadana de la ciudad de Medellín.

La cultura metro ha establecido dentro de sus parámetros de conducta, diferentes aspectos que los usuarios deben acatar para el uso del metro, para mantener su seguridad dentro de sus instalaciones, y para establecer una buena convivencia entre los usuarios del sistema de transporte, de esta manera a través de los valores corporativos fomentados a través de la Cultura Metro, los usuarios creen que estas buenas conductas han trascendido en otros escenarios de la ciudad.

Gráfico 24. Las normas del metro son de fácil cumplimiento para los usuarios



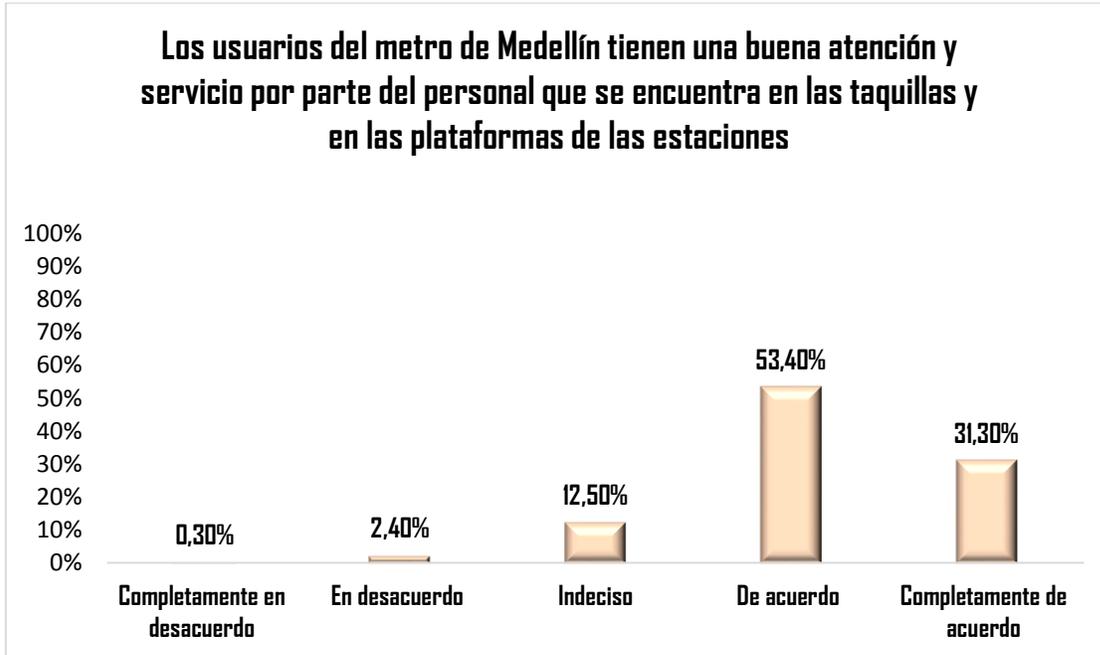
FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

En este ítem, el 50.4% están de acuerdo con que las normas del metro son de fácil cumplimiento, el 37.3% están completamente de acuerdo, lo cual refleja que lo usuarios en general no sienten dificultad para cumplir con las normas. Sólo un 1.5% consideran estar en desacuerdo y un 9.9% están indecisos acerca de esta apreciación.

El metro de Medellín, a través de diferentes estrategias pedagógicas ha implementado campañas que permiten regular los comportamientos de los usuarios, posibilitando de esta manera minimizar los riesgos y facilitar la movilidad dentro de las estaciones, a través del Boletín 11 del 2009 el metro hace oficial su campaña de “Dejar salir es ingresar más fácil”, la han implementado a través de material educativo impreso y diálogo directo, además

reportan que los usuarios han acogida de buena manera esta normatividad.[En línea]: Tomado de: <https://goo.gl/L8crJt>. Consultado: 26/05/2015 Hora:8:15 a.m.

Gráfico 25. Los usuarios del metro de Medellín tienen una buena atención y servicio por parte del personal que se encuentra en las taquillas y en las plataformas de las estaciones

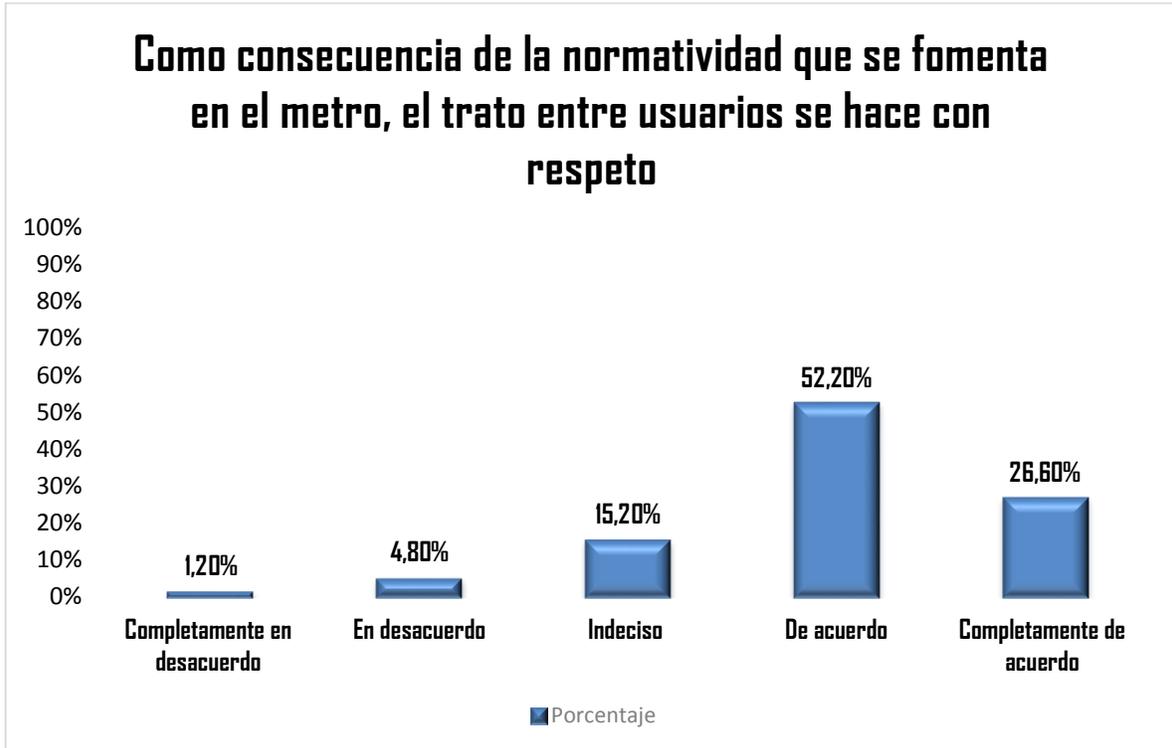


FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

Al interactuar con los empleados del sistema de transporte Metro, el 53.4% de los usuarios están de acuerdo con que éstos le brindan un buen servicio, y un 31.3% están completamente de acuerdo, representando un total de 84.7% de todos los encuestados, sólo un 2.4% están en desacuerdo y un 12.5% están indecisos, lo anterior da cuenta que servicio y la atención al cliente de los empleados del metro hacia los usuarios tienen una buena aceptación entre los usuarios.

Desde el ingreso de cada estación, al pasar por las taquillas, los torniquetes y en las plataformas para el acceso de los vagones, cada usuario se encuentra con diferentes empleados del metro, los cuales guían y verifican que los usuarios estén acatando de manera correcta la normatividad exigida por este sistema de transporte, éstas personas al dirigirse a los usuarios en lo que demuestra la encuesta es que se ha realizado a través de una buena atención y la experiencia en general ha sido satisfactoria.

Gráfico 26 Como consecuencia de la normatividad que se fomenta en el metro, el trato entre usuarios se hace con respeto



FUENTE: Encuesta para trabajo de investigación “Estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro”.

Sobre este ítem, el 52.2% están de acuerdo y el 26.6% están completamente de acuerdo, representando un 78.8% del total de los encuestados, de otra manera un 15.2% se muestra indeciso frente a este enunciado. Toda la implementación de campañas de fomento al respeto entre usuarios y de acato de la normatividad establecida en este sistema de transporte ha permitido que la relación entre usuarios sea llevada con respeto, lo cual se refleja en una sana convivencia, sin embargo al realizar las encuestas el 4.8% que no está de acuerdo con este enunciado manifestó que en las horas picos, por la gran saturación que se presentan en la estaciones, la relación entre usuarios se torna un poco agresiva por el querer lograr ingresar a los vagones, lo cual se hace incómodo ese momento.

En general la percepción de los usuarios frente a este planteamiento, consideran que la relación entre usuarios se hace con respeto, lo cual refleja una buena convivencia al momento de interactuar en los diferentes espacios del sistema de transporte, las normas que se emiten a través de los altavoces y los diferentes empleados que se encuentran disponibles para el acato de ésta, permite regular de manera efectiva los comportamientos

de los usuarios generando de esta manera un control público para mantener la seguridad en las diferentes estaciones.

CONCLUSIONES

Este estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín acerca de la cultura metro, refleja la manera en la que dicha cultura ha incidido en la forma de interactuar de las personas que hacen uso cotidiano de este medio de transporte, debido a que en la medida en la que se ha vuelto reiterativo el escuchar y actuar de forma regulada, genera comportamientos positivos frente a la interacción constante con las demás personas.

Los usuarios del Sistema de Transporte Masivo de la Ciudad de Medellín Metro, perciben en el uso cotidiano algunas experiencias agradables y algunas no tanto, sin embargo, reconocen que es un medio de transporte que garantiza el traslado de un lugar a otro en menor tiempo que otros sistemas de transporte de la Ciudad; de tal manera el proceso que adelanta permanentemente la dirección de este sistema de transporte mediante la implementación de la “cultura metro” asume diversas realidades que han permitido que los usuarios adopten dichas prácticas.

En este sentido, algunos usuarios consideran que la cultura metro, es sin lugar a duda un elemento fundamental a la hora de interactuar con otras personas dentro de este medio de transporte, pues es una forma de regular los comportamientos de quienes se transportan allí para hacer del viaje un momento agradable y tranquilo, que no solo garantice el normal funcionamiento del metro, sino también que garantice la seguridad de quienes hacen uso permanente del mismo.

Otro aspecto fundamental, es que se evidencia la inclusión y aceptación que tienen los usuarios por las oportunidades y/o facilidad de acceso de la personas de la ciudad independiente de sus condiciones socioeconómicas, pues el costo de los viajes se ajusta fácilmente a la economía de los usuarios y además porque cuenta con un sistema de transporte integrado que garantiza accesibilidad y se adecúa a las necesidades de los ciudadanos, incidiendo en que algunos usuarios incluso lo tengan como primera opción de transporte público en Medellín.

Del mismo modo, es importante mencionar que los usuarios consideran que este sistema de transporte es uno de los más ágiles de la ciudad, debido a que garantiza largos desplazamientos en menor tiempo comparado con otros medios de transporte, lo cual sin duda es importante para los ciudadanos, debido a que las labores diarias ameritan desplazamientos a diferentes puntos de la ciudad para cumplir con los compromisos cotidianos, y al hacer uso de este medio de transporte lo pueden lograr porque no tienen que tolerar los trancones que se hacen en la ciudad, pues el metro cuenta con la infraestructura necesaria para su desplazamiento sin interferencias con otros medios de transporte.

Frente a lo anterior, cabe mencionar que pese a que este medio de transporte cuenta con gran infraestructura que garantiza el acceso, la mayoría de los usuarios consideran que pese a ser un medio de transporte tan efectivo, aún tiene fallas en cuanto a su capacidad en los horarios picos, pues generalmente son horas de gran confluencia de usuarios, que impide que las personas puedan acceder fácilmente tanto a las estaciones, como a los vagones, debido a que las largas filas hacen mucho más demorado y difícil el acceso a este medio de transporte, lo cual es más complejo para las personas que tienen algún tipo de limitación física, por consiguiente algunos usuarios sugieren que se busque una pronta solución para que el servicio sea más completo.

No obstante, para los usuarios encuestados el metro es de los sistemas de transporte público más seguros de la ciudad, ya que en éste no es cotidiano los hurtos, ni los accidentes, debido a que la estructura física y la cultura del metro están enfocadas en brindar seguridad a los usuarios, influyendo incluso en el cuidado propio que debe tener cada ciudadano con sus pertenencias, para garantizar que el viaje sea agradable y sin contratiempos.

Por otro lado, es preciso mencionar que además de los beneficios que tiene este medio de transporte para el traslado de los usuarios al interior de la ciudad, tiene algo muy particular que lo diferencia de otros medios de transporte, y es la “cultura metro”, la cual da un significado diferente al metro de Medellín, debido a que por medio del sistema de altavoces ubicado tanto en las estaciones, como en los vagones, se logra hacer las recomendaciones permanentes a los usuarios para que el uso del metro se haga con respeto y con responsabilidad.

De acuerdo a la percepción de los usuarios, la cultura metro ha incidido en que los ciudadanos que hacen uso de este sistema de transporte se adapten fácilmente a las normas de comportamiento particulares del metro, debido a que al ser permanentemente recordadas, la mayoría de las personas están atentas a ellas y las cumplen logrando el fin de las mismas, permitiendo regular los comportamientos al interior del sistema de transporte, para evitar inconvenientes en el servicio ofrecido por el metro.

Dichas normas son incluso en algunos casos llevadas a la práctica en otros espacios públicos, debido a que en la medida en que se realizan cotidianamente se van incorporando en el actuar cotidiano de los ciudadanos para contribuir al orden, por lo cual varias de las personas encuestadas manifiestan que es uno de los aportes que ha hecho el metro a la ciudad, pues en cierta medida consideran que se mejora la convivencia ciudadana.

No obstante, otros usuarios consideran que el actuar de las personas va más allá de las normas que son recordadas permanentemente por los altavoces, pues consideran que los comportamientos de las personas tienen relación con los valores aprendidos en el hogar; las normas del metro son acatadas por la mayoría de los usuarios, existen todavía algunos usuarios que no las respetan, sin embargo, dichas personas pueden sentir inmediatamente el rechazo de los demás usuarios del sistema de transporte, pues la mayoría han interiorizado tanto la cultura metro, que rechazan los comportamientos que van en contra de dicha cultura porque perturban la tranquilidad de la mayoría de usuarios.

En general, la percepción de los usuarios acerca de la cultura metro es positiva, pues la mayoría de ciudadanos de Medellín se sienten orgullosos de tener este sistema de transporte, por consiguiente cuando hacen referencia al mismo, lo hacen aludiendo todos los aspectos positivos que tiene, por tanto, la mayoría de las personas encuestadas manifiestan que el metro además de cumplir con un desplazamiento rápido y seguro, cuenta con el personal idóneo que está presto a brindar un servicio con calidad y oportunidad para todos los usuarios.

RECOMENDACIONES

Luego de darle lectura a los resultados de la encuesta, se presentan algunas apreciaciones generales que dan cuenta de las sugerencias que los usuarios tienen para alcanzar un mayor nivel de satisfacción a la hora de hacer uso del metro, a continuación se describen algunas recomendaciones:

- Es importante que el metro de Medellín genere soluciones al colapso que se está presentando en las horas pico, si bien la gran mayoría de los usuarios encuestados tienen como primera opción de transporte el Metro, cabe resaltar que muchos de ellos hicieron la aclaración de que en esas horas es traumático viajar en él, pero que no desisten de usarlo debido a lo corto y seguro del desplazamiento.
- Hacer recorridos más seguidos de trenes, adquirir nuevos vagones, buscar estrategias de agilidad que permitan descongestionar los espacios en las horas picos, podrían ser algunas de las soluciones a esta problemática.
- Si bien el Metro de Medellín está dirigido a la comunidad en general muchas personas hicieron la observación de que el Metro no es su primera opción de medio de transporte debido a que no hace acercamiento a sus lugares de vivienda y/o trabajo, por esta razón sería importante que a largo plazo se contemple la posibilidad de seguir ampliando el recorrido del sistema hasta cubrir la totalidad de las zonas de la ciudad y sus municipios cercanos.
- Teniendo como precedente que se han hecho varios intentos de eliminar definitivamente el tiquete individual y culturizar a todos los usuarios para que adquieran la tarjeta CIVICA, se hace la recomendación de no eliminarlos, pues los tiquetes son el medio de más fácil acceso para las personas que usan el Metro esporádicamente, por ejemplo los turistas y las personas que no tienen el sistema como primera opción de medio de transporte.
- Se recomienda seguir fortaleciendo la Cultura Metro debido a que los usuarios la han adoptado de manera positiva y hacen uso de esta fuera y dentro del sistema, esto

genera sentido de pertenencia de los usuarios hacia el sistema, genera sentimiento de orgullo y hace que la cultura Metro se vea reflejada en la cultura ciudadana que tanto enorgullece a la ciudad de Medellín; el trato preferencial a los usuarios discapacitados, mujeres con niños en brazos, mujeres en embarazo, ancianos, entre otros, son algunas de las conductas que se exportan hacia los demás ámbitos de los usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arias, P. G. (1 de mayo de 2002). *Books google*. Recuperado el 5 de 10 de 2014, de Books google:<http://goo.gl/yA84Xu>

Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogota: PEARSON.

Espinal, J. F. (2013). *Transiciones e Imbricaciones Estéticas en el Umbral del Metro de Medellín*. Medellín.

Ever José López Cantero, L. M. (2012). *CULTURA CIUDADANA EN COLOMBIA: PERCEPCIÓN DE ESTUDIANTES DE PROGRAMAS UNIVERSITARIOS, TÉCNICOS Y TECNOLÓGICOS*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

García Sánchez, J. A. (2011). Guía técnica para la construcción de escalas de actitud. *Odiseo*, revista electrónica de pedagogía. *Odiseo revista electronica de pedagogía* , 13.

Luna, R. B. (2013). El Concepto de la Cultura: definiciones, debates y usos sociales. *Revista de Claseshistoria* , 24.

Mascareño, A. (2007). *La Sociología de la Cultura " La desconstrucción de lo mapuche"*. CHILE: Centro de estudios Públicos .

Rocha, L. F. (2012). *ESTUDIO DE PERCEPCION DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE OCCIDENTE JORNADA NOCTURNA SOBRE EL IMPACTO DEL SITM-MIO EN LA CULTURA CIUDADANA DE SANTIAGO DE CALI (VALLE DEL CAUCA)*. Santiago de Cali.

Ruiz, Y. B. (2012). La investigación sobre cultura organizacional en Colombia. *REVISTA DIVERSITAS - PERSPECTIVAS EN PSICOLOGÍA - Vol. 8, No 2, 2012 Universidad Nacional de Colombia* , , 23.

Saboya, S. C. (2009). *EL USO SOCIAL DEL ESPACIO PÚBLICO Y SUS VINCULOS CON EL SISTEMA INTEGRADO DE TRANSPORTE MASIVO. CASO: CARTAGENA*. Bogotá.

Anexo A: Consentimiento informado

CONSENTIMIENTO INFORMADO

PROYECTO: ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN ACERCA DE LA CULTURA METRO

INVESTIGADOR: Ayda Milena Osorio Alarca – Alejandra Guarín Ceballos - Zaida Milena Duque Cano

DESCRIPCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN: el sistema de transporte metro y su cultura han generado en la ciudad de Medellín una alternativa de transporte para los ciudadanos en el cual se deben seguir una normas establecidas que han incidido en el comportamiento de los usuarios cuando se encuentran dentro de las estaciones y vagones.

CONDICIONES ÉTICAS DE INVESTIGACIÓN: Dentro de las condiciones éticas para este estudio se encuentran las siguientes:

- **SECRETO PROFESIONAL:** La investigación garantiza el anonimato de los participantes debido a la importancia y respeto a la dignidad y valor del individuo, además el respeto por el derecho a la privacidad. El investigador se compromete a no informar en su publicación ninguna de los nombres de los participantes ni otra información que permitiese su identificación.
- **DERECHO A LA NO-PARTICIPACIÓN:** Los participantes, al estar informados de la investigación y el procedimiento, tienen plena libertad para abstenerse de responder total o parcialmente las preguntas que le sean formuladas y a prescindir de su colaboración cuando a bien lo consideren.
- **DERECHO A LA INFORMACIÓN:** Los participantes podrán solicitar la información que consideren necesaria con relación a los propósitos, procedimientos, instrumentos de recopilación de datos y la proyección y/o socialización de la investigación, cuando lo estimen conveniente.
- **REMUNERACIÓN:** Los fines de la presente investigación son eminentemente formativos, académicos y profesionales y no tienen ninguna pretensión económica. Por tal motivo la colaboración de los participantes en ella es totalmente voluntaria y no tiene ningún tipo de contraprestación económica ni de otra índole.
- **DIVULGACIÓN:** La devolución de los resultados será presentada (por escrito u oralmente) a la institución participante para que sean conocidos por la comunidad. De igual forma los resultados de la investigación serán divulgados al interior de la **Corporación Universitaria –Uniminuto-** y posiblemente en publicaciones. No obstante en estos procesos el secreto profesional se mantendrá sin que se pudiera dar lugar al reconocimiento de la identidad.
- **ACOMPañAMIENTO:** El investigador contará con el acompañamiento permanente de una asesora en investigación, quién brindará la asesoría teórica, metodológica y ética pertinente para la realización del trabajo.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Yo: _____

Certifico que he sido informado(a) con la claridad y veracidad debida respecto al curso y proceso de la investigación, sus objetivos y procedimientos. Que actúo consciente, libre y voluntariamente como participante de la presente investigación contribuyendo a la fase de recolección de la información. Soy conocedor (a) de la autonomía suficiente que poseo para abstenerme de responder total o parcialmente las preguntas que me sean formuladas y a prescindir de mi colaboración cuando a bien lo considere y sin necesidad de justificación alguna. Que se respetará la buena fe, la confidencialidad e intimidad de la información por mí suministrada, lo mismo que mi seguridad física y psicológica.

FIRMA INVESTIGADOR

C.C.

FIRMA INVESTIGADOR

C.C.

FIRMA INVESTIGADOR C.C.

Anexo B: Instrumento aplicado a los usuarios del Sistema de Transporte Masivo – Metro -

	<p>CORPORACION UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS - Uniminuto - Facultad de Educación Abierta y a Distancia</p>
---	--

ENCUESTA DE APLICACIÓN A LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO – METRO – DE LA CIUDAD DE MEDELLÍN

Proyecto: ESTUDIO DE PERCEPCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE MASIVO DE LA CIUDAD DE MEDELLIN –

Objetivo del proyecto: Realizar un estudio de percepción de los usuarios del sistema de transporte masivo de la ciudad de Medellín, permitiendo la generación de una autoevaluación de la cultura metro y su relación con la cultura organizacional.

Instrucciones de diligenciamiento:

La presente encuesta se realizará teniéndose en cuenta los siguientes temas: usuario, percepción, sistema de transporte masivo, cultura y cultura Metro

- El instrumento tiene una escala de respuesta de 1 a 5, categorizadas de la siguiente manera:

1.	2.	3.	4.	5.
Completamente en desacuerdo	En desacuerdo	Indeciso	De acuerdo	Completamente de acuerdo

- Marque con una X la respuesta que usted considere correcta de acuerdo al enunciado planteado y a las opciones dadas.
- Sea honesto en las respuestas dadas en cada uno de los enunciados.
- Si tiene alguna inquietud o duda al respecto, remitirse a Ayda Milena Osorio Alarca, Alejandra Guarín Ceballos o Zaida Milena Duque Cano
- **Email:**estudiodepercepcion1@gmail.com

I. Datos generales

- Nombre de la Estación del Metro _____
- Género: 1. Masculino _____ 2. Femenino _____
- Estrato socio económico:
1. Uno _____ 2. Dos _____ 3. Tres _____ 4. Cuatro _____ 5. Cinco _____ 6. Seis _____
- Edad:
1. Menor de 20 años _____ 2. 20 a 30 años _____ 3. 30 a 40 años _____

4. 40 a 50 años _____ 5. 50 a 60 años _____ 6. 60 años en adelante _____

5. Nivel educativo
 1. Primaria _____ 2. Bachiller _____ 3. Técnico _____ 4. Tecnólogo _____
 5. Profesional _____ 6. Especialista _____

6. Ocupación 1. Estudiante _____ 2. Empleado _____ 3. Independiente _____ 4. Otro
 _____ Cual? _____

N°	PREGUNTA	1	2	3	4	5
1	La cultura Metro ha influido para que los ciudadanos de Medellín regulen su comportamiento					
2	El viajar en el metro de Medellín es un desplazamiento agradable					
3	Los usuarios del Metro respetan las normas que existen en sus diferentes estaciones					
4	Los ciudadanos de Medellín tienen como primera opción de transporte público al Metro					
5	Los mensajes que se emiten a través del altavoz del metro permiten que los usuarios tengan mayor comprensión de las normas que deben seguir al hacer uso de este sistema.					
6	El Metro cumple a cabalidad con el servicio que ofrece					
7	El servicio del metro es ágil					
8	El metro de Medellín cumple con la calidad del servicio ofrecido					
9	El metro de Medellín garantiza el fácil acceso a las estaciones					
10	Los usuarios del metro tienen fácil acceso a los vagones					
11	Los usuarios del metro se sienten seguros cuando hacen uso de este sistema de transporte					
12	El costo de un viaje en metro es más económico comparado con otros sistemas de transporte					
13	La cultura metro ha fomentado que se mejore la convivencia ciudadana en la ciudad de Medellín					
14	Los comportamientos y normas aprendidas en el núcleo familiar favorecen las relaciones entre los usuarios del metro					
15	La interacción que resulta entre los usuarios del metro de Medellín trae consigo comentarios agradables acerca del servicio					

16	El metro de Medellín al emitir diferentes mensajes por el altavoz garantiza que los usuarios adopten las normas que se deben seguir dentro de las estaciones					
17	Dejar salir es ingresar más fácil, hablar en voz baja, son algunos de los valores que han sido fomentados por el metro, los cuales han trascendido en la conducta de las personas en otros espacios públicos.					
18	Las normas del metro son de fácil cumplimiento para los usuarios					
19	Los usuarios del metro de Medellín tienen una buena atención y servicio por parte del personal que se encuentra en las taquillas y en las plataformas de las estaciones.					
20	Como consecuencia de la normatividad que se fomenta en el metro, el trato entre usuarios se hace con respeto.					