

RESUMEN

Este trabajo de investigación es un estudio científico, de orden descriptivo, longitudinal acerca de los factores de calidad que inciden en el momento de decidir por un servicio de movilización de taxi, en especial el denominado taxi ejecutivo; circunscrito en la ciudad de Guayaquil, en el período comprendido entre el año 2012 y 2014 para desarrollar una propuesta de innovación en esta modalidad. La hipótesis a validar es “La utilización de los factores de calidad que influyen en la decisión de uso en el servicio de taxi ejecutivo por parte de los operadores dará como consecuencia mejores servicios en beneficio de la colectividad”. El tema propuesto se divide en seis secciones, una introductoria, cuatro capítulos y una última sección de anexos (entrevistas); el primer capítulo es el marco teórico, el segundo la situación actual, el tercero es la metodología y análisis de los resultados de las encuestas realizadas tanto en el año 2012 como en el año 2014, el último capítulo da la propuesta, con sus conclusiones y recomendaciones. El objetivo final es desarrollar una propuesta de innovación para el servicio de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil a través de la utilización de los factores de calidad que inciden en la decisión de uso del mismo para brindar mejores alternativas de servicio a la colectividad.

Palabras claves: taxi, taxi ejecutivo, factores de calidad

ABSTRACT

This research is a longitudinal scientific study of descriptive order, about the factors that affect quality deciding mobilization for taxi service, especially the so-called Executive Taxi; circumscribed in the city of Guayaquil, in the period between 2012 and 2014 to develop a proposal for innovation in this mode. Validate the hypothesis is "The use of quality factors that influence the decision to use in the service of executive taxi operators will result in better services for the benefit of the community". The proposed topic is divided into six sections, an introduction, four chapters and a final section of annexes (interviews); The first chapter is the theoretical framework, the second the current situation, the third is the methodology and analysis of results of surveys conducted both in 2012 and 2014, the last chapter gives the proposal, with its conclusions and recommendations. The ultimate goal is to develop a proposal for innovation in the service of executive taxis in the city of Guayaquil through the use of quality factors that influence the decision to use it to provide better alternatives for service to the community

Key words: taxi, taxi-executive, quality factors

Análisis de los factores de calidad que inciden en el uso del servicio de movilización denominado Taxi-Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil entre los años 2012 y 2014 para desarrollar una propuesta de innovación en esta modalidad.

La propuesta de investigación titulada “Análisis de los factores de calidad que inciden en el uso del servicio de movilización denominado Taxi-Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil entre los años 2012 y 2014 para desarrollar una propuesta de innovación en esta modalidad”, tiene como meta el comprobar o desechar la hipótesis que dice: “La utilización de los factores de calidad que influyen en la decisión de uso en el servicio de taxi ejecutivo por parte de los operadores dará como consecuencia mejores servicios en beneficio de la colectividad”.

Este estudio es científico, no experimental de orden descriptivo y longitudinal; y se deriva de un estudio anterior denominado “Línea Base para identificar las necesidades de uso del servicio de movilización de Taxi Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil (Lituma, 2012).

Se la ha dividido en cinco secciones; la primera es una introducción en la cual se manifiesta el planteamiento del problema, sistematización del problema, su justificación, sus objetivos, la hipótesis a corroborar con sus variables.

A continuación está el primer capítulo el cual es el marco teórico en sí y trata sobre la calidad de servicio del taxi y sus factores a considerar en el mundo, en el Ecuador; los modelos de servicio y finalizando el capítulo la oferta y demanda existente en nuestro medio de esta modalidad de movilización.

En el segundo capítulo se pormenoriza la situación actual del taxi en el Ecuador, se segmenta los mercados y modelos de servicio, aparte se revisa las diferentes modalidades de movilización de taxi en el mundo para realizar un benchmarking y por último se da

un vistazo a las diferentes aplicaciones móviles que han cambiado la forma de solicitar una unidad de taxi en el mundo y que están dando sus primeros pasos en nuestro Ecuador, con énfasis en Guayaquil.

La tercera sección abarca lo concerniente a la metodología de la investigación aplicada en esta propuesta, comienza explicando el método empírico analítico, el inductivo y longitudinal. Se detalla la fuente de datos, se determina cual es la población y la muestra a utilizarse en la encuesta. Se determina los segmentos a estudiarse y se procede con el análisis de las variables estudiadas tanto en el período 2012 como en el período 2014. A este análisis se lo acompaña con tablas y gráficos de cada una de los factores investigados. Entre el análisis de las variables del año 2012 y 2014 se presenta la Línea Base creada en el estudio anterior.

Por último en el cuarto capítulo se hace la propuesta, un análisis causa – efecto, Diagrama de Ishikawa de cada una de las variables a estudiarse. Luego se hace una diferenciación gráfica de los resultados que arrojaron en el año 2012 versus los del año 2014.

Utilizamos para elaborar una propuesta de innovación en la modalidad de servicio de taxi ejecutivo, la herramienta denominada “**océanos azules**”, la cual determinará una forma más eficiente de usar sus gestiones e innovando con nuevos procesos, siempre en unión de los resultados del cuestionario.

El capítulo termina con las conclusiones y recomendaciones dirigidas a los actores involucrados en esta modalidad de servicio.

Se destaca que las entrevistas efectuadas a los diferentes dirigentes, choferes y usuarios están en la sección de Anexos.

Planteamiento del Problema

La oferta de servicios de taxis en el Ecuador y en especial en Guayaquil antes del año 2000 se circunscribía a un universo de cooperativas reguladas a través de asociaciones provinciales y nacionales y estas a su vez daban cuenta al entonces Ministerio de Bienestar Social, como es de suponer al ser regulados por el estado por lo general tenían y tienen una gran componenda política estas agremiaciones.

La oferta en sí era por lo general muy pobre no en unidades sino en el servicio, vehículos viejos de hasta 20 años atrás, pésimo trato del conductor, en la costa sin aire acondicionado y sin regulación en las tarifas, por lo general y hasta la actualidad se negocia el valor de la carrera en nuestra ciudad (Lituma, 2012).

La historia se revierte cuando un grupo de empresarios crean en Quito en el año 2000 una compañía de servicio de movilización de puerta a puerta con chofer con vehículos de lujo y lo replican el modelo de negocio en el año 2002 en la ciudad de Guayaquil (Cepeda & Zuñiga, 2004).

Todo esto conllevó a que la empresa privada encontrara un nicho de negocio que luego se convirtió en una oferta desordenada de este servicio tanto de los entes privados (compañías) como en el servicio de taxis convencional (cooperativas) por lo exitoso del modelo.

A partir de Agosto del año 2008 la Asamblea Nacional incluye dentro de la denominada Ley De Tránsito la modalidad de servicio de Taxis Ejecutivos; el cual intenta regular este servicio que venía creciendo de una forma muy desordenada y que amenazaba de forma directa al tradicional taxi cooperado.

En Mayo del 2010 después de tres postergaciones la Consultora Vera & Asociados dictamina cuantos taxis de esta modalidad necesitan cada ciudad sin revelar la metodología y parámetros usados (Diario El Universo, 2011).

Cabe recalcar que este estudio se realizó entre los meses de Diciembre del 2009 a Marzo del 2010 en las quince ciudades más grandes y se usó estimaciones para otras quince, lo cual hace prever que los estudios son superficiales, sesgados y no ayudan para tomar decisiones estratégicas por parte de los operadores de este servicio.

En el año 2012 se realiza un trabajo de investigación denominado “Línea Base para identificar las necesidades de uso del servicio de movilización de Taxi Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil”, en la cual intenta suplir esta falencia e intentó recopilar de forma ordenada datos sobre este servicio y que servirá como base para el seguimiento de la investigación.

En resumen el crecimiento desordenado y explosivo del servicio de taxis ejecutivos en el Ecuador y en especial en la ciudad de Guayaquil, no ha permitido que los operadores de esta modalidad de taxi cuenten con información pública, confiable y actualizada que les permita diseñar estrategias pro mejoras para beneficios de la colectividad.

Formulación y Sistematización del Problema

La realización de este trabajo de investigación de tesis es circunscrita a la ciudad de Guayaquil y comprende el período entre los años 2012 y 2014. Se necesita la recopilación tanto de fuentes primarias como secundarias y su formulación queda así:

¿Cuáles son los factores de calidad en los servicios de taxis, en especial en la modalidad de taxi ejecutivo en la ciudad de Guayaquil en los años 2012 y 2014, que no han sido satisfechos por parte de los operadores que impiden un mejor servicio a la sociedad?

La sistematización de la investigación se basa en las siguientes preguntas acerca de ésta modalidad de este servicio.

¿Cuáles son las modalidades de servicio de movilización de taxis y sus porcentajes de aceptación por parte del mercado meta en la ciudad de Guayaquil en los años estudiados?.

¿Cuáles son los factores de calidad que más incidieron en la elección de uno u otro servicio de movilización de taxi en los años investigados?.

¿Cuáles son las empresas líderes que prestan el servicio de movilización de taxi ejecutivo en la ciudad de Guayaquil tanto en el año 2012 como el 2014?.

Justificación del Proyecto

Justificación Teórica

El servicio de movilización denominado Taxi – Ejecutivo, nació de la necesidad de suplir una demanda latente en los años 2000, esto es un servicio moderno, confortable y especialmente “seguro”. El mismo al ser exitoso se replicó y dejó de ser un nicho de mercado para convertirse rápidamente en un gran mercado que a su vez dio como resultado que muchísimos más actores copiaran el modelo de negocio y amenazaran la hegemonía de agrupaciones poderosas tanto en lo económico como en lo político.

Este crecimiento muy acelerado y desordenado de esta modalidad de servicio se la trató de frenar por las agrupaciones de cooperativas de taxis convencionales a través de presiones de entes reguladores estatales y directamente al gobierno para que este los regularice; lo cual en esencia no es malo, todo lo contrario es muy provechoso para todas las partes involucradas.

Este proceso comenzó en el año 2008 después de algunos años de haber comenzado operaciones esta modalidad de servicio; pero esta normalización se ha dado sin estudios de factibilidad y de mercado que sean de conocimiento público; sin conocer que los mismos sean acordes a la realidad local y nacional (Diario El Universo, 2010).

La presente investigación tratará de cuantificar e identificar de una manera objetiva los factores que impactan a este servicio en la ciudad de Guayaquil en los años 2012 y 2014 brindando una alternativa de innovación para esta modalidad de servicio.

Justificación Metodológica

Esta propuesta de investigación será científica, de corte descriptiva, exploratoria no experimental y de diseño longitudinal.

Se dice descriptiva o también estadística ya que describen los datos y características de una población o fenómeno en nuestro caso los factores de calidad que inciden en la elección de uno u otro servicio de movilización denominado taxi-ejecutivo en la ciudad de Guayaquil en el transcurso del período del 2012 y 2014.

Es exploratoria ya que la información existente es limitada a solo un par documentos públicos, no experimental ya que no se manipula las variables y longitudinal ya que parte de un estudio anterior efectuado en el año 2012.

La información se obtendrá a través de fuentes primarias como son encuestas, entrevistas con su posterior análisis e interpretación, así mismo se cotejará con las fuentes secundarias.

Justificación Práctica

La regularización de esta modalidad de servicio es beneficiosa para todas las partes siempre y cuando dichas normalizaciones sean basadas en datos confiables, verídicos y actuales y por lo que se ha expuesto hasta el momento esto no ha ocurrido.

Por lo cual la presente tesis ayudaría a todos los interesados en tener un conocimiento actual, confiable y verídico sobre el giro de este negocio, además indicaría a las empresas como auto-regularse al contar con cifras exactas de preferencias del consumidor, de competidores, top mind, necesidades insatisfechas entre otras.

Todo esto beneficiaría en ambos sentidos ya que el usuario contaría con nuevos servicios y las empresas conseguiría nuevas oportunidades de negocios.

La hipótesis propuesta en este trabajo de investigación; implicaría primero una clara desaceleración de la innovación de servicios por parte de los oferentes; segundo, esto a su vez repercute de forma negativa en los usuarios, tercero estaríamos observando un caso real de mercado confirmando *“La teoría de equilibrio de Nash”*, por último se dará una propuesta de innovación.

Con los antecedentes expuestos creemos tener varios justificativos para la presente investigación, considerando necesario el tener reunidas en un solo documento cifras exactas y reales de este servicio que se ha consolidado y que ha conllevado a un cambio de preferencias en los hábitos de los usuarios de taxis en la ciudad de Guayaquil en el período comprendido entre los años 2012 y 2014.

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Desarrollar una propuesta de innovación para el servicio de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil a través de la utilización de los factores de calidad que inciden en la decisión de uso del mismo para brindar mejores alternativas de servicio a la colectividad

Objetivos Específicos

Determinar los porcentajes de uso por modalidad de servicio de taxis a través del trabajo de encuestas para conocer preferencias y gustos de los usuarios del mercado meta.

Especificar las cualidades que el usuario más aprecia en el momento de decisión entre una modalidad de servicio de taxis u otra a través de encuestas al mercado meta para determinar los cambios suscitados a través del período 2012 al 2014 en la ciudad de Guayaquil.

Señalar necesidades satisfechas y latentes de los usuarios basándonos en los resultados de las encuestas para identificar oportunidades de negocio.

Precisar las empresas y/o cooperativas líderes del mercado fundamentada en las respuestas a la encuesta para precisar el nivel de penetración de las mismas.

Hipótesis

“La utilización de los factores de calidad que influyen en la decisión de uso en el servicio de taxi ejecutivo por parte de los operadores dará como consecuencia mejores servicios en beneficio de la colectividad”.

Variables de la Hipótesis

Variable Independiente	Utilización de los factores de calidad
Variable Dependiente	Servicios de los operadores taxi ejecutivo

CAPITULO UNO – MARCO TEÓRICO

1.1.- Calidad en el servicio de taxi

1.1.1.- Calidad de servicio de taxis en el mundo.-

Las modalidades de servicio de taxis en el planeta son tan diferentes y a la vez tan iguales; esto se debe a que su finalidad primaria es la transportación de uno o un grupo pequeño de pasajeros por contrato. La diferenciación en su calidad es intrínseca y personal para cada usuario pero se la puede agrupar en algunas categorías que son comunes entre los consumidores y que de acuerdo a la encuesta anual que realiza Hotels.com a través de su canal web están serían (CNN en español, 2013):

1. Seguridad
2. Precio
3. Conocimiento de la zona
4. Disponibilidad
5. Calidad de la conducción
6. Limpieza
7. Amabilidad del chófer

En esta investigación se entrevistó a más de 2.500 usuarios de 30 países diferentes y lo que primero se determinó era la importancia que cada usuario otorgaba a cada categoría dando a la seguridad con un 23% la más alta prioridad, siguiendo de cerca el precio con un 20%, a continuación tenemos el conocimiento de la zona en un 17%, la disponibilidad de unidades en un 14%, calidad de conducción en un 11%, limpieza un 8 % y finalmente la amabilidad con 7%.

Se debe acotar que la amabilidad es una categoría no tan prioritaria entre los europeos y norteamericanos por su idiosincrasia, cosa totalmente opuesta entre los latinos que esta categoría reviste de mayor grado de importancia en el contexto general.

De acuerdo a este ranking el servicio de taxis de la ciudad de Londres por sexta vez consecutiva han obtenido el primer lugar en preferencias y esto se debe a los altos requerimientos y estándares que debe pasar un chófer aspirante para poseer una licencia de taxista en esa ciudad y los cuales se catalogan como los más exigentes en el mundo.

Como se mencionó en el párrafo anterior los taxis de la capital británica obtuvieron el primer lugar en preferencias y en cinco de las siete categorías propuestas; con excepción del precio y disponibilidad de unidades en la cual los taxis de New York obtuvieron el liderato; a continuación se detalla los cinco primeros lugares de la encuesta con sus porcentajes; efectuada por Hotels.com en el año 2013 (Hotels.com, 2013).

1. Londres (22%)
2. New York (10%)
3. Tokio (9%)
4. Berlín (5%)
5. Amsterdam (4%)
5. Madrid (4%)
5. Ciudad de México (4%)

La encuesta revela datos interesantes al cruzar las variables, como por ejemplo al cotejar precio y calidad la ciudad de Nueva York y Bangkok ocupan el primer lugar de la encuesta con un 20% de aceptación pero esta última ciudad no consta entre las cinco primeras de la lista.

Para terminar se remarca que las cinco categorías en que se distinguieron los taxis negros de Londres fueron seguridad, limpieza con un 23%, conocimiento del área 27%, calidad de conducción 30% y amabilidad del conductor también con un 23%,

1.1.2.- Características del servicio de taxis en el mundo.-

El servicio de taxis en el mundo es generalmente prestado por automóviles sedán, camionetas y/o furgonetas, existen casos raros en la cual esta no es la norma como en Venecia que el servicio es prestado por lanchas o como en nuestro país que coexiste el taxi normal con el servicio de taxis de *tricimotos*.

Pero los distintivos en cada país varían, por ejemplo en los colores; en un principio los taxis solo podían ser amarillos o negros pero en la actualidad ésta ya no es una norma rígida y este fenómeno incluye a la emblemática Londres en cuyo caso los taxis ya no son todos del color negro característico sino de todos los colores, existen cerca de 23.000 taxis dando servicio en la actualidad y cada chófer es un ser humano preparado por dos años para ejercer esta profesión en la cual aparte de memorizar cerca de 20.000 nombres de calles, hospitales, museos, centros de atracciones en general, las distancias más cortas entre dos puntos, deben superar el examen denominado “The Knowledge”.

Los conductores deben aceptar cualquier carrera de hasta 12 millas o una hora de duración siempre y cuando sea dentro de la ciudad de Londres pero si la carrera es tomada en el Aeropuerto de “Heathrow” deberá aceptar hasta un máximo de 20 millas, cualquier conductor podrá rechazar una carrera fuera de la ciudad y en caso de aceptarla podrá negociar su coste.

Tienen un tarifario diferenciado en tres categorías de lunes a viernes de 6 a.m. hasta 8 p.m. la segunda tarifa es de 8 p.m. hasta 10 p.m. en esta misma están los días sábados y domingos en horario regular de 6 a.m. a 8 p.m. y la última categoría de precios y más

costosa es todas las noches en horario de 10 p.m. a 6 a.m. con días feriados y festivos (VisitandoEuropa.com, 2014).

Tarifas de los Taxis de Londres				
Distancia	Duración del Viaje	Tarifa 1	Tarifa 2	Tarifa 3
1 milla	5-12 min	£4,20 - £6,20	£4,60 - £7,40	£5,00 - £7,40
2 millas	8-15 min	£6,60 - £9,40	£7,20 - £10,80	£8,00 - £11,00
4 millas	15-30 min	£11 - £15	£13 - £18	£15 - £19
6 millas	20-40 min	£14 - £20	£18 - £22	£21 - £24
Heathrow – Londres	30-60 min	£40 - £70	£40 - £70	£40 - £70

Los taxis en New York son grandes, cómodos, limpios y tienen una pantalla que puedes poner lo que se desee incluyendo un GPS por si las dudas que el conductor lo esté llevando por sitios que no sean los de la ruta.

Son de color amarillo y aunque no suelen escasear en los momentos de lluvia pueden ser el transporte ideal para acceder a lugares casi imposibles. Su tarifario a diferencia de la creencia popular son mucho más económicos, por algo quedaron en primer lugar en preferencias cruzadas costo calidad en las encuestas de Hotels.com; un coste promedio de una carrera en Manhattan es de USD 10. Sus tarifas se resumen de la siguiente manera:

Bajada de bandera	\$2,50
Kilómetro recorrido	\$1,24
Minuto de espera	\$0,40

Impuestos de la ciudad	\$0,50
Horario nocturno de 8 p.m. a 6 a.m.	\$0,50
Valor por hora pico de 4 p.m. a 8 p.m.	\$1,00 (NuevaYork.net, 2014).

Hay algunas singularidades con respecto al servicio de taxis en Japón; Por ejemplo se estima que en ese país existen más de 260.000 taxistas activos de los cuales solamente en Tokio circulan más de 35.000 unidades de 333 compañías diferentes.

Otro detalle a tomar en cuenta es que se cataloga a la carrera que va del aeropuerto “Narita” al centro de la ciudad como la más costosa del mundo ya que su media bordea los 300 dólares, y esto no se debe a que los taxistas sean deshonesto todo lo contrario ellos son muy profesionales y tratarán siempre de ayudar al cliente (CNN Mexico, 2013).

Aparte de ser costoso este servicio en Tokio existe otra gran muralla, el idioma, ya que es raro que un taxista hable inglés.

Cada compañía fija sus propias tarifas pero la media puede estar bajo los siguientes parámetros:

Primeros dos kilómetros	710 yenes o 6,42 euros
Cada 288 mts adicionales	90 yenes o 0,82 euros
Cada 105 seg. de espera	95 yenes

Las tarifas en las noches se recargan entre el 20 al 30%, si se desea contratar un servicio de taxis sin problemas de idioma, se llama a un radio operador y su tarifa mínima es de 12 euros, también existe el servicio de limusina que te lleva del aeropuerto y recorre la ciudad su coste mínimo es de 280 euros por 8 horas.

Los taxis tienen el logotipo de su compañía en el techo y llevan letreros luminosos de color rojo si están libres, amarillos si están ocupados y verdes anunciando que su tarifa es la nocturna (DISFRUTATOKIO, 2014).

En Berlín existen más de 7000 taxis y son fácilmente identificables ya que son vehículos de color crema con un letrero de taxi en la parte superior, todos ellos cuentan con taxímetro. Una carrera promedio del aeropuerto de “Shönefeld” hasta el centro de Berlín es entre 34 a 44 euros.

El arranque es de 3,40 euros y a eso hay que añadir kilómetro recorrido y que su valor en los siete primeros kilómetros es de 1,79 euros los restantes se calculan a razón de 1,28 euros. Ud. Puede acogerse a la carrera mínima que es de 4 euros siempre y cuando lo anuncie antes de embarcarse. Existen vehículos en que su modalidad de pago es la tarjeta de crédito y a estos se los reconocerá por un adhesivo que lo anuncia.

Existen muchas paradas de taxis en esta ciudad donde Ud. puede solicitar este servicio, en el aeropuerto se deben coger solamente los taxis que están en dichas paradas ya que en este lugar hay muchos de los denominados taxis piratas y que cobran en exceso a estos se los reconoce su por su matrícula, ya que los taxis legales la letra en su matrícula es B y el número de licencia está detrás en la luna trasera del vehículo y este número no puede exceder del 8.000 (DISFRUTA BERLIN, 2014).

En Ámsterdam los taxis son de uso recurrente ya que esta ciudad las personas no utiliza muchos vehículos y aunque estos taxis no son de los más vistosos se los puede detectar por un detalle en su placa están deben ser de color azul. También este servicio se lo puede catalogar como el más costoso en Europa y tiene una nueva normativa desde el 1ro de febrero del 2011 el cual se regula por la cantidad de personas y la cantidad de kilómetros que recorra.

Así pues el arranque que incluye los dos primeros kilómetros es de 7,86 euros y posterior a esos 2 Kms. El kilómetro recorrido es de 2,30 euros, pero si en la carrera están cinco o más personas las tarifas cambian a 12,78 euros el arranque con los dos primeros kilómetros y el kilómetro recorrido es su coste 2,64 euros. No se paga por tiempo muerto ya sea por semáforos u otros eventos,

El tiempo de espera cobrable es por detener el vehículo para compras o turismo y su valor asciende a 34,59 euros por hora como tope. Otros recargos dables son el equipaje excesivo, a menos que Ud. salga de la estación Central, llevar mascotas también es motivo de subir los costes. El uso del taxímetro siempre será obligatorio sea o no pactada el precio de la carrera (Holanda Latina, 2014).

En Madrid existen más de 15.000 taxis circulando y en comparación con otras ciudades de Europa lo podemos considerar económico.

A los vehículos que prestan este servicio se los reconoce por qué son de color blanco con una banda roja en la puerta delantera y el cartel de taxi en la parte superior, este letrero estará con una luz verde si está desocupado igualmente ahí indicará que tipo de tarifa está corriendo en ese momento, todos usan taxímetros, tienen servicio para discapacitados y si bien algunos pueden aceptar el pago con tarjeta de crédito esa es la excepción más no la norma.

De lunes a sábado de 6:00 a.m. hasta 21:00 p.m. arranque 2,40 euros, para el resto de los horarios será de 2,90 euros.

De lunes a viernes por kilómetro recorrido en horarios de 6:00 a.m. hasta 21:00 p.m. 1,05 euros para el resto de los horarios será de 1,20 euros. Los extras a considerar son:

Salida del Aeropuerto “Barajas de Madrid”	5,50 euros
---	------------

Salidas de estaciones y trenes	3 euros
Parque Feria Juan Carlo I	2,95 euros
Nochebuena y Víspera de Año Nuevo	6,70 euros (21:00 p.m. hasta 6:00 am, igualmente corren los demás recargos). No hay recargo por equipaje, mascotas, o sillas de ruedas (Tourist Guide Madrid, 2014).

La historia del taxi es larga y extensa en la ciudad de México, desde modelos hasta colores comenzando por los “Fotingos” en los años 20 mitad bus y mitad taxi: siguiendo con el denominado cocodrilo en los años 50, posterior a estos en los 60 los cotorras por su color verde y amarillo; los vochos en los años 70 que eran los Volkswagen escarabajos amarillos o también llamados canarios, también coexistieron unos denominados coral y que eran los de parada, luego los Volkswagen cambiaron a verde.

En el año 2008 Marcelo Ebrard cambio los colores característicos de este servicio a un rojo caramelo con dorado y se los denominó los “Taxis Iron Man” y a los taxis de parada se los puso de color blanco con franja dorada y roja abajo, en el 2010 se instauraron lo taxis color rosa que eran de uso exclusivo para mujeres.

En el año 2012 se activó un servicio de vehículos eléctricos cuya coloración es similar a los bochos de los años 90, verde con blanco (Milenio.com, 2014).

Actualmente hay una nueva normativa para este servicio y deberá completar un cronograma hasta el año 2017 y este reza “El color base del automóvil deberá ser blanco, sobre el cual será aplicado en la parte superior una capa de color rosa Pantone 226C, "hasta 10 centímetros por debajo de las ventanillas de las puertas de la unidad".

Además del rótulo de "Taxi" en las puertas delanteras, tendrá una leyenda de "CDMX CIUDAD DE MÉXICO" en las traseras, cofre y cajuela” (CNN México, 2014).

Se calcula que existen alrededor de 108.000 taxis legales en la ciudad a esto se debe sumar unos 20.000 más ilegales su servicio es con taxímetro pero este valor varía de acuerdo a que si es después de las 10:00 p.m. hasta las 5:00 a.m. se recarga ese valor un 20 %, aunque no es norma que los taxis pidan propina si es dable que si existió la ayuda de ellos con el equipaje se les reconozca un valor entre 5 a 20 pesos (Aeropuertos México.com, 2014).

1.1.3.- Características del servicio de taxis en el Ecuador.-

En los actuales momentos en el Ecuador la ley denominada LOTTTSV o “Ley Orgánica Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial en su artículo 16 dispone que la Agencia Nacional de Tránsito sea el órgano rector y estará encargada de la regulación, planificación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial en todo el país (ANT, 2012).

Dentro de las competencias de este ente, emite la resolución N° 006-B-DIR-2009-CNTTTSV de fecha de 30 de marzo del 2009 en la que incluye a las modalidades de servicio de taxi en el denominado “Reglamento de Transporte Comercial de Pasajeros en Taxi con Servicio Convencional y Servicio Ejecutivo” publicado en el Registro Oficial N° 642 de fecha 29 de julio del 2009 (ANT, 2012).

Para el servicio convencional de taxis en el Ecuador se dispone de la siguiente reglamentación:

- Ser socio de una Cooperativa
- El vehículo deberá estar pintado de amarillo
- Las placas serán de alquiler color naranja.
- Tendrá taxímetro.

- La licencia del propietario y chofer será profesional
- Estar dentro de alguna de las agrupaciones gremiales del ramo.
- La vida útil del vehículo es en la actualidad de 15 años.

1.1.4.- Características del servicio de taxi ejecutivo en el Ecuador.-

De acuerdo a la Resolución N° 068-DIR- 2012-ANT de fecha 14 de noviembre del 2012 reforma el Reglamento de Transporte Comercial de Pasajeros en Taxi con Servicio Convencional y Servicio Ejecutivo y en uso de sus atribuciones conferidas por el artículo 29 dicta el “Instructivo que regula la verificación técnica in situ a las compañías calificadas para prestar el servicio de taxi ejecutivo y que han solicitado el permiso de operación”; el cual en su artículo quinto detalla lo siguiente “Del proceso para la verificación técnica del vehículo”:

- a) Automóviles sedán o Station Wagon desde 1300 c.c. con capacidad de 5 personas, incluido el conductor. El espacio de carga debe tener una capacidad mínima de 0,4 metros cúbicos.
- b) Sin perjuicio de lo mencionado en el literal anterior, se aceptarán también camionetas doble cabina 4 x 2 o 4 x 4 desde 2.000 c.c. en adelante, con capacidad de 5 pasajeros, incluido el conductor, para la Región Amazónica y Galápagos.
- c) Sistema de escape.- Debe respetarse el diseño original del fabricante, su diseño debe ser de una sola salida sin la apertura de orificios u otros ramales de la tubería de escape, no debe disponer cambios de dirección bruscos, invitando de esta manera a incrementar la contrapresión en el escape del motor (Revisión Visual).
- d) Neumáticos.- Debe cumplir con lo establecido en el Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN 011 (Revisión Visual).

- e) Frenos.- Los taxis deben disponer al menos de dos sistemas de frenos de acción independiente uno del otro (servicio y estacionamiento) y por lo menos uno de estos debe accionar sobre todas las ruedas del vehículo y debe cumplir con los requisitos establecidos en las Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN vigentes (Revisión Visual).
- f) Suspensión.- Los vehículos automotores deben disponer de un sistema de suspensión en todos sus ejes o ruedas, respetando todos los diseños originales del fabricante (Revisión Visual).

De los elementos de seguridad activa el mismo reglamento dice:

- a) Sistema de iluminación.- Debe cumplir con lo establecido con la norma técnica ecuatoriana NTE INEN 1155 vigente. No está permitido tanto en el exterior como en el interior la incorporación de luces adicionales de otros colores, luces de neón, de funcionamiento intermitente o con flash (Revisión Visual).
- b) Avisador acústico (bocina).- Será la original del vehículo y se prohíbe por las normas ambientales o la Normas Técnicas Ecuatorianas NTE INEN vigentes, también se encuentra prohibido el uso de bocinas de aire (Revisión Visual y Auditiva).

De los elementos de seguridad pasiva el reglamento dice:

- a) Parabrisas y luneta.- deben cumplir con los requisitos establecidos por la NTE INEN 1669 vigentes y reconocidas por el INEN (Revisión Visual).
- b) Cinturones de seguridad.- todos los asientos deben disponer de asientos de seguridad de acuerdo a lo dispuesto en el reglamento RTE INEN 034 (Revisión Visual).

- c) Asientos y cubiertas internas.- deben mantenerse en correcto estado garantizando la comodidad y seguridad de los usuarios (Revisión Visual).

Acerca de la configuración interna y externa el reglamento dictamina:

- a) Color.- La unidad deberá estar pintada conforma a los anexos II y III de la Resolución N° 172-DIR-2010-CNTTTSV, para Taxi Ejecutivo (Revisión Visual).
- b) El logotipo de la compañía, empresa y/o cooperativa deberá ubicarse en la parte central de cada una de las puertas posteriores, ocupando un área equivalente aa un rectángulo de 30 cm. de ancho y 20 cm. de alto (Revisión Visual).
- c) No está permitida la colocación de sellos o adhesivos adicionales sobre la carrocería parabrisas, ventanas y pantallas protectoras de las luces de los vehículos (faros o lunas).
- d) Se permite un rótulo referido al número de servicio del call center, únicamente en los extremos laterales posteriores de la carrocería, siempre y cuando el espacio lo permita. Este adhesivo deberá colocarse en un espacio aproximado de 30 x 20 cm.
- e) Se permite colocar en la parte superior del parabrisas delantero un adhesivo polarizado (**NO REFLECTIVO**) para protección solar de un ancho máximo de 15 cm.
- f) No está autorizada la colocación de números adicionales al de la habilitación y número de la organización.
- g) Las placas de matrícula del vehículo deberán estar correctamente sujetas y visibles desde el exterior del vehículo. No están permitidos marcos ni elementos que dificulten la visibilidad de la identificación de las placas.

- h) En la parte superior de la cabina deberá estar instalado un letrero luminoso cuya leyenda sea Ejecutivo, el cual dispondrá de un comando independiente del sistema de alumbrado.
- i) En caso de disponer de propaganda adicional, la misma deberá cumplir con las ordenanzas respectivas o autorización del organismo competente, para lo cual deberá entregar el documento habilitante.
- j) En la parte posterior central del asiento delantero se colocará la identificación y fotografía del conductor, matrícula del vehículo, número de taxímetro y nombre de la operadora de transporte.
- k) El número de identificación de la placa deberá ir pintado en el techo del vehículo, según las especiaciones establecidas.

Sobre los elementos de control el mismo dice:

- a) Taxímetro.- Los vehículos deben tener instalados y visible para los pasajeros el taxímetro, debidamente homologado.
- b) Extintor de polvo químico seco del tipo recargable con indicador de carga en rango óptimo de trabajo y dentro del período de vigencia. Debe estar ubicado correctamente dentro del vehículo.
- c) Sistemas de GPS .- los vehículos deben tener instalados y en funcionamiento los sistemas de rastreo satelital .
- d) La impresora.- Los vehículos deben tener instalada y visible para los pasajeros la impresora y esta deberá estar acoplada al taxímetro para la emisión de facturas.

Sobre aditamentos y accesorios adicionales el reglamento reza:

- a) No están permitidos por ningún motivo piezas o aditamentos adicionales que atenten contra la seguridad activa o pasiva del vehículo o transeúntes, tales como alerones, tumba-burros, ganchos, tomas de aire en el capot, dispositivos tuning, etc.
- b) En caso de disponer de una antena adicional para comunicación por radio, ésta deberá ser instalada adecuadamente en el vehículo por razones sobre todo de seguridad (ANT, 2012).

1.2.- Modelos de Servicio de Taxis

El servicio de taxis en el mundo se lo define como un transporte público que permite desplazamientos rápidos, confortables y directos principalmente en zonas urbanas (Lituma, 2012).

Así que se puede prever que existe una gran cantidad de variantes de este servicio desde los que surcan los ríos o los que son pedaleados o son motocicletas convertidas.

Entre los más famosos que surcan los ríos están:

- Water Taxi New York
- Taxi Boat Monteverde Costa Rica
- Taxi Boat Auckland NZ.
- Water Taxi Roko Croatia.
- Taxi Boat Venecia

Y entre los que usan pedales o motocicletas convertidas están:

- Riksha Taxi Lahore Pakistan

- Taxi Goa India
- Coco Taxi Cuba
- Taxi Jaen Perú
- Taxi Hanoi Vietnam
- Taxi Shangai China
- Motorcycle Taxi Kenya
- Bicycle Taxi Nanjing China
- Bicycle Taxi Spain
- Bicycle Taxi México
- Trici-Motos Ecuador

Según Resolución N° 006-B-DIR-2009-CNTTTSV en el Ecuador se define taxi como “Taxi es un vehículo de color amarillo destinado al traslado urbano de personas, clasificado como transporte comercial, con matrícula y placas de alquiler, autorizado mediante Permiso de Operación por autoridad de transporte competente y que cumple con las características establecidas por la Ley y los respectivos Reglamentos para brindar el Servicio requerido” (ANT, 2009).

Teóricamente se presenta tres grandes modalidades de servicio en el mundo:

- Segmento de Despacho
- Segmento de la Calle
- Segmento de Contrato

El denominado de segmento de despacho es aquel que es solicitado vía telefónica o por otro medio a una central, presta servicio puerta a puerta, en zonas donde conseguir un taxi es bastante difícil, de baja demanda o por razones de seguridad.

El segmento de la calle a su vez tiene dos grandes grupos los que realmente se recogen libremente en la calle y los que se contratan en paradas especiales que en algunas partes las denominan racks.

El segmento de contrato es que el cliente llama directamente al conductor y estos pactan el precio, tiempo y forma de pago (Lituma, 2012).

En Ecuador en la misma Resolución N° 006-B-DIR-2009-CNTTTSV en el artículo 8 del Capítulo II sobre el Ámbito de la Operación declara que existen dos modalidades de servicio de taxis la Convencional y el Ejecutivo (ANT, 2009).

De acuerdo a las conclusiones que arroja (Lituma, 2012); se declara que existen cuatro tipos de servicio de movilización en el Ecuador y en especial en la ciudad de Guayaquil debido a la evolución del servicio de taxis y estas son:

- Servicio de Taxis Convencional o de Cooperativas
- Servicios de Taxis Ejecutivos
- Servicios de Taxis Ambulantes
- Servicio de Taxis conducido por conocidos

Y correlacionando con las categorías teóricas expuestas el Servicio Convencional y Ambulante es lo que se conocería por segmento de la calle, El ejecutivo sería el de despacho y el Servicio de Taxis conducido por conocidos sería el de contrato.

1.3.- Oferta y Demanda del Servicio de Taxis en la ciudad de Guayaquil

En el Ecuador y en especial la ciudad de Guayaquil son muy confusos los datos sobre la oferta y demanda del servicio de taxis, ya que cada gremio o agrupación tiene sus números, inclusive el órgano rector como es La Agencia Nacional de Tránsito no tiene bien claro este tema.

Sobre la oferta de taxis convencionales en la Provincia del Guayas la agrupación preponderante es La Unión de Cooperativas de Taxis del Guayas, la cual el Lic. George Mera Alcívar es su presidente; éste ente agrupa a 138 cooperativas de las cuales 123 son de la ciudad de Guayaquil y las demás están en las ciudades de Milagro, Empalme y Naranjal, de las cuales once tiene Milagro y el resto se reparte en las otras dos citadas.

Además afirma el Lic. George Mera Alcívar que en la agrupación que él lidera existen cerca de 12.000 asociados de los cuales 8.500 son de la ciudad de Guayaquil y que de acuerdo a estudios que él ha tenido acceso existen cerca de 10.000 unidades de servicio de taxis no legalizadas o también denominadas piratas (Mera, 2012).

Por otra parte al comienzo del proceso de legalización de los denominado taxis ejecutivos existían 493 compañías y estos sumaban 11.352 unidades de los cuales la gran mayoría eran en la ciudad de Guayaquil (Diario El Universo, 2010).

Sin embargo al momento de presentarse solo lo hicieron 63 empresas para Guayaquil y pre-clasificaron hasta el año 2012; 32 compañías y dos cooperativas para este tipo de servicio.

En otros estimados la Comisión de Tránsito del Guayas hasta el año 2012 calculaba que existían cerca de 4.000 vehículos que prestaban el servicio de taxis ejecutivos de los

cuales el 70% eran de empresas o compañías y el 30% eran totalmente informales, lo que da un número cercano a las 1.200 unidades (Lituma, 2012).

Acerca de la demanda no existen estudios formales más que el realizado por la Consultora Vera & Asociados a pedido de La Comisión Nacional de Tránsito; esta investigación fue realizada entre los meses de Diciembre del 2009 hasta Marzo del 2010, y sus resultados publicados después de tres prórrogas en el mes de Mayo y dictaminó la cantidad de vehículos que necesitaban treinta ciudades del Ecuador, de las cuales quince ciudades se realizaron estudios in situ mientras que para las otras quince se los hizo por aproximaciones. Cabe destacar que nunca se permitió el acceso a los estudios ni su metodología.

El resultado de la demanda de algunas de las ciudades investigadas se detallan a continuación:

1. Quito	3.308 cupos
2. Guayaquil	2.842 cupos
3. Machala	444 cupos
4. Portoviejo	393 cupos
5. Durán	1.259 cupos
6. Milagro	316 cupos
7. Babahoyo	731 cupos
8. Santo Domingo	485 cupos
9. Quevedo	534 cupos

10. Archidona	40 cupos
11. Girón	40 cupos
12. Gualaceo	40 cupos
13. Loreto	40 cupos
14. Mejía	40 cupos
15. Azoguez	60 cupos
16. Centinela del Cóndor	44 cupos
17. Esmeraldas	100 cupos
18. Huaquillas	50 cupos
19. Joya de los Sachas	50 cupos
20. Salinas	152 cupos
21. Santa Elena	100 cupos
22. Yanzatsa	35 cupos
23. Zamora	80 cupos

Además se declaró que las ciudades de Cuenca, Ambato, Riobamba, Loja, Manta y Latacunga no requieren del taxis ejecutivo (El Diario, 2010).

Para terminar hasta finales del año 2012 de los 2.842 cupos establecidos para la ciudad de Guayaquil solamente se habían asignado 1.752 cupos por lo que todavía restaban de asignar más de mil unidades (Lituma, 2012).

CAPÍTULO DOS – ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

2.1.- Antecedentes

Los servicios de taxis en el Ecuador y en especial en la ciudad de Guayaquil hasta el año 2000 era por decir lo menos que calamitosa, vehículos en mal estado, con 20 o más años de uso, sin aires acondicionado, choferes con muy mala actitud, sin regulación de tarifas y agrupados en cooperativas.

Con estos antecedentes, un grupo de oficiales de marina en estado pasivo, crean en Quito en el año 2000 una compañía de servicio de movilización puerta a puerta, con chofer, vehículos de lujo y replican el modelo de negocio en Guayaquil en el año 2002 (Cepeda Chafra & Zuñiga Alvarado, 2004).

Tratando con este servicio innovador en nuestro país, pero de largo historial en otras latitudes, suplir una necesidad latente de los consumidores.

El éxito no se hizo esperar lo cual consiguio que se imitará el modelo de negocio de una forma acelerada e indiscriminada, tanto fue que para el año 2003 existían más de un centenar de este tipo de compañías registradas en la Super-Intendencia de Compañías y para el año siguiente el número se elevó a más de 300.

Las agrupaciones líderes de este ramo veían en este servicio una competencia que afectaba directamente a sus intereses y la de sus asociados; ejercieron presión política en un principio para hacer desaparecer esta modalidad de servicio, pero les fue imposible ya que primero satisfacían una necesidad latente y dos por el costo social; éste era demasiado alto para ser ignorado ya que eran demasiadas las personas involucradas en el proceso se calculaban que eran más de 17.000 familias directas y se triplicaba el número con las indirectas.

La introducción de esta nueva modalidad de taxis, aparte de cambiar la matriz de servicios ya que aumento el nivel de expectativas y gustos del usuario, empujo de una manera sutil e inusitada a que se mejoraran el nivel de servicio los denominados taxis convencionales. Esto se dio ya que en muchos de los casos tuvieron que renovar con vehículos nuevos y esto fue realidad gracias a que se inscribieron al PLAN RENOVA y mejoraron la calidad de su servicio en forma y fondo.

Al finalizar el año 2012, se estimaba que para la ciudad de Guayaquil se necesitaban 2.842 unidades de taxi ejecutivo, de los cuales solamente se habían otorgado permiso a 1.752 todas ellas repartidas en 32 compañías y 2 cooperativas.

Igualmente a partir del año 2012, se empezó a regularizar otra modalidad de servicio de movilización de taxis denominados como “tricimotos”, actividad que según ciertas estimaciones de la “Agencia Nacional de Tránsito” agrupa a cerca de 9.000 unidades en el cantón del Guayas (Diario El Universo, 2011).

2.2.- Segmentos de Mercado del Servicio de Taxis

Hay muchas maneras de segmentar los mercados y refiriendo a lo escrito por (Kotler & Keller, 2006) para el caso del mercado guayaquileño del servicio de taxis, podemos hacerla de acuerdo a:

- Región Geográfica: Norte, sur, centro, oeste de la ciudad
- Sexo: Masculino o femenina
- Edad: (de 18 a 29) (de 30 a 39) (de 40 a 49) (de 50 a 59) mayores de 60
- Ciclo de vida familiar: Joven soltero, joven casado, casado con hijos sin ellos etc.
- Ingresos: Menor al básico, (de USD 340 a 700 al mes), (entre USD 701 a 1199), etc

- Ocupación: estudiante, ama de casa, obrero, etc.
- Estudios: 4to Nivel, Profesional, Bachiller, Educación Básica, etc.
- Nivel de usuario: Usuario recurrente, no usuario, ex usuario, usuario potencial, etc.
- Beneficios: Calidad, servicios, rapidez, entre otros.
- Nivel Socio-económico: Alta, media, baja, etc.
- Generación: Baby Boomer, Generación X, etc.

Y de esta forma se puede seguir innovando en la manera de segmentar un mercado, pero siguiendo con el lineamiento definido en (Lituma, 2012), la ciudad de Guayaquil para la modalidad de servicio de taxi ejecutivo se clasifica en dos grandes segmentos:

Los usuarios recurrentes.- Son aquellas personas que disponen del uso del servicio de movilización de taxi ejecutivo al menos tres veces por semanas y a;

Los usuarios no recurrentes.- Son aquellos individuos que no disponen del uso de esta modalidad de servicios de taxis con la recurrencia de tres carrearas al menos por semana.

Además se los clasificó por su nivel socio económico y en dicho estudio solamente se consideró a los tres estratos superiores que considera el INEC “Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos”, ya que son el mercado meta natural para este servicio.

Por último en el trabajo de investigación mencionado a los usuarios recurrentes se los categorizó por su preferencia de consumo y estas fueron de acuerdo:

Al nivel de servicio prestado y de las cuales se desprendían:

- Seguridad
- Disponibilidad de Unidades

- Precio
- Recomendada por otros
- Otras razones

Y por quien provee el servicio, con lo que de acuerdo a esta categoría se los clasificó como:

- Servicio de taxis convencional o de cooperativas
- Servicios de taxis ejecutivos
- Servicios de taxis ambulantes
- Servicio de taxis conducidos por conocidos.

Como es lógico suponer ningunas de estas categorías son puras, en gran parte se pueden decir que se entremezclan ya que las decisiones de uso del servicio de movilización de taxis están influenciados por un sinnúmero de factores, pero en la conducta de consumo más allá de las coyunturas si se establecen tendencias marcadas, en el mercado guayaquileño.

2.3.- Benchmarking de Servicios Internacionales de Taxis

2.3.1.- Servicio de taxis para mujeres.- Esta modalidad de servicio se está tratando de implementar en algunas partes del mundo; como se indica en (Anderson, 2014) New York fue el testigo de un servicio de movilización de taxis de mujeres para mujeres.

Este servicio se presta en la ciudad de New York y en sus zonas suburbanas de Westchester y Long Island, en el caso de la ciudad el nombre del servicio es SheRides y esto es debido a una restricción que impone la ciudad a usar el nombre de Taxis y en el caso de los suburbios es SheTaxis.

Otra de las originalidades del servicio es que la forma en que se demanda la unidad es una aplicación a través de su celular, en un principio esta aplicación esta en los celulares marca iPhone desde el 16 de septiembre del 2014; pero posteriormente saldrán apps con versiones compatibles con los celulares con sistemas operativos Android.

Otra de las originalidades de este servicio en New York es que las conductoras usarán una sexy pashmina rosa. La creadora de esta iniciativa es Stella Mateo, madre de dos mujeres, quien asegura que habría enviado feliz a sus dos hijas en un servicio así.

Por datos recogidos, se calcula que solo un poco más del 1% de los taxis amarillos en esta ciudad lo conducen mujeres y esto en números significa que de los 51.874 taxistas existentes en New York solamente 574 son mujeres, pero este porcentaje aumenta a un 5% de los 60.000 en el caso de los conductores de servicios de lujo, tales como limusinas.

SheTaxis ha contratado a 50 féminas para conductoras de estas unidades con edades comprendidas entre 21 a 70 años. Y se prevé que esta modalidad de servicio se expanda a Washington, Miami, Chicago y a otras ciudades durante el año 2015 (Petovel, 2014).

Esta modalidad de servicio no es nueva en el mundo ya existían servicios similares en otras latitudes del mundo; tanto India como Nueva Zelanda tienen su propia flota de vehículos de servicios de taxis conducidos por mujeres.

En el caso de Japón ya por más de un centenar de años ha tenido trenes segregados por sexos, igualmente Indonesia, India, Brasil, Guatemala, Pakistan, Irán y México tienen programas similares de transportación (Diario El Universo, 2014).

En este último país, México, debido al alto grado de inseguridad que viven las mujeres en la ciudad céntrica de Puebla, se inauguró un servicio de taxis solo para mujeres y conducido por mujeres, y entre las características principales son

- Vehículos cuyo color es rosa
- Las operadoras son mujeres
- Cuentas los vehículos con GPS
- Un botón de pánico
- Espejo en el asiento trasero, para maquillarse
- Terminales bancarias
- Y el coste de la carrera es idéntico al de una carrera normal.

Este servicio se llama “*Pink Taxis*” y actualmente circulan 35 de esas unidades, están planeando poner más aditamentos femeninos en el asiento trasero para hacerlos más atractivos para las mujeres, buscan ampliarse a otras ciudades de México y si bien en los actuales momentos no cobran un valor diferenciado por carrera pero se ha planificado aumentar en un 10 % el coste de las carreras.

Para concluir acerca de esta modalidad de servicio en Colombia igual que en Rusia se han implementado servicios parecidos por motivos de seguridad, mientras que en lugares como Dubai el asunto es cultural, ya que las mujeres en ese país no pueden sentarse en un automóvil con otro hombre que no sea su esposo (ELUNIVERSAL.mx, 2009).

2.3.2.- Servicio de limusinas en New York.- Es muy común que cuando se visita Manhattan en New York, ver una cantidad bastante grande limusinas circulando por la ciudad, aquí se puede disfrutar por un módico precio el lujo y glamour al estilo Hollywood, una larga limusina con chofer, techo elevable, vidrios ahumados o tintados, minibar con bebidas, un poderoso equipo de audio y video.

Sus precios varían de acuerdo al modelo, longitud, capacidad, extras, horario y época del año en que se la contrate pero como hay una gran cantidad de ofertantes su valores están entre USD 80 a USD 150 por hora, coste que si la cuenta se divide entre 6 o más es un precio bastante asequible.

En esta ciudad cuando se solicita el servicio de limusinas deben ser enfáticos al decir que se desea un “*strechlimo*”, puesto que la ciudad de New York considera al servicio de limusinas como un servicio de lujo en general por lo que si no se hace esa distinción puede que llegue a sus puertas un vehículo de lujo pero no la limusina esperada.

Aparte de las limusinas colores negro o blancas clásicas, existen variedades de color rosa, muy famosas también, o hasta de una capacidad de 24 personas como la brindada por “*Hummer Limousine*”.

Cabe destacar que no solamente se puede contratar este servicio de movilización a través de un call center o en línea, estas limusinas muchas veces están parqueadas afuera de discotecas u hoteles famosos, a espera de clientes, es muy común contratarlas para desplazamientos desde o hacia el aeropuerto ya que en muchas ocasiones este servicio es más económico que tomar dos taxis (nuevayork.es, 2014).

2.3.3.- Servicio de taxis para adultos mayores.- Driving Miss Daisy es una empresa que surgió en Edmonton, Canadá; para suplir una necesidad de transportación para adultos mayores. Esta empresa consciente de que este segmento de población necesita un servicio integral y no solamente la movilización de un punto a otro, ofrece un concepto original de valor agregado para este sector, el cual consiste:

- Transporte y compañía.- Los conductores de Driving Miss Daisy se dedican a transportar a los clientes a sus citas con el doctor, a eventos sociales, al banco o al

mercado, los ayudan a bajar y/o a subir al vehículo, además acompañarlos o asistirlos en lo que sea necesario.

- Un servicio de época.- Para que los usuarios se sientan más seguros y confiados, los vehículos de Driving Miss Daisy cuentan con todas las comodidades y equipamientos que necesitan los adultos mayores e incluso los modelos de sus vehículos son tradicionales y clásicos.

Este servicio opera actualmente en Calgary, Canadá; cuenta con diez vehículos pintados de negro tipo camioneta, con un gran logotipo de la empresa (Pérez, 2007).

2.3.4.- Servicios de taxis originales.- Por los Juegos Olímpicos en Londres, Davis Weeks, de profesión chofer de taxi, decidió transformar su icónico vehículo de color negro a una habitación para una persona por la módica suma de 50 libras, aproximadamente unos 62 euros.

Este taxi-hotel ofrece al turista un confortable colchón de espuma vicoelástica, una almohada, un edredón, una lámpara de lectura, un frigorífico de energía solar, un Ipad, en caso de que el cliente desee estirar las piernas tiene un par de sillas y mesa portátil, para uso del baño el presta los de su domicilio, aparte que el taxi-hotel puede parquearse donde desee el turista siempre y cuando el área este permitida (abc.es, 2012).



Bajo esta misma premisa de originalidad se puede catalogar a los taxis acuáticos en New York; estos originales taxis amarillos sin ruedas pueden transportar hasta 75 personas y operan bajo dos modalidades.

Commuter-Routes.- Rutas establecidas, que operan en horas pico para la transportación de personas a diferentes puntos a través del río, y el

Hop/Hop off.- Su labor es desde las 11 a.m. hasta las 8 p.m. durante los fines de semana y son rutas establecidas para apreciar la ciudad desde otro ángulo, pudiendo subir y bajar las veces que desee el usuario, ya sea por compras o visitar los lugares turísticos más representativos en Manhattan. Se puede comprar tickets por uno o varios días o solamente por el trayecto y paradas que se desee (nuevayork.es, 2014).



Los taxis acuáticos no son sólo privilegio de la ciudad de New York, existe este servicio en otras ciudades y uno de los más famosos es el de la ciudad de Venecia, el cual

siempre es una memorable experiencia, tanto por lo agradable del recorrido como por el precio.

Muchos utilizan este servicio desde el aeropuerto “Marco Polo” hasta el centro de Venecia y su costo promedio es de 100 euros, el transporte es para diez personas con equipaje incluido (***hasta 12 maletas***), es bastante lujoso, cómodo, veloz, y lo principal lo deja al pie del hotel que desee; si pide el taxi a través de una operadora tendrá un recargo, igualmente hay recargo en horario nocturno de 10 p.m. a 7 a.m..

Hay taquillas o paradas en diversas partes de la ciudad, como en “***Piazzale Roma***”, “***La Plaza de San Marcos, Estación de Trenes Santa Lucía***”, también puede ordenarse con anterioridad a través de internet en el sitio de la operadora “***Motoscafi Venezia***” (VisitandoEuropa.com, 2014).



Se destaca dentro de esta modalidad de taxis acuáticos un proyecto desarrollado en el Líbano por Jaled Taki un libano-mexicano, presidente de “Asesores para los Negocios de Franquicias”, el cual al perder a dos de sus colaboradores por problemas de tráfico, los cuales son muy comunes en este pequeño país, optó por buscar una solución.

A ésta solución se la denominó “BeirutWater Taxi” y en los estudios de factibilidad para hacer competitivo y razonable los precios del servicio se opta por barcos de 100 pasajeros lo cual daría un costo aproximado de una carrera convencional (Prieto, 2010).



2.4.- Guerra de apps para solicitar taxis en América Latina y el mundo

Definitivamente la forma en que concebimos el ¿cómo? solicitar un taxi ha cambiado dramáticamente tanto en Latinoamérica como en el mundo en los últimos años, la irrupción de aplicaciones móviles para conseguir un vehículo de servicio cómodo que brinde **“SEGURIDAD”** a través del smartphone o la tablet era una necesidad latente que ha sido satisfecha por algunas compañías, tales como:

2.4.1.- Easy Taxi.- Nacida en el Startup Weekend 2011 en Rio de Janeiro, este emprendimiento cubra a más de 60 ciudades en el mundo incluyendo a 15 países de América Latina. Rocket Internet le ha inyectado millones de dólares para hacer funcionar este proyecto, lo que hace que sea una ventaja muy significativa con respecto a otros servicios.

Tallis Gómez su fundador explica muchas de sus ventajas en comparación con otros servicios y cita “si dejas tu teléfono en un taxi, nosotros vamos a contactarte de nuevo. Otras aplicaciones no pueden hacer esto, ya que no tienen las suficientes personas para hacerlo”.

2.4.2.- Taxibeat.- Una aplicación que nació en Grecia y que aterrizó en Rio de Janeiro a mediados del 2012, ha tenido un gran impacto ahí como en México, tanto es así que en Brasil un año después es la líder en operaciones tanto en ingresos como en carreras.

En noviembre de ese año recaudó un total de USD 4.3 millones de dólares para expandir sus operaciones y actualmente dice contar con más de 15.000 conductores registrados.

En México se impulsó este emprendimiento con un capital de dos millones de dólares en julio del 2013 con una flota de más de 400 conductores y al parecer todo le está saliendo a la perfección, tanto es así que terminó llevándose el premio de E-Business en los premios CNNExpansión de ese año (Stewart, 2013).

2.4.3.- Safer Taxi.- Aplicación nacida de tres mentes dos egresados de “Harvard Business School” y un ingeniero chileno; Clemens Raemy, Jonathan Lo, Cristóbal Llugany, tras una inversión inicial de un millón de dólares y el apoyo de Startup de Chile comenzó operaciones en Chile.

Debido a su éxito ha anunciado una segunda ronda de inversión por USD 4.2 millones con aportes de Otto Capital, Kaszec Ventures y Draper Associates. Esta iniciativa tiene presencia aparte de Chile en Argentina y Brasil.

Además de la comodidad de pedir un taxi a través del teléfono celular tiene otros valores añadidos esta aplicación que hacen de éste un servicio especial, ejemplo, en el

momento que se solicita la carrera y ubicado el conductor se envía a tu smartphone la foto del conductor con la descripción del vehículo que es enviado; se puede calificar al conductor a través del perfil de éste en la cuenta y si los comentarios son negativos puedes pedir que te ubiquen a otro próximo. Además con tres registros con reclamos hacia un chofer, éste es separado de la base de datos de conductores.

Todas las carreras se registran su trayecto por lo que si un conductor se aleja del camino más corto puede ser sancionado y pedirse la restitución de los valores cobrados por demás. Se tiene programas de acumulación de millas que puedes canjear por carreras gratis y servicio de wifi en las unidades (Mila Punto Com, 2013).

2.4.4.- Tappsi.- Es una compañía colombiana fundada en el año 2012 por Juan Salcedo, Andrés Gutiérrez y apoyada por App.co tiene presencia en cinco ciudades Bogotá, Medellín, Barranquilla Cali y Cartagena. Hizo su primera incursión internacional con una aportación de USD 148.000 dólares en Lima-Perú el 24 de Junio del 2014 por su enorme potencial ya que en esta ciudad existen más de 200.000 taxis, cuatro veces la cantidad existente en Bogotá (Torres, 2014).

Desde agosto del año 2014 inició también operaciones en Ecuador en sus dos principales ciudades Quito y Guayaquil ya que juntas se tiene un mercado de más de 45.000 unidades de las cuales menos del 1% utilizan algún tipo de aplicación, como dice Nicolás Penagos Director de Nuevos Mercados de Tappsi “Esta es una evolución en la forma de pedir taxis” (Tappsi.com.ec, 2014).

2.4.5.- Dinero Taxi.- Desarrollada en Argentina, se ha expandido en México y Perú, esta empresa pertenece a la tercera clase de aceleración de NXTP Labs. Y completó su proceso a finales del año 2012.

Fue finalista en el AppCircus 2012 de Buenos Aires y fue una de las 46 startups seleccionadas para presentarse en el Colombia Startup & Investor Summit de julio del 2013 (Stewart, 2013).

2.4.6.- Yaxi.- José Akle y Sebastián Barrios son los creadores de esta aplicación, la primera mexicana y que opera actualmente en Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Querétaro y Cancún, una de sus ventajas diferenciadoras es la aceptación de tarjetas de crédito y de débito para los pagos.

En los actuales momentos cuenta con más de 100.000 usuarios, 50 empleados y cada tres meses duplica la cantidad de carreras, el esquema de negocio es cobrarle 5 pesos por cada carrera en efectivo y doce por carrera con tarjeta (Oliveira, 2014).

2.4.7.- Cabify.- La idea nació en España y está operativa la misma desde diciembre del 2011; en los actuales momentos está presente en las ciudades de Madrid, Barcelona, A Coruña, Málaga, Bilbao, Vitoria, Lima, Santiago de Chile, México D.F.

Su modelo de negocio es la contratación de un vehículo de lujo a través de una plataforma móvil y su pago es a través de tarjetas de crédito, débito y PayPal.

Su aceptación es tan grande que en España que la Asociación Gremial De Auto Taxi y La Federación Profesional del Taxi convocaron a una huelga en junio del 2014 de 24 horas sumándose a otras que se dieron en Francia, Bélgica e Inglaterra, aduciendo que esta app va en contra de la normativa legal vigente, “pone en grave riesgo a los usuarios al carecer de las autorizaciones y los seguros correspondientes, así como los requisitos que establece la propia ley para prestar un servicio de transporte de viajeros” (Luna, 2014).

2.4.8.- Uber.- Definitivamente este modelo de negocio ha hecho historia, nacida en San Francisco, California de la mano de Garrett Camp y Travis Kalanick, comenzó esta startup

en Marzo del 2009 con un servicio con automóviles de lujo (Uber Lux) con vehículos de la línea Lincoln Town Cars, Cadillac Escalade, BMW Serie 7 y Mercedes Benz S550, destinado para personas que deseaban movilizarse a través de la ciudad de manera diferente. A esto le siguió a partir del 2012 una línea de vehículos de gama media los Uber Black y rebajaron los precios por último lo que le abrió las puertas al mundo es que cualquier persona pueda manejar su vehículo con los Uber X o los Uber POP en Europa.

La verdad de esta empresa es que ha evolucionado rápidamente con un crecimiento vertiginoso lo cual la hace llegar a unos números estratosféricos. Actualmente acaban de terminar una ronda de financiación a través de los fondos Fidelity, Wellington y BlackRock, en el cual recaudaron USD 1.200 millones de dólares, ya que le han dado a la empresa una valoración de más de USD 18.000 millones de dólares, esto es para darse una idea mucho más que los valores juntos de las compañías Avis y Hertz (Lapetra, 2014).

Y si bien el crecimiento de esta empresa es vigoroso ya que; duplica sus ingresos cada seis meses, tiene presencia en 37 países y 128 ciudades, su valoración es cercana a las USD 18.000 millones; no todo es color de rosa ya que desde su lanzamiento, Uber ha recibido incontables notas legales para que dejen de ofrecer sus servicios ya que compiten con el negocio del taxi y en cada país que aterriza se repite la historia.

Esto se debe principalmente que el negocio de taxis está basado en la venta de licencias, cuya existencia ha provocado mafias y conformismo entre los propios taxistas. Y si no ha desaparecido esta empresa en los diferentes países es por la única razón valedera, funciona y la gente lo usa. Para Agosto del 2014 tiene previsto comenzar una nueva modalidad a las ya existentes denominada **“Corner Store”**, la cual consiste que te envíen algún producto de tu ciudad a tu casa. Tienen un listado disponible de productos que pueden llevar a donde desees (Contreras, 2014).

2.5.- Modalidades de Servicio de taxis en Guayaquil

El servicio de movilización de taxis en Ecuador y en especial en Guayaquil hasta el año 2002 era deplorable; estaba estancado con vehículos viejos, destartados, sin aire acondicionado, conducidos por choferes con poco sentido de la amabilidad y esto se debía principalmente a la falta de competencia y conformismo del gremio ya que la gran mayoría de ellos estaban afiliadas a cooperativas y estas a su vez a agrupaciones de corte político que impedían la libre competencia.

Por lo que en ese tiempo existían dos modalidades de servicio los taxis cooperados y los ambulantes, los cuales su único elemento diferenciador era el precio ya que para el público en general ambos eran igual de pésimos su servicio.

Con la llegada del servicio denominado “*Taxi Ejecutivo*”, hubo un cambio en las expectativas de los consumidores ya que por un precio similar o levemente superior se podía contar con unidades seguras, cómodas, con aire acondicionado, con conductores amables, y en este momento ya se podía apreciar tres tipos de servicio, los convencionales o cooperados, los ambulantes y los ejecutivos.

La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (Cntttsv) en el año 2008 en su proyecto de ley para la regulación de los taxis y por presiones ejercidas por las agrupaciones de taxis en general eliminó el denominado taxi ambulante obligándolos a pertenecer a alguna cooperativa o empresa calificada para dar servicio de taxis.

Pero al ser tanta la demanda y ser una buena alternativa de negocio para muchos tanto en Guayaquil como en el Ecuador la gran mayoría de ellos siguen operando y aunque no hay estadísticas confiables la percepción que este segmento se ha incrementado y han pasado de tener cierta institucionalidad a la total ilegalidad y este segmento es lo que la

denominan taxis piratas; en el año 2009 se calculaban que existían unas 3000 unidades ambulantes en la ciudad de Guayaquil (Diario El Universo, 2009).

La Unión de Cooperativas de Taxis del Guayas a través de su representante el Lic. George Mera ha presionado para ser el ente único rector que maneje el taxismo en esta ciudad y el cantón, presionando primero para la desaparición de los taxis ambulante y luego al del taxi ejecutivo, llegando a afirmar en una entrevista (Mera, 2012) que este modelo de negocio desaparecería en un par de meses.

Desde esa época hasta la actualidad no solo se ha fortalecido esta modalidad de servicio de movilización sino que ha sido adoptado por muchas cooperativas ya que en el año 2012 solamente había dos cooperativas interesadas en dar el denominado “Servicio Ejecutivo”.

La presente investigación buscará actualizar toda la información relacionada al taxismo y en especial la del “taxi ejecutivo” en la ciudad de Guayaquil entre los años 2012 al 2014.

CAPÍTULO TRES – METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.- Metodología de la Investigación

El presente trabajo de tesis “Análisis de los factores de calidad que inciden en el uso del servicio de movilización denominado Taxi-Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil en los años 2012 y 2014 para desarrollar una propuesta de innovación en esta modalidad”, es un trabajo de investigación que de acuerdo a su finalidad o propósito es la denominada “**aplicada**” ya que busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren (Marín, 2015), en la propuesta no solamente se describen los hechos sino que se construye un conjunto de recomendaciones para ser observadas por los distintos actores para su beneficio en común.

De igual manera al tratar de encasillarla por los medios que utiliza el estudio para obtener los datos, este trabajo es lo que se denomina de “**campo**” ya que la investigación se apoya en informaciones que principalmente se obtienen a través de entrevistas y encuestas (Marín, 2015) las mismas que se realizaron en la ciudad de Guayaquil en el período comprendido entre noviembre del 2014 a enero del 2015.

Por su nivel de conocimientos, el presente estudio es de índole “**descriptiva**” ya que con este tipo de investigación se logra caracterizar al objeto de estudio, señalar sus propiedades y particularidades, ordenarlos y agruparlos para su mayor comprensión. Esta forma de investigación requiere la combinación de los métodos analítico y sintético, en conjugación con el deductivo y el inductivo, con el fin de responder los cuestionamientos del objeto que se investiga (Marín, 2015).

Por último esta propuesta es de enfoque mixto ya que contiene tanto los datos de gustos y preferencias (cualidades) que los usuarios de esta modalidad de servicio en la ciudad de Guayaquil, como los números aproximados de la oferta y demanda de la misma.

3.1.1.- Método Empírico Analítico

Por lo general el método empírico-analítico cuenta con bastante consenso en la comunidad científica al tratar de estudiar las ciencias naturales y sociales o humanas; como lo es, en esta propuesta de investigación. Es sin duda el método general más utilizado y se basa en la lógica empírica

Dentro de este método contamos con dos métodos específicos para esta metodología y son:

- El Experimental
- El Método Hipotético deductivo (Salazar, 2011)

Al ser el diseño de la presente investigación “*no experimental*” ya que no jugamos con las variables; el método específico a usarse es el “*hipotético deductivo*” cuyas premisa de orden metodológico es que “el investigador debe tener una posición crítica, participando y objetivando alternadamente; que la investigación comprende tanto la medición como la narrativa, y que la investigación debe conducir a producir sugerencias para la acción” (Packer, 2015).

Lo cual se cumple a cabalidad ya que el investigador de esta propuesta se mantiene alejado teniendo una posición neutral sobre los hechos y de una visión de los factores que inciden en el uso de este servicio y además recomienda un curso de acción.

3.1.2.- Análisis Inductivo

Como se mencionó anteriormente cuando se describía esta propuesta de investigación; el estudio por su nivel de conocimientos se la encasillaba en que es

descriptiva, por lo que la misma deberá conjugarse con el método analítico-sintético y deductivo- inductivo.

Esto es fácilmente reconocible ya que el estudio al basarse en la descomposición de factores de calidad que inciden en el uso de un servicio de taxis u otro; establecemos una metodología analítica que se conjuga perfectamente con el razonamiento inductivo; porque con la obtención de datos basados en las encuestas, éstas formarán una vez analizados la premisa universal que comprobará o refutará la hipótesis de la actual propuesta de investigación.

3.1.3.- Análisis Longitudinal

El estudio es de tipo longitudinal ya que es la continuación en el tiempo de un estudio previo denominado; “Línea base para identificar las necesidades de uso de servicio denominado Taxi-Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil” (Lituma, 2012).

La importancia teórica del estudio es ver como se han ido desarrollando a través del tiempo, los factores de calidad que inciden en el uso de uno u otro servicio, más aun teniendo en cuenta que no existen estudios en Guayaquil sobre el tema.

Pero lo más importante es la aplicación práctica de los resultados; ya que se calcula que solamente en Guayaquil el impacto social de este servicio incide directamente en más de 20 mil familias e indirectamente a más de 60 mil. Sin contar que palió esta modalidad de servicio; problemas coyunturales, como el de seguridad (secuestro express), confort de unidades (reposición de vehículos) y competencia.

3.2.- Fuentes de Datos

Principalmente se usará dos técnicas las entrevistas y las encuestas. Se realizarán entrevistas a los participantes más relevantes de este servicio, a los dirigentes y a los

usuarios, de la siguiente manera; tres dirigentes, uno de compañía de taxi ejecutivo, otro de cooperativa que preste el servicio y por último el dirigente gremial de los taxis en la provincia del Guayas, además de dos entrevistas más a usuarios de esta modalidad de servicio un hombre y una mujer.

Las encuestas se efectuarán a una porción de la población flotante de Guayaquil. Los instrumentos a usarse son el cuestionario en el caso de la encuesta y las preguntas abiertas y cerradas en el caso de las entrevistas.

3.3.- Población

“El 28 de octubre del 2010 se llevó a cabo el VII Censo de Población y el VI de vivienda del Ecuador. Indicando el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) los siguientes resultados para la ciudad de Guayaquil:

- **Habitantes: 2'350.915**
- **Urbana: 2'278.691**
- **Rural 72.224”** (M.I. Municipalidad de Guayaquil, 2015).

Con estos datos damos por sentado que Guayaquil sigue siendo la ciudad con mayor población en el país, a este número para esta propuesta de investigación hay que añadirle, lo que se denomina población flotante y que son todas aquellas personas que aunque viven en otra ciudad, realizan sus actividades diarias en esta ciudad los números son muy variados pero ya el INEC determinó que son 71.000 personas (Explored, 2011).

Por lo que sumando la población urbana más la población flotante nuestra ciudad tendría un universo de **2'349.691** habitantes.

Como es de suponer no todos los habitantes de Guayaquil son usuarios naturales del servicio de movilización denominado Taxi-Ejecutivo por lo que para determinar el definitivo universo muestral se usó como metodología la proporción de habitantes cuyo nivel socio-económico sea igual a superior al C o también denominado medio típico.

El INEC clasificó en cinco niveles socio-económicos al Ecuador y estos son con sus respectivos porcentajes, a saber:

- A (Alto) 1,9%
- B (Medio Alto) 11,20%
- C+ (Medio Típico) 22,80%
- C- (Medio Bajo) 49,20%
- D (Bajo) 14,90%

Por lo que sumando los tres primeros niveles socio-económicos da como resultado un 35,90% de la población de la ciudad de Guayaquil que aplicando a los 2'349.691 habitantes el universo a considerar es:

Universo = 843.539 habitantes

3.4.- Muestra

Como es de conocimiento general, las muestras deben ser representativas para que los datos recogidos sean generales a toda la población. A este respecto, se dice que una muestra es representativa si sus integrantes poseen todas y cada una de las características que definen a su población de origen. De este modo, si una muestra no es representativa, se dice que es sesgada e invalida los resultados obtenidos (Aaker & Day, 1998).

Además, la muestra debe tener un tamaño adecuado que, entre otras cosas, dependerá del tamaño de la población de origen y del nivel de seguridad que deseamos que tenga el procedimiento, para esta propuesta el error máximo permitido es del 5% con un nivel de confianza del 95%.

Para garantizar las dos propiedades de una “buena muestra”, hay que asegurarse que la técnica de muestreo ha sido llevada a cabo de forma rigurosa. La investigación utilizará muestreos probabilísticos estratificado y la variable a considerar es nivel socio-económico, sexo y si es o no usuario recurrente de la modalidad “*taxis ejecutivos*”.

En el proyecto se utiliza la de asignación proporcional en la cual el tamaño de la muestra dentro de cada estrato es proporcional al tamaño del estrato dentro de la población.

Se tomará como referencia los datos obtenidos por el I.N.E.C. (Instituto Nacional de Estadística y Censos).

Para resumir, en primer lugar se debe determinar el tamaño de la muestra y esta se la obtiene a través de la siguiente fórmula estadística.

$$n = \frac{N}{e^2(N - 1) + 1}$$

En la cual n es igual a la muestra, N es la población total y e es el error admitido el cual como se menciona anteriormente, en este caso será del 5%; hay que recalcar que los cálculos se realizan con la premisa de tener un porcentaje del 95% de confiabilidad.

Reemplazando en la propuesta los números quedan de la siguiente manera:

$$\mathbf{Muestra} = 843.539 \text{ hab} / (((5\%)^2) * (843.539 - 1) + 1) * \mathbf{Muestra} = 400 \text{ encuestados}$$

Luego de haber conseguido el número de encuestas que se necesitan para la ciudad de Guayaquil se procede a conseguir la cantidad de elementos a encuestar por estrato y para esto necesitaremos utilizar las siguientes fórmulas.

$$f_h = \frac{n}{N} = KSh$$

En donde **(*f_h*)** es la fracción del estrato, **(*n*)** el tamaño de la muestra, **(*N*)** el tamaño de la población, **(*sh*)** es la desviación estándar de cada elemento del estrato **(*h*)**, y **(*K*)** es una proporción constante que nos dará como resultado una ⁷⁷ óptima para cada estrato.

De manera que el total de la sub-población se multiplicará por esta fracción constante a fin de obtener el tamaño de muestra para el estrato.

Los estratos que se van a considerar en la investigación son los niveles socio-económicos (NSE) de la ciudad de Guayaquil y se enfocará exclusivamente en los tres superiores; Alto, Medio Superior también llamado Medio Ascendente y el Medio Típico ya que a ellos son los que realmente se consideran target o usuarios recurrentes del servicio de movilización denominada taxi ejecutivo. Como se manifestó anteriormente el INEC clasifico a las 5 principales ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca, Machala y Ambato) en los siguientes niveles socio-económicos con sus respectivos porcentajes, a saber:

<i>Alto</i>	1,9 %
<i>Medio Alto</i>	11,20%
<i>Medio Típico</i>	22,80%
<i>Medio Bajo</i>	49,20%
<i>Bajo</i>	14,90%

Estos porcentajes deben ser reinterpretados ya que la totalidad del Universo solo lo conforman los tres primeros niveles socio-económicos y esto se realizará con regla de tres simple por lo que los porcentajes se ajustan a los siguientes valores:

Alto 5,29% **Medio Alto** 31,20% **Medio Típico** 63,51%

Por lo que redondeando los números los estratos serán:

NSE	%	Muestra	N° de Encuestas
Alta	5 %	400	20
Media Alta	31 %	400	124
Media Típica	64 %	400	256

Para efectos de este estudio los filtros a tomar en cuenta a parte del NSE serán el sexo y si son o no usuarios recurrentes por lo que la muestra por estrato se dividirá en dos por el parámetro de si son o no usuarios recurrentes y en una relación de 49% para hombres y 51% para mujeres por la distribución de sexos en nuestro país.

Por lo tanto los números quedan de la siguiente manera:

Estrato Alto un total de 20 encuestas de las cuales 10 son usuarios recurrentes y 10 que no son y dentro de cada subconjunto un total de 6 mujeres y 4 hombres.

Estrato Medio Alto es un total de 124 encuestas de las cuales son 62 usuarios y 62 no y dentro de cada subconjunto 32 mujeres y 30 hombres.

Estrato Medio Típico es un total de 256 encuestas de las cuales son 128 usuarios y 128 no y dentro de cada subconjunto 68 mujeres y 60 hombres.

3.5.- Cuestionario

“Análisis cualitativo y cuantitativo de los factores que inciden en el uso del servicio de movilización denominado Taxi-Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil entre los años 2012 a 2014”

1.- Sexo

Femenino

☐

Masculino

☐

2.- Dirección

3.- Edad

a.- Menor de 18 años

☐

b.- Entre 18 a 25 años

☐

c.- Entre 26 a 35 años

☐

d.- Entre 36 a 45 años

☐

e.- Entre 46 a 55 años

☐

f.- Entre 56 a 65 años

☐

g.- Mayor de 65 años

☐

4.- ¿Posee vehículo en su hogar?

Si

☐

No

☐

5.- ¿Posee vehículo propio?

Si

☐

No

☐

6.- ¿Es Ud. Usuario de taxis?. Si la respuesta es negativa salte a la pregunta 9.

Si

☐

No

☐

7.- ¿Con qué frecuencia Ud. Suele usar taxis?

a.- Una vez al día

☐

b.- 4 o 5 veces por semana

☐

c.- 2 o 3 veces por semana

☐

d.- 1 vez por semana

☐

e.- 1 vez cada 15 días

☐

f.- 1 vez al mes

☐

g.- Nunca

☐

8.- De los siguientes servicios de movilización de taxis, indique el que utiliza como primera opción, si es más de uno o todos, ordénelos del uno al cuatro siendo uno el de mayor utilización y cuatro el último.

a.- Taxi Ejecutivo

b.- Taxi Cooperado o amarillo

c.- Taxi Ambulante

d.- Llamada directa a un chofer conocido

9.- Cuando se le dice piense en empresas que presten servicio de taxi ejecutivos, ¿Cuál es la primera que le viene a su mente, sea o no usuario de la misma.

10.- Cuando se le dice piense en cooperativas de taxis que presten servicio ejecutivo, ¿Cuál es la primera que le viene a su mente, sea o no usuario de la misma.

11.- Voy a darle diez cualidades del servicio de taxis ejecutivos, por favor decida cuál es la más importante para Ud. y por la cual se inclina en el momento de decidir el uso de una empresa u otra. **SOLO UNA.**

a.- Empresa con trayectoria en el mercado local

b.- Disponibilidad inmediata de unidades

c.- Rapidez en llegada al destino

d.- Precio

e.- Confort

f.- Que la empresa brinde seguridad, confianza

g.- Amplio conocimiento de la ciudad

h.- Ser conocida por el usuario

i.- Ser recomendada por conocidos

j.- Otros

12.- En caso de ser otras la respuesta de la pregunta anterior, por favor especifique la razón.

13.- De la siguiente lista de cualidades del servicio de taxis ejecutivos. Por favor ordenarlas según su criterio de importancia siendo 5 el más importante y 1 el de menos importancia.

a.- Disponibilidad inmediata de unidades

b.- Precio

c.- Recomendada por conocidos

d.- Que la empresa brinde seguridad, confianza

e.- Otros

14.- ¿Ud. utiliza alguna empresa o cooperativa para movilizarse habitualmente?

Si

No

15.- En caso de ser positiva la pregunta anterior. Por favor especifique el nombre de la empresa o cooperativa del cual U. es usuario recurrente.

16.- En caso de ser positiva la respuesta de la pregunta 14, podría decirnos como se enteró de esta modalidad de servicio.

17.- En caso de ser positiva la respuesta de la pregunta 14, ¿Este servicio lo proporcionó su lugar de trabajo?.

Si

☐

No

☐

18.- En caso de ser positiva la respuesta de la pregunta 14, podría indicarnos la frecuencia con que utiliza ese servicio.

a.- Más de una vez al día

☐

b.- Una vez al día

☐

c.- 4 o 5 veces por semana

☐

d.- 2 o 3 veces por semana

☐

e.- 1 vez por semana

☐

f.- 1 vez cada 15 días

☐

g.- 1 vez al mes

☐

19.- En caso de no disponer el servicio que fue su primera opción, ¿Cuál de las siguientes acciones es la que está más apegada a su realidad, **SOLO UNA**?

a.- Coger el primer taxi que aparezca

☐

b.- Esperar hasta que haya unidades disponibles

☐

c.- Buscar otro servicio por su cuenta (páginas amarillas, internet)

☐

d.- Buscar otro servicio a través de amigos

☐

e.- Otros

☐

20.- En caso de ser la respuesta Otros a la pregunta anterior, especifique su proceder.

21.- ¿Conoce Ud. de otros servicios que presten los taxis ejecutivos además de movilizar personas?.

Si

☐

No

☐

22.- En caso de ser positiva la respuesta a la pregunta anterior, ¿Podría indicarnos cual o cuales son los servicios que Ud. conoce?

23.- De las siguientes opciones de servicios adicionales, ¿Cuál de estos estaría dispuesto a usar con el correspondiente recargo? (Esta pregunta puede contestarse uno o más, llegando inclusiva a ser todas las opciones).

- | | |
|--------------------------------|--------------------------|
| a.- Entrega de documentos | ☐ |
| b.- Servicio solo para mujeres | ☐ |
| c.- Chofer de asistencia | ☐ |
| d.- Otros | ☐ |

24.- En caso de ser otros la respuesta anterior, ¿Podría especificar el servicio opcional que desea?

25.- ¿Conoce algún tipo de aplicación para celular o Tablet para solicitar taxis?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | ☐ |
| No | ☐ |

26.- En caso de ser positiva la respuesta anterior. Indicar el nombre de la aplicación que Ud. recuerda en primera instancia sea o no usuario de la misma.

27.- ¿Es usuario de alguna aplicación para solicitar taxis?

- | | |
|----|--------------------------|
| Si | ☐ |
| No | ☐ |

28.- Den caso de ser positiva la respuesta anterior. Explique en una sola palabra la razón por la que la utiliza.

29.- Alguna sugerencia para este tipo de servicio de movilización de taxis.

3.6.- Análisis de variables

3.6.1.- Análisis de variables recogidas en el año 2012

En la propuesta de investigación de (Lituma, 2012), en el cual se creó una línea base de esta modalidad de servicio se tabularon 400 encuestas válidas, divididas en 212 mujeres y 188 hombres, y segmentadas por su nivel socio económico de las cuales respetando los porcentajes dieron que 20 eran de nivel A, 124 de nivel B y 256 de nivel C+, respetando las proporciones de hombres y mujeres y a su vez creando un grupo de control que es el 50% de la población que no son usuarios de este servicio.

Las siete primeras preguntas son filtros, en las cuales el sexo y la cantidad de veces que tomaban un taxi, encasillaban directamente la encuesta, el NSE (nivel socio económico) se lo deducía a través de su dirección domiciliaria, cotejando la misma con que el encuestado era o no propietario de un vehículo, por lo que se podía subir o bajar de un estrato dicho encuestado.

La pregunta ocho recoge los gustos y preferencias en el momento de decidir por una modalidad de servicio de movilización u otra, la pregunta nueve y diez busca los niveles de recordación de los usuarios de las compañías y cooperativas que realizan este servicio.

La pregunta once y trece están correlacionadas, en esta se buscan los diferentes factores de calidad que los usuarios ansían cuando deciden un servicio, la trece válida o no la pregunta.

Las preguntas diecinueve, veintiuno y veintitrés investigan acerca de servicios sustitutos (pregunta 19), sobre el conocimiento de servicios complementarios (pregunta 21), y por último sobre la intención de uso de servicios complementarios (pregunta 23).

Tabla 1.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por una modalidad de servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad NSE A, pregunta 8

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	65 %	10 %	10 %	-
Servicio de Taxi Cooperado	10 %	10 %	10 %	-
Servicio de Taxi Ambulante	10%	15 %	-	10 %
Servicio de movilización provisto por particular	15 %	10 %	10 %	10 %

Número de encuestados 20 personas de NSE A, 10 usuarios y 10 no usuarios, siendo 12 mujeres y ocho varones, en el cual el 65% escogió la modalidad de taxi ejecutivo como primera opción. Fuente: (Lituma, 2012).

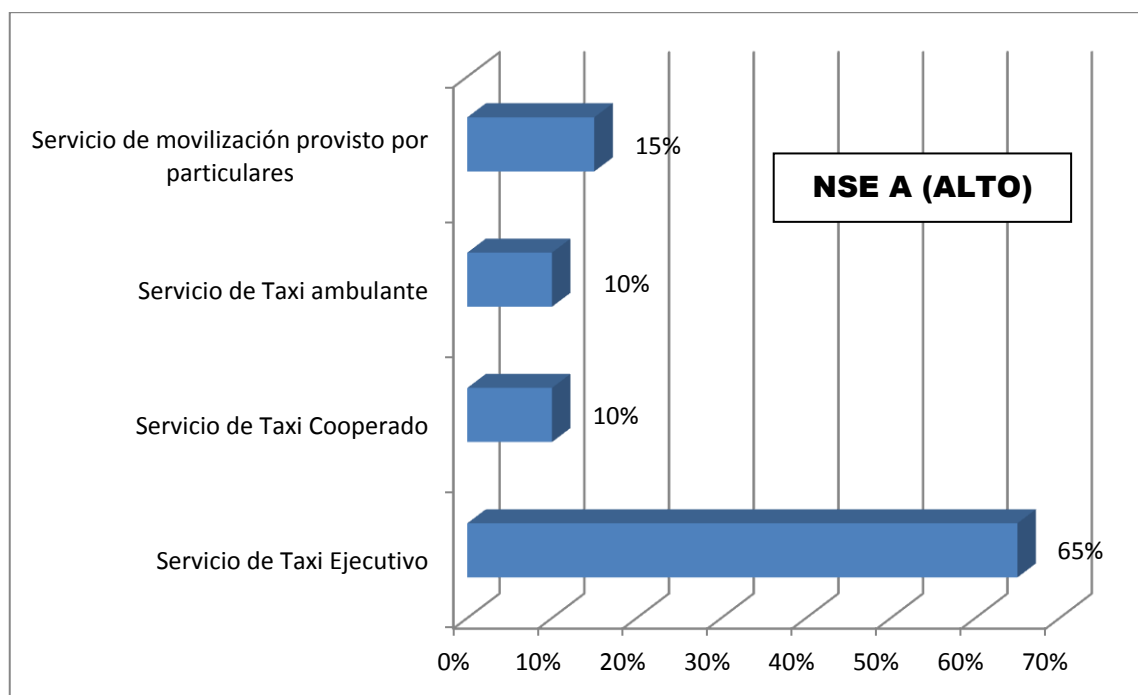


Figura 1.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario NSE Alto en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de taxi ejecutivo en el año 2012. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 2.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por un servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad, NSE B, pregunta ocho.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	47,58 %	9,68 %	9,68 %	3,22 %
Servicio de Taxi Cooperado	15,32 %	12,90 %	15,32 %	9,68 %
Servicio de Taxi Ambulante	21,78 %	15,32 %	3,22 %	12,90 %
Servicio de movilización provisto por particular	15,32 %	25 %	12,90 %	-

Número de encuestados 124 personas de NSE B, 62 usuarios y 62 no usuarios, siendo 64 mujeres y 60 varones, en los cuales la primera opción de movilización continuó siendo el taxi ejecutivo pero esta vez con un aproximado 48%. Fuente (Lituma, 2012).

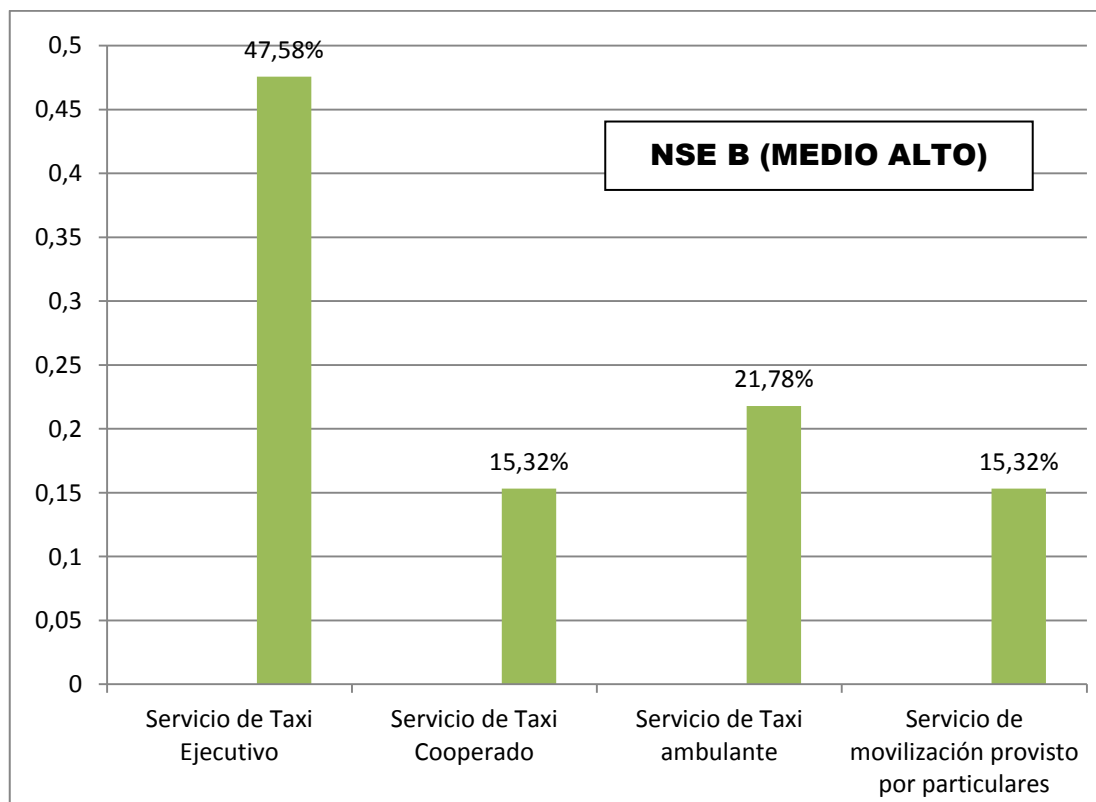


Figura 2.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario NSE B en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de taxi ejecutivo en el año 2012, (Lituma, 2012).

Tabla 3.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por un servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad, NSE C+, pregunta ocho.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	33,98 %	10.16 %	5.86 %	7.81 %
Servicio de Taxi Cooperado	5.86 %	19.92 %	10.16 %	5.86 %
Servicio de Taxi Ambulante	16.01 %	14.06 %	10.16 %	7.81 %
Servicio de movilización provisto por particular	44.14 %	12.11 %	10.16 %	5.86 %

Número de encuestados 256 personas de NSE C+, 128 usuarios y 128 no usuarios, siendo 136 mujeres y 120 varones, en el cual la primera opción fue el servicio de movilización provisto por conocidos con un 44%.. Fuente (Lituma, 2012).

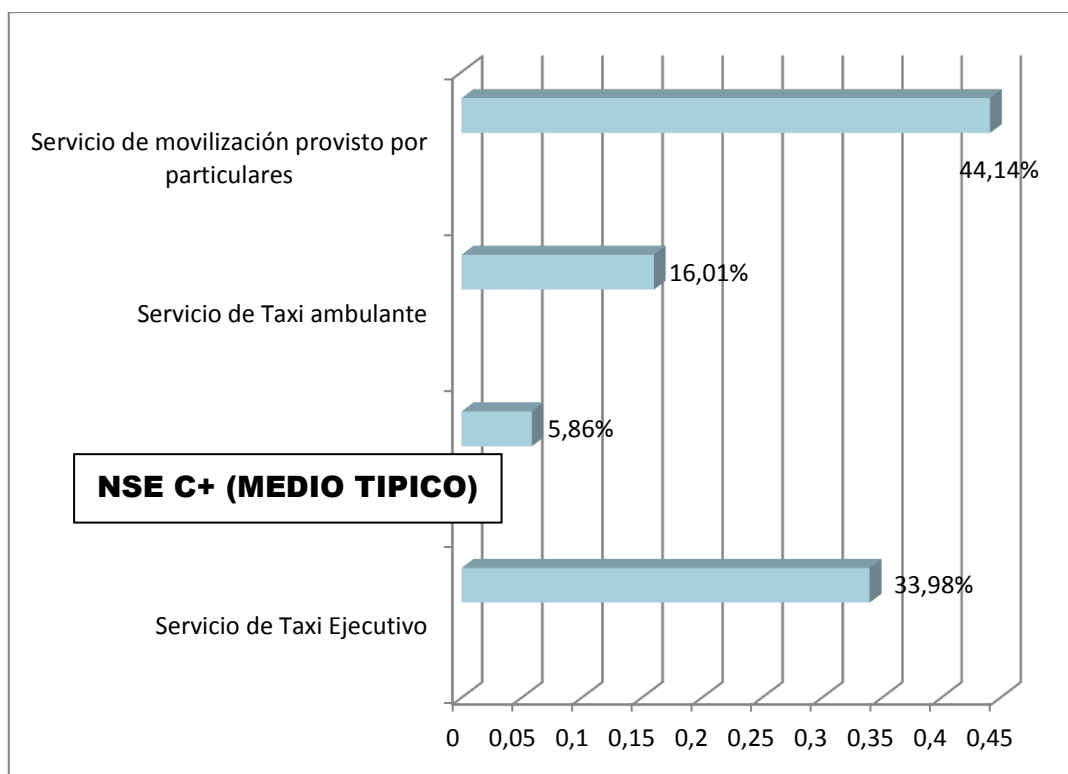


Figura 3.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de servicio de movilización provisto por conocidos en el NSE C+ en el año 2012, (Lituma, 2012).

Tabla 4.- Análisis de la variable sobre nivel de recordación de compañías que prestan el servicio de movilización de taxi ejecutivo, NSE A, B y C+.

	A	B	C+
Vipcar	10 %	12.90 %	23.83 %
Fastline	25 %	21.77 %	19.92 %
Sedisca	10 %	2.42 %	3.13 %
Galarent	10 %	3.23 %	3.13 %
Constrana	-	-	0.39 %
Easy car	10 %	-	1.56 %
Pumacar	-	-	1.95 %
Servicar	-	1.61 %	1.17 %
Orient Express	-	-	0.78 %
C.C. Río Centro	5 %	1.61 %	3.13 %
Dicuitrans	-	-	1.95 %
Rentacar	-	1.61 %	-
Ruedacar	-	-	-
Speedcar	-	1.61 %	-
Samborondon Cars	5 %	-	-
Carservirent	-	1.61 %	-
Autoseguro	-	1.61 %	-
Taxi amigo	10 %	9.68 %	1.17 %
Ninguno	15 %	38.71 %	37.89 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de los cuales la mitad son usuarios y la otra mitad no, se muestran las empresas más representativas en ese período, tomado de (Lituma, 2012).

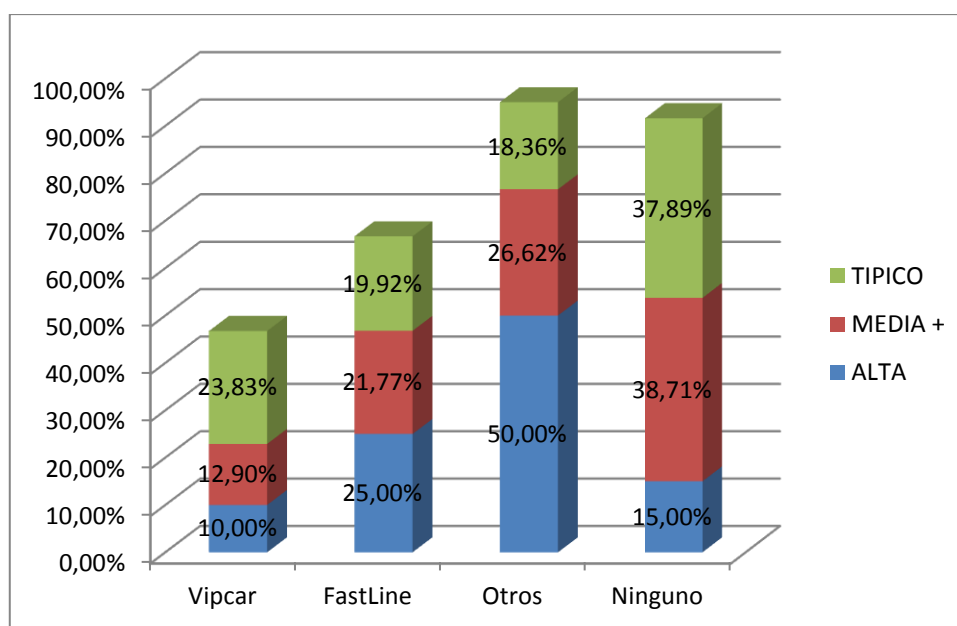


Figura 4.- Respuestas de la pregunta 9, se presentan las dos tendencias de empresas más reconocidas por NSE A, B, C+, además las opciones ninguna y otras. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 5.- Análisis de la variable sobre nivel de recordación de cooperativas de taxis que presten el servicio de movilización de taxi ejecutivo, NSE A, B y C+.

	Alto	Media Alto	Medio Típico
Paraíso	5 %	-	-
Sur Limitada	10 %	3.22 %	6.64 %
Río Guayas	-	-	0.78 %
10 de Enero	-	-	0.39 %
Aeropuerto	-	2.42 %	2.34 %
Z1	-	-	1.56 %
Esmeraldas	-	-	0.39 %
ATAG	-	-	1.56 %
9 de Abril	-	3.22 %	8.20 %
9 de Octubre	-	-	1.56 %
C. del Sol Machala	-	-	0.39 %
Trans del Guayas	-	0.80 %	-
Ninguno	85 %	90.32 %	77.34 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de los cuales la mitad son usuarios y la otra mitad no, se muestran las cooperativas de taxis más representativas en ese período, tomado de (Lituma, 2012).

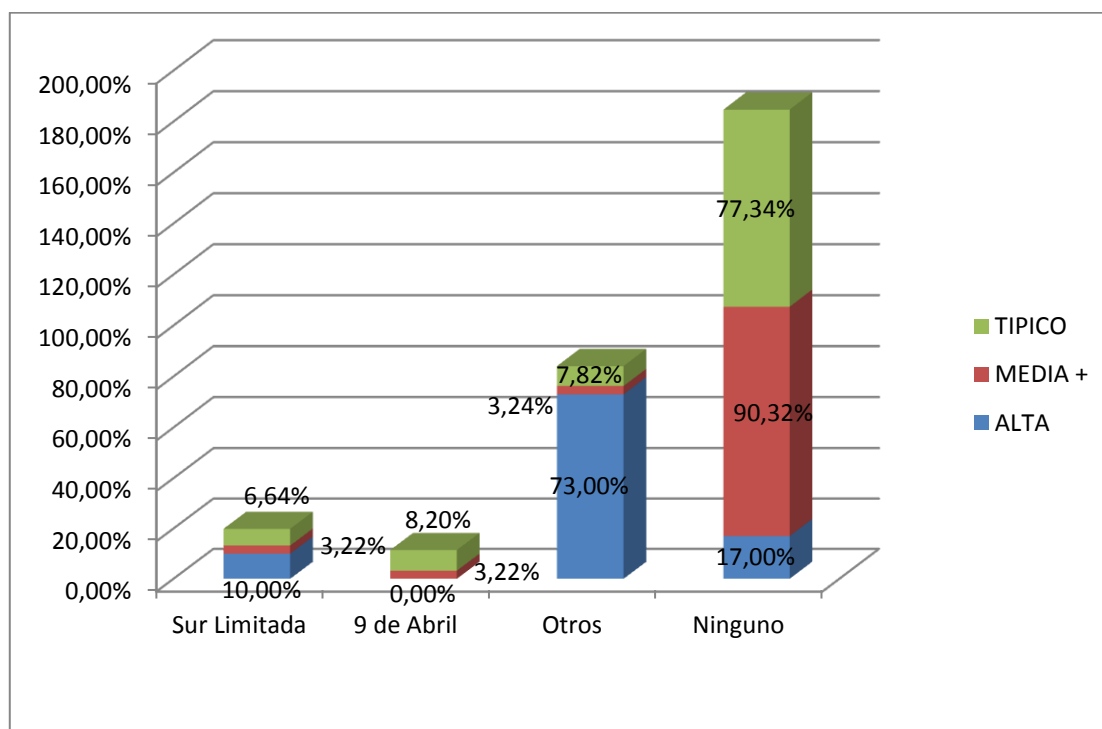


Figura 5.- Respuestas de la pregunta 10, se presentan las dos cooperativas más reconocidas en ese período por NSE A, B, C+, además de la opción; ninguna y otras. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 6.- Análisis de la variable factor de calidad que es más importante para el usuario e inciden en el momento de seleccionar un servicio de movilización u otro, NSE Alto, Medio Alto y Medio Típico, pregunta once.

	A	B	C+
<i>Empresa con trayectoria en el mercado local</i>	-	-	-
<i>Disponibilidad inmediata de unidades</i>	25 %	20.97 %	17.97 %
<i>Rapidez en llegada al destino</i>	10 %	-	5.86 %
<i>Precio</i>	10 %	12.90 %	19.92 %
<i>Confort</i>	-	-	-
<i>Que la empresa brinde seguridad y confianza</i>	40 %	56.45 %	42.58 %
<i>Amplio conocimiento de la ciudad</i>	-	-	-
<i>Ser conocida por el usuario</i>	-	-	7.81 %
<i>Ser recomendada por conocidos</i>	15 %	9.67 %	5.86 %
<i>Otros</i>	-	-	-
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra que la seguridad es el principal factor de calidad en todos los estratos. Detalle en las figuras 6,7 y 8. Tomado de (Lituma, 2012).

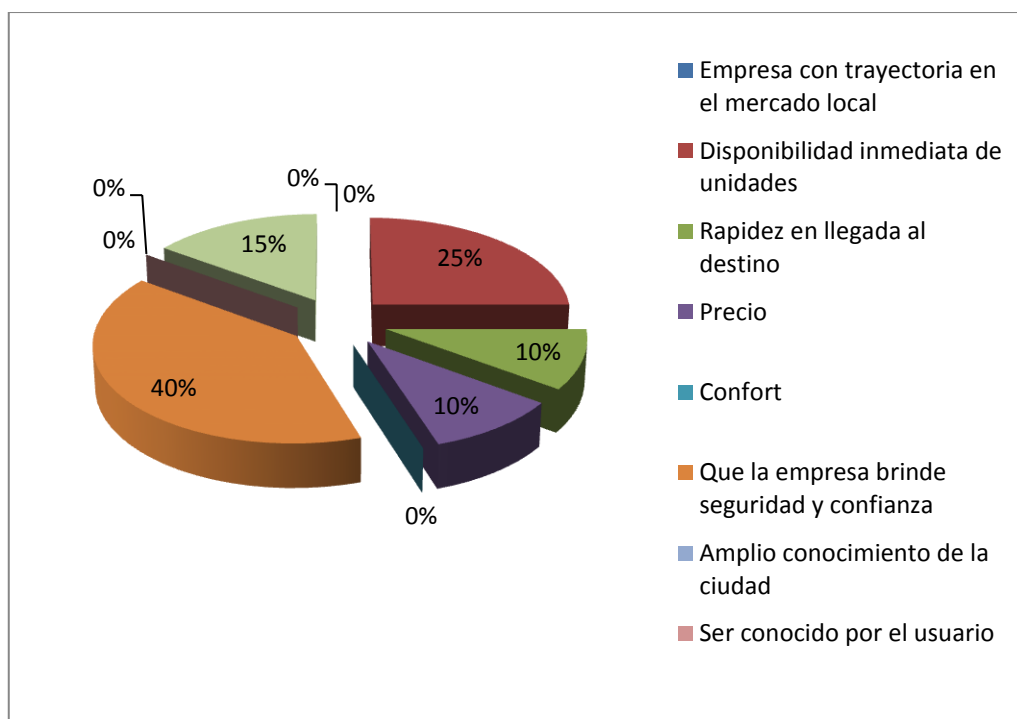


Figura 6.- Respuestas a la pregunta 11, La calidad más apreciada por el usuario de NSE A, en ese período. Tomado de (Lituma, 2012).

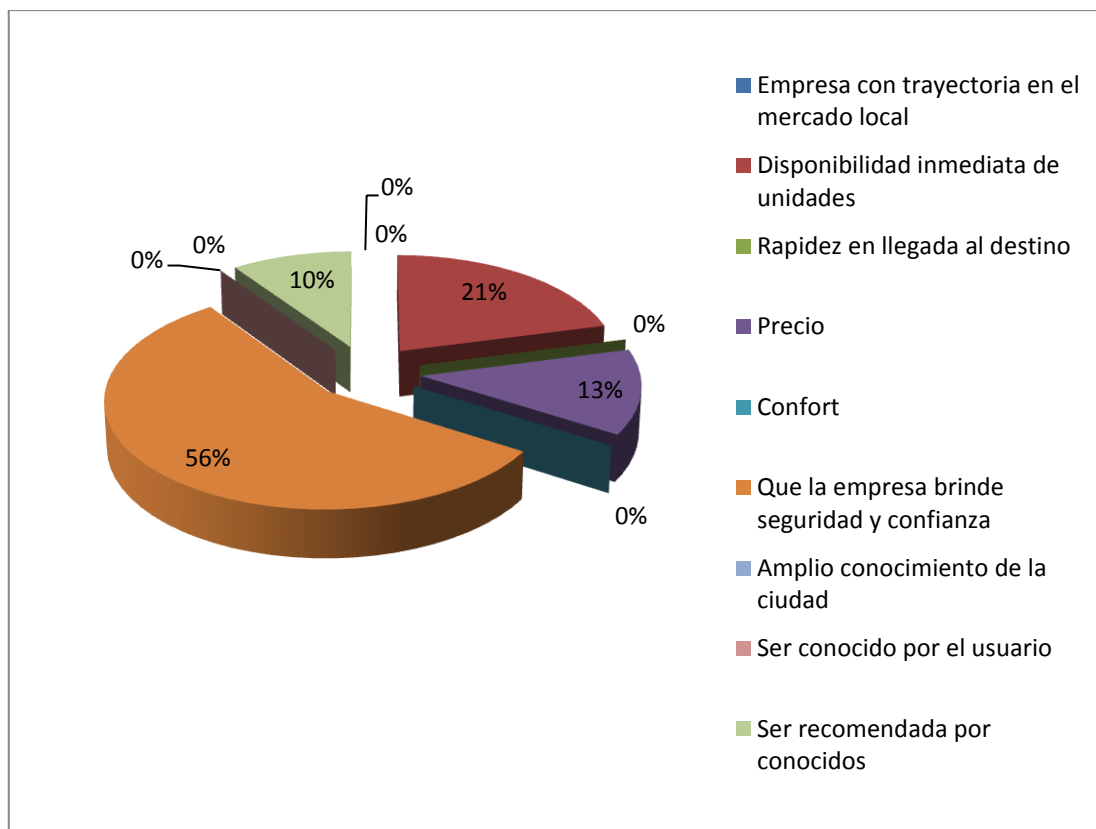


Figura 7.- Respuestas a la pregunta 11, La cualidad más apreciada por el usuario de NSE B, en ese período. Tomado de (Lituma, 2012).

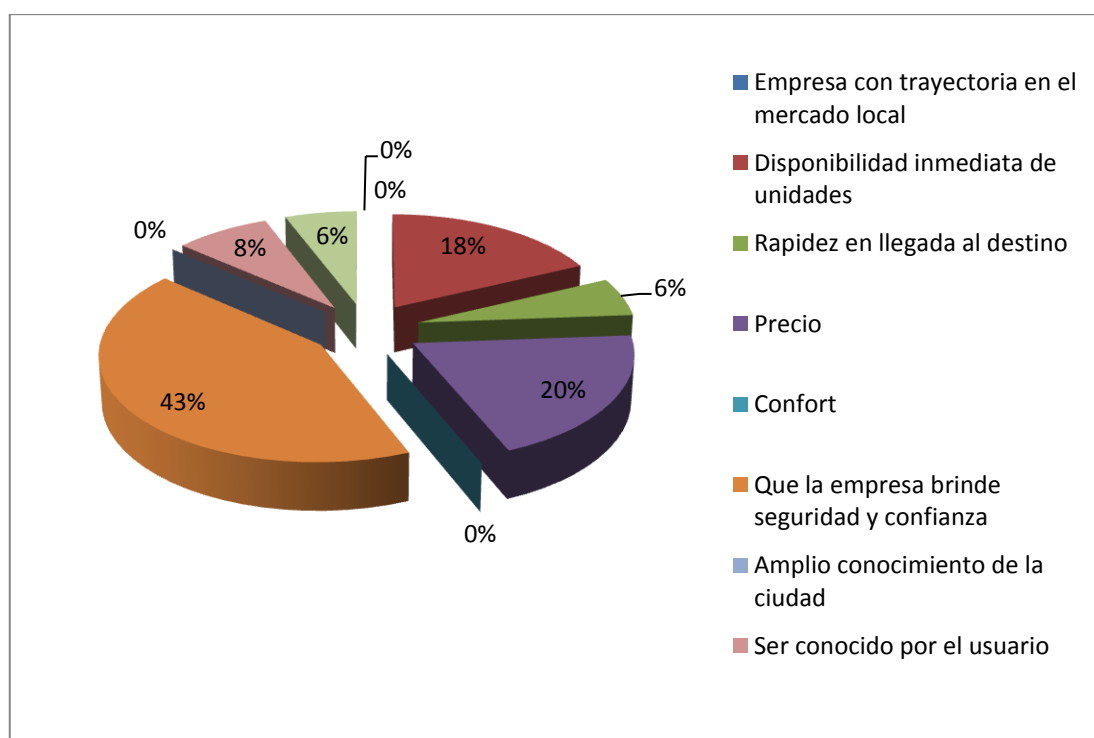


Figura 8.- Respuestas a la pregunta 11, La cualidad más apreciada por el usuario de NSE C+, en ese período. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 7.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE Alto, pregunta trece.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
Disponibilidad inmediata de unidades	30 %	25 %	35 %	10 %	-
Precio	10 %	20 %	30 %	55 %	-
Recomendada por conocidos	10 %	30 %	35 %	25 %	-
Que la empresa brinde seguridad y confianza	50 %	25 %	30 %	10 %	-
Otros	-	-	-	-	-
Total	100 %	100 %	100 %	100 %	

Número de encuestados 20 personas de NSE A, 10 usuarios y 10 no usuarios, siendo 12 mujeres y ocho varones, en el cual el 50% escogió el factor de calidad “Seguridad” como primera opción. Detalle figura 9. Tomado de (Lituma, 2012).

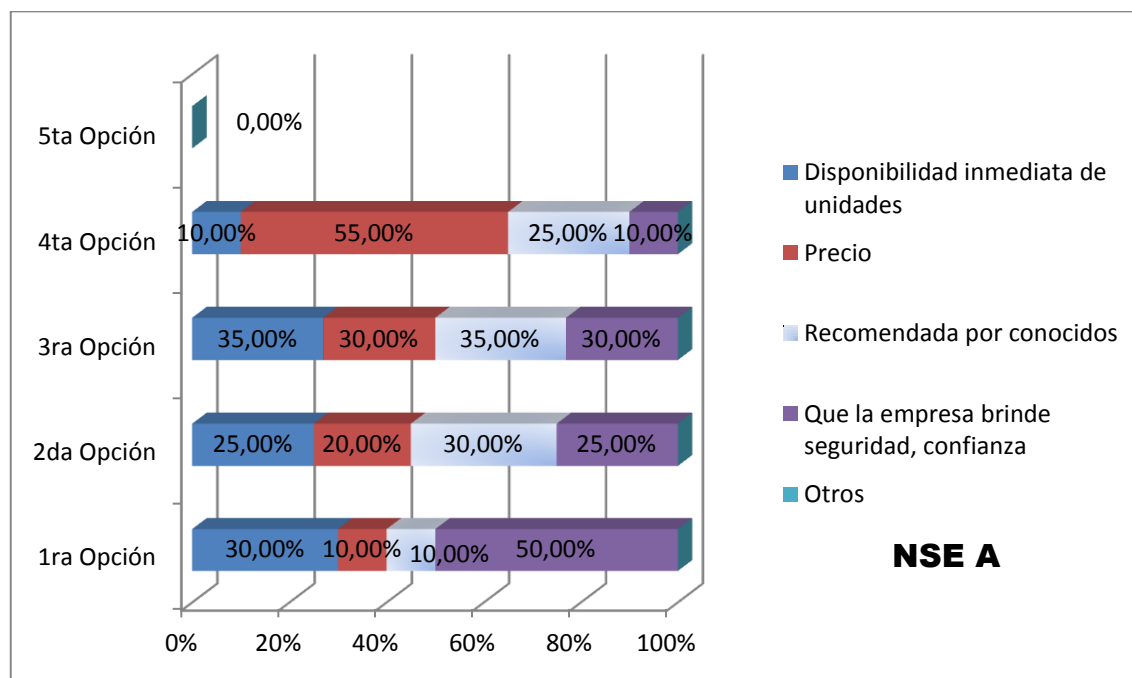


Figura 9.- Respuestas a la pregunta 13, NSE A, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en esos período. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 8.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE B, pregunta trece.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
Disponibilidad inmediata de unidades	15.32 %	40.32 %	16.13 %	28.23 %	-
Precio	15.32 %	16.13 %	28.23 %	40.32 %	-
Recomendada por conocidos	6.45 %	25.00 %	40.32 %	28.23 %	-
Que la empresa brinde seguridad y confianza	62.90 %	18.55 %	15.32 %	3.23 %	-
Otros	-	-	-	-	-

Número de encuestados 124 personas de NSE B, 62 usuarios y 62 no usuarios, siendo 64 mujeres y 60 varones, en los cuales el primer factor de calidad es la “seguridad”, en ese periodo.. Fuente (Lituma, 2012).

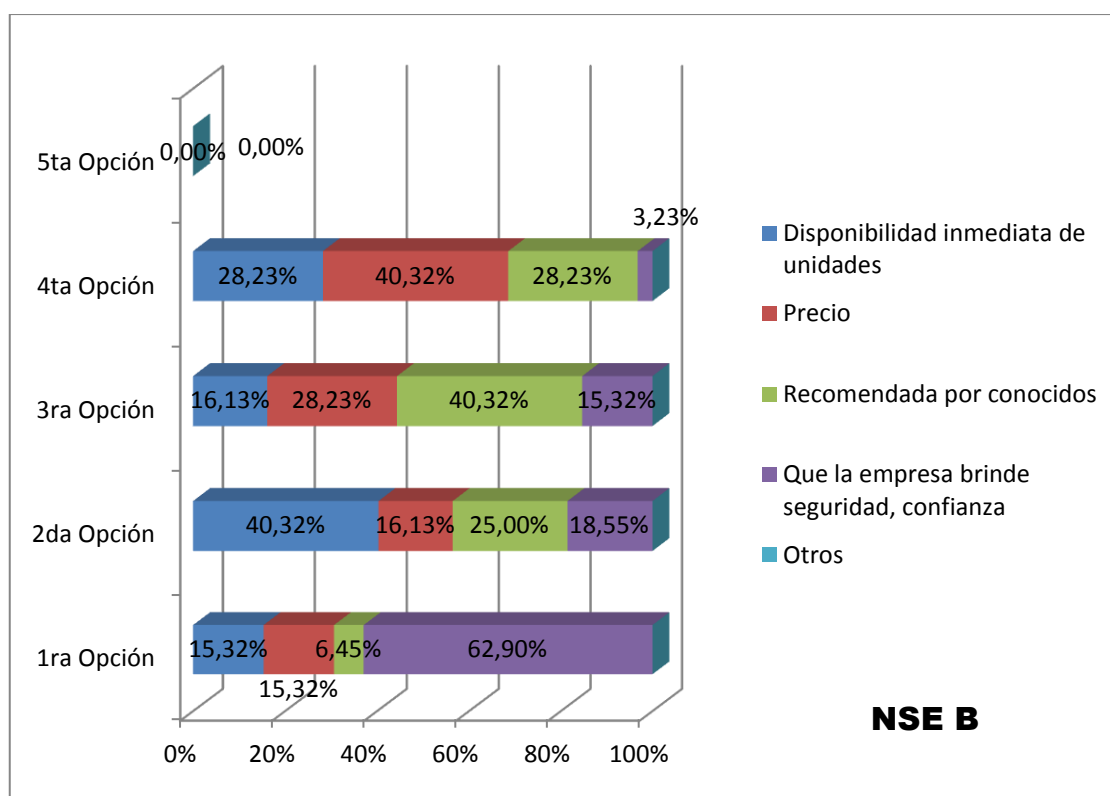


Figura 10.- Respuestas a la pregunta 13, NSE B, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en ese periodo. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 9.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE C+, pregunta trece.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
Disponibilidad inmediata de unidades	34 %	34%	17 %	15 %	-
Precio	16 %	26 %	41 %	17 %	-
Recomendada por conocidos	10 %	24 %	22 %	44 %	-
Que la empresa brinde seguridad y confianza	40 %	16 %	20 %	24 %	-
Otros	-	-	-	-	-

Número de encuestados 256 personas de NSE C+, 128 usuarios y 128 no usuarios, siendo 136 mujeres y 120 varones, en el cual la primera opción fue la “seguridad”, el factor preponderante con un 40%.

Fuente (Lituma, 2012).

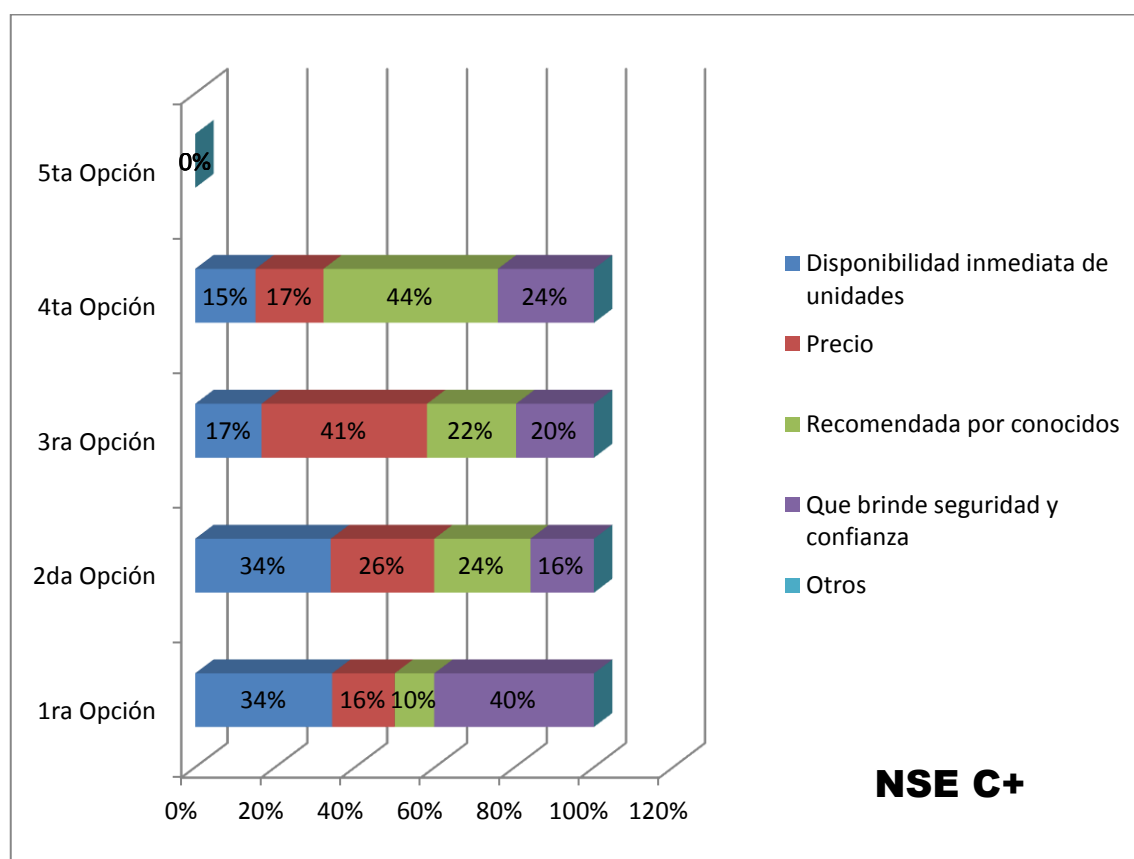


Figura 11.- Respuestas a la pregunta 13, NSE C+, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en ese período.

Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 10.- Análisis de variable productos sustitutos ¿Cuál es la opción de servicio que opta el usuario en caso de fallar su primera decisión?, NSE A, B ,C+, pregunta diecinueve.

	<i>Alta</i>	<i>Medio Alto</i>	<i>Medio Típico</i>
<i>Coger el primer taxi que se encuentre</i>	30 %	31.45 %	44.14 %
<i>Esperar hasta que haya unidades disponibles</i>	35 %	21.78 %	17.96 %
<i>Buscar otro servicio por su cuenta</i>	10 %	15.32 %	7.81 %
<i>Buscar otro servicio por referidos o amistades</i>	25 %	31.45 %	30.09 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra las diferentes acciones que los usuarios de acuerdo a su estrato, decide en caso de no tener su primera opción.
Tomado de (Lituma, 2012).

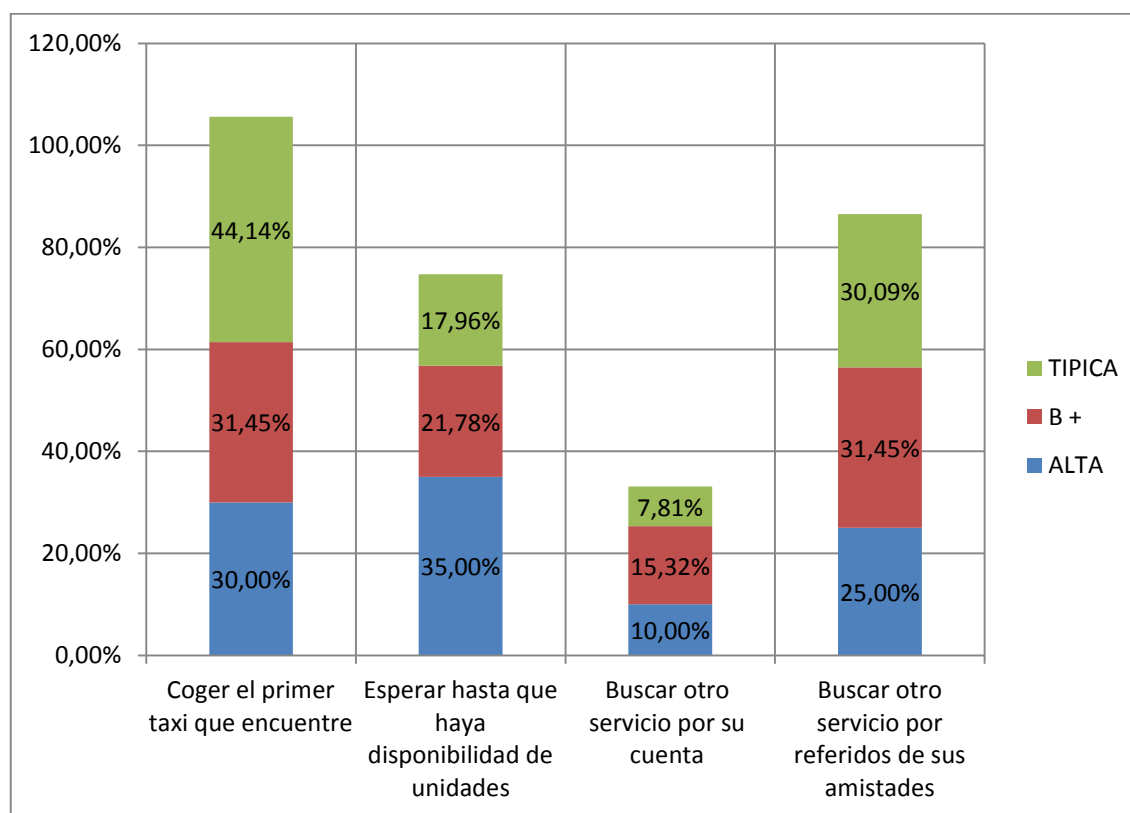


Figura 12.- Respuestas a la pregunta 19, NSE A, B y C+, en el cual indican cuáles son los productos sustitutos por estrato o NSE.
Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 11.- Análisis de variable conocimiento del público sobre servicios complementarios dentro de esta modalidad, NSE A, B, C+, pregunta veintiuno.

	<i>Alta</i>	<i>Media Ascendente</i>	<i>Típica</i>
<i>Si</i>	10 %	15.32 %	14.06 %
<i>No</i>	90 %	84.68 %	85.94 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra si hay conocimiento a cabalidad por parte de los usuarios en general de todos los servicios que prestan las empresas y cooperativas de taxis. Tomado de (Lituma, 2012)

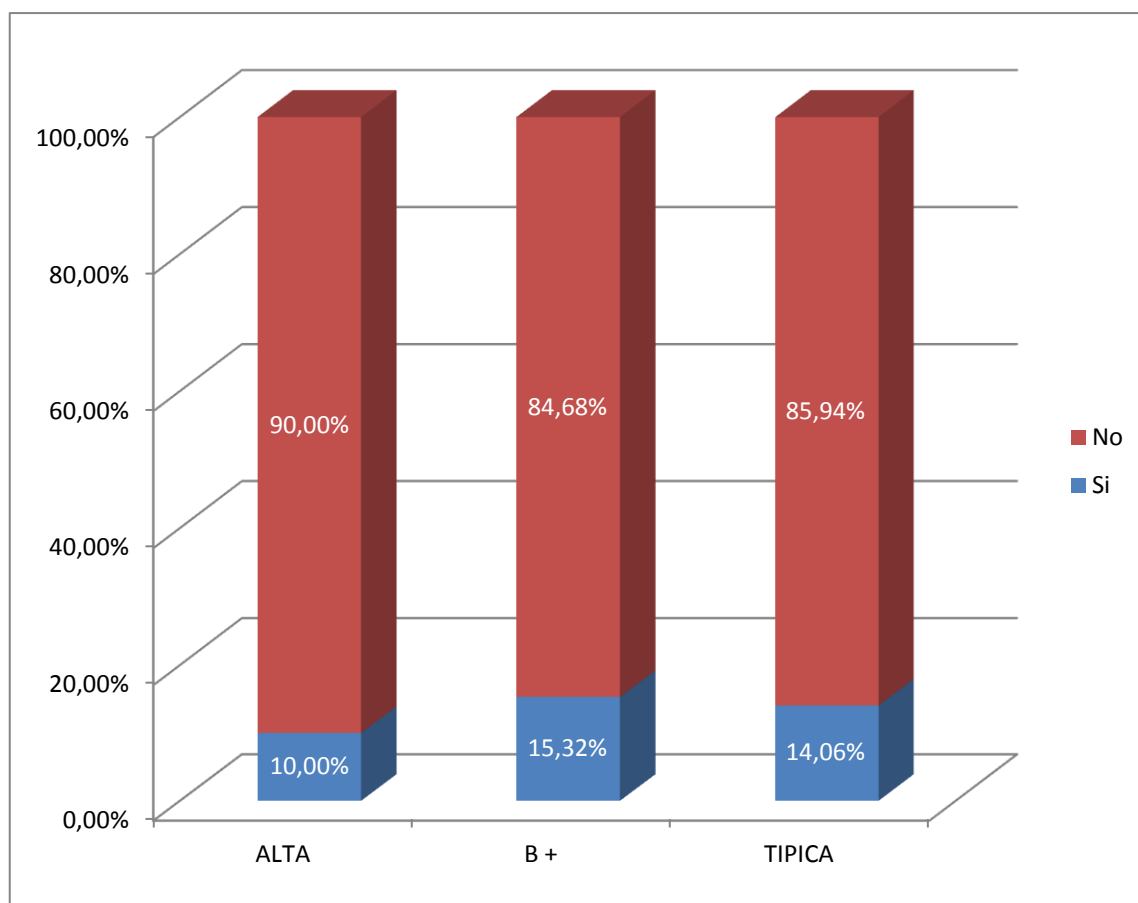


Figura 13.- Respuestas a la pregunta 21, NSE A, B y C+, en el que se muestra la tendencia general en todos los estratos del desconocimiento acerca de los productos complementarios que ofrecen las empresas y cooperativas de taxis ejecutivos. Tomado de (Lituma, 2012).

Tabla 12.- Análisis de variable de aceptación de servicios adicionales (nichos de negocios nuevos) e intención de uso, NSE A, B y C+, pregunta veintitrés

	Alto	Media Alto	MedioTípico
<i>Opción A</i>	50 %	53.23 %	51.95 %
<i>Opción B</i>	25 %	43.55 %	23.83 %
<i>Opción C</i>	40 %	15.32 %	48.05 %
<i>Otros</i>	-	2.42 %	1.95 %
<i>Ninguno</i>	15 %	6.45 %	14.06 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no.

Opción A.- Entrega de documentos, la compañía se responsabiliza de la entrega de documentos a la persona y a la hora indicada por un valor X más el valor de la carrera.

Opción B.- Servicio de conducción solo mujeres.

Opción C.- Chófer asistido, la compañía provee de un chófer adicional para el manejo de su automotor (en caso de no pasar el control de alcoholemia u otro motivo

Tomado de (Lituma, 2012).

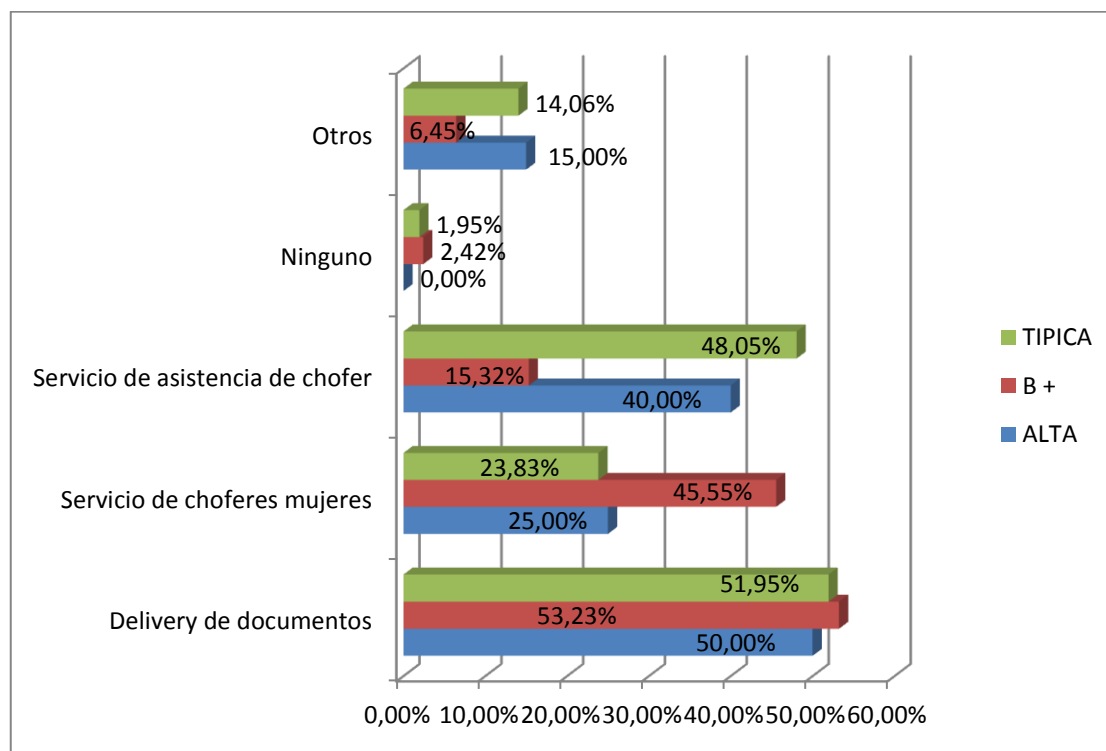


Figura 14.- Respuestas a la pregunta 21, NSE A, B y C+, en el que se muestra que todos los servicios tienen una gran aceptación dentro de los usuarios encuestados y que trata sobre nuevos servicios que pueden prestar las empresas y cooperativas de taxis ejecutivos.

Tomado de (Lituma, 2012)

Tabla 13.- Línea Base para identificar las necesidades de uso del servicio de movilización de Taxi Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil. Fuente: (Lituma, 2012).

Objetivo Específico	Instrumento	2004	Instrumento	2012	Consecuencia
Determinar los tipos de modalidades de Servicio de Taxi	Entrevistas	Taxi Cooperado 75% Taxi Ambulante 25%	Entrevistas y Encuestas	Taxi Ejecutivo 40 % Taxi Cooperado 10 % Taxi Ambulante 17 % Taxi conducido Conocidos 33 %	Cambio en la matriz de servicios
Cuantificar la cantidad de empresas y Cooperativas que prestan el servicio de movilización de T.E.	Estudio de Mercado de la empresa Vip Car año 2004	Empresas > 23 Cooperativas 0	Página Web de la Agencia Nacional de Tránsito	Empresas Precalificadas 32 Cooperativas Precalificadas 2 Empresas no calificadas 31	Aumento de la Oferta tanto en cías como en cooperativas que prestan esta modalidad
Estimar la cantidad de automotores que prestan esta modalidad de servicio	Estudio de Mercado de la empresa Vip Car año 2004	Empresas aprox. 700	Página Web de la Agencia Nacional de Tránsito Entrevistas	Emp. PreClas 1.752 un. Emp. No PreClas. 1.200 un. Informales ap 1.000 un.	Aumento de la Oferta en automotores que prestan esta modalidad
Especificar las cualidades que el usuario más aprecia	Estudio de Mercado de la empresa Vip Car año 2004	Seguridad 85.46%	Encuestas	Seguridad 49 % Disponibilidad 28 % Precio 15 %	Continúa la seguridad como primera alternativa pero se añaden otras variables a considerar
Señalar necesidades latentes de los usuarios	Estudio de Mercado de la empresa Galarent año 2004	Crédito 70 % Viajes 20 %	Encuestas	Delivery 51.73% Chof. Asist. 34.46% Cond. Muj. 30.79%	Nuevas necesidades, ya que tanto el crédito como los viajes se dan x descuento
Precisar las empresas líderes que prestan el servicio de T.E.	Estudio de Mercado de la empresa Vip Car año 2004	Taxi Amigo 87.70% Vip Car 53.50%	Encuestas	FastLine 21 % Vipcar 19 %	Los lugares en las tendencias siguen igual pero los % han cambiado
Precisar las coop. Líderes que prestan el servicio de T.E.	N/A	N/A	Encuestas	Sur Limitada 10 % 9 de Abril 10 %	Nuevos Ofertantes aunque el desconocimiento es el gran ganador
Cuantificar los carros que han optado por el plan RENOVA	Decreto Ejecutivo 1145 del 18 de Junio del 2008	N/A	Página Web de la Agencia Nacional de Tránsito	6.702 unidades al 31 de Marzo del 2012	Competencia indirecta iguala condiciones de confort

3.6.2.- Análisis de variables recogidas en el año 2014

En la actual propuesta de investigación, y al ser un estudio longitudinal sobre los factores que influyen en el servicio de movilización denominado taxi ejecutivo, se encuestó con “*casi*” el mismo cuestionario anterior, y se dice casi, ya que a este cuestionario original se le añadió algunas preguntas acerca de cómo las nuevas formas de comunicación y sus aplicaciones en dispositivos inteligentes y al estar conectados a la red de internet han afectado de forma manifiesta la manera de ordenar este servicio.

Igualmente como en la investigación anterior se tabularon 400 encuestas válidas, respetando los parámetros establecidos anteriormente; de sexo, nivel socio económico, ser o no usuario de este servicio (*grupo de control*).

No hubo cambios en las siete primeras preguntas ya que son filtros en ambos cuestionarios y como es evidente en las siguientes preguntas hasta llegar a la número veinticinco, en que termina el cuestionario original, por lo que se obvia el detalle de las mismas (*detalles página 55*) y se explicará las variables de las preguntas agregadas.

La pregunta veinticinco investiga la variable de conocimiento de los usuarios sobre las nuevas aplicaciones que existen en el mercado y con las que se puede ordenar este tipo de servicios.

La siguiente pregunta, la veintiséis, nos informa acerca de la variable nombres de las aplicaciones que están posicionadas en la mente del usuario, sean o no consumidores de la misma.

Por último la pregunta veintisiete, investiga sobre el porcentaje de usuarios de estas aplicaciones por nivel socio económico.

Tabla 14.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por una modalidad de servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad NSE A, pregunta 8, período 2014

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	75 %	5 %	-	5%
Servicio de Taxi Cooperado	5 %	20 %	15 %	-
Servicio de Taxi Ambulante	5%	5 %	-	10 %
Servicio de movilización provisto por particular	15 %	10 %	5 %	-

Número de encuestados 20 personas de NSE A, 10 usuarios y 10 no usuarios, siendo 12 mujeres y ocho varones, en el cual el 75% escogió la modalidad de taxi ejecutivo como primera opción, en el período 2014.
Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

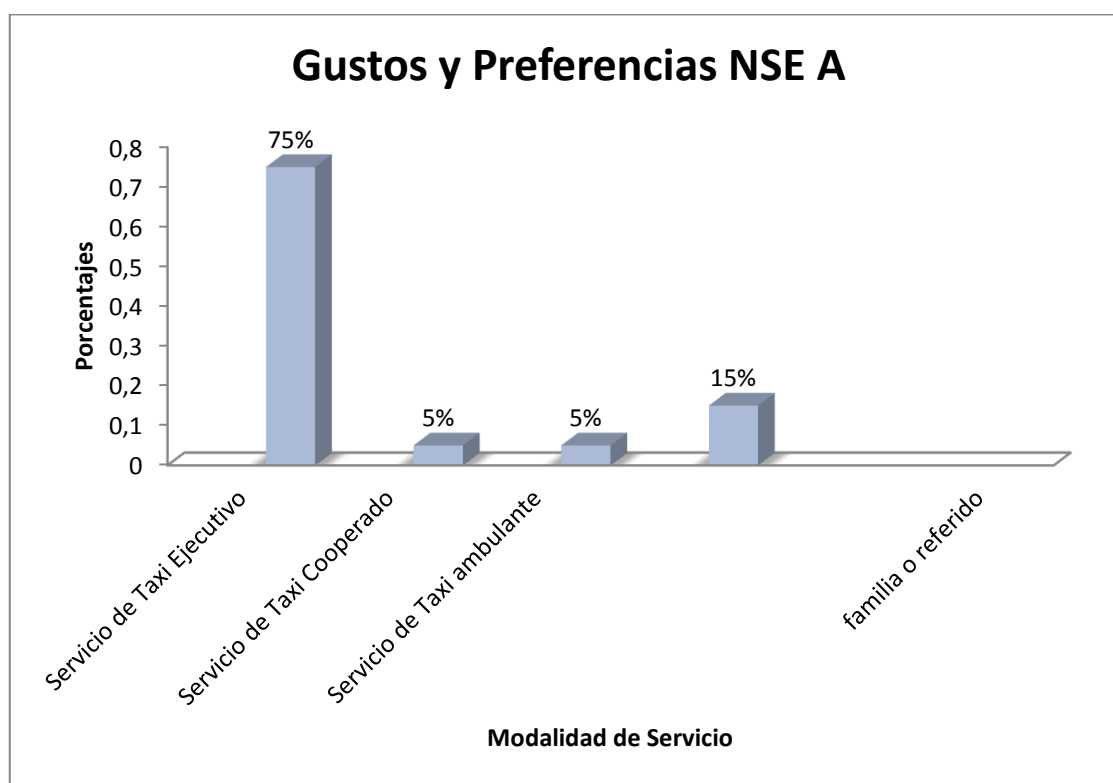


Figura 15.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario, NSE Alto en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de taxi ejecutivo en el año 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

Tabla 15.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por un servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad, NSE B, pregunta ocho, período 2014.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	48,39 %	18,55 %	2,42 %	3,23 %
Servicio de Taxi Cooperado	19,35 %	10,48 %	17,74 %	4,84 %
Servicio de Taxi Ambulante	11,29 %	8,87 %	6,45 %	14,52 %
Servicio de movilización provisto por particular	20,97 %	13,71 %	7,26 %	8,87 %

Número de encuestados 124 personas de NSE B, 62 usuarios y 62 no usuarios, siendo 64 mujeres y 60 varones, en los cuales la primera opción de movilización siguió siendo el taxi ejecutivo pero esta vez con un 48%. Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

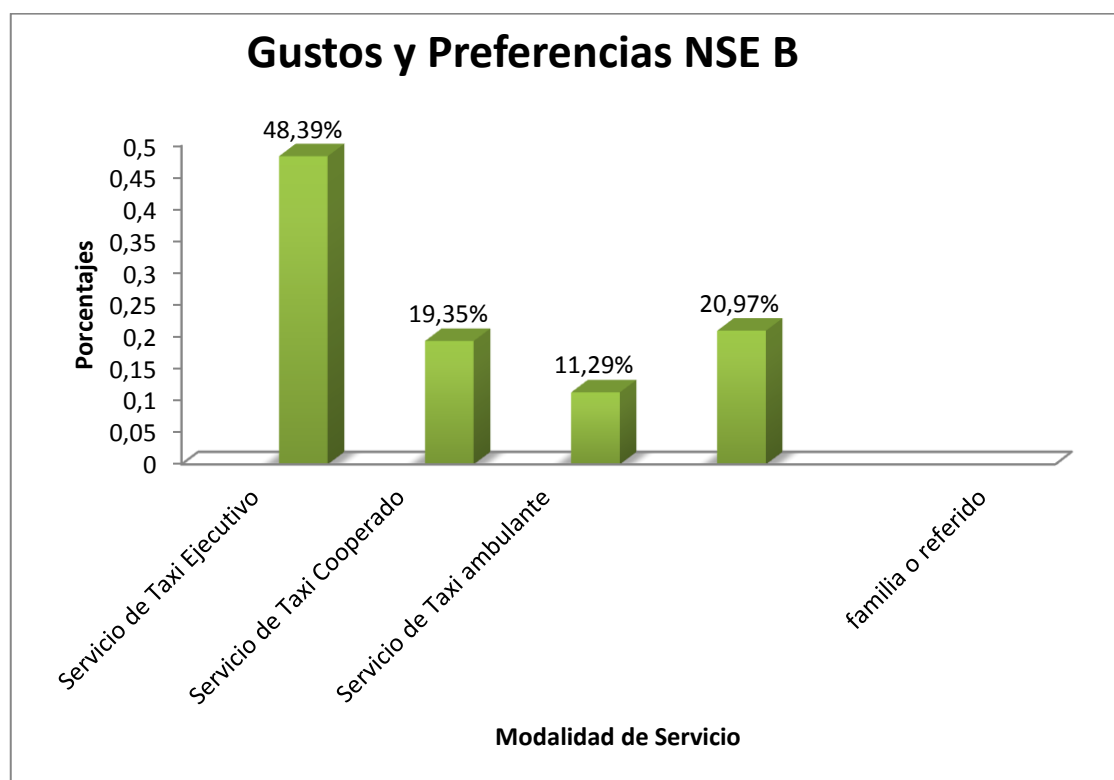


Figura 16.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario NSE B en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de taxi ejecutivo en el año 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

Tabla 16.- Análisis de la variable sobre gustos y preferencias al momento de decidir por un servicio de movilización de taxis, en orden de prioridad, NSE C+, pregunta ocho, período 2014.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción
Servicio de Taxi Ejecutivo	37,89 %	14,84 %	5,86 %	3,91 %
Servicio de Taxi Cooperado	14,45 %	7,81 %	16,80 %	7,03 %
Servicio de Taxi Ambulante	18,75 %	8,59 %	7,81 %	13,67 %
Servicio de movilización provisto por particular	28,91 %	14,45 %	4,30 %	7,42 %

Número de encuestados 256 personas de NSE C+, 128 usuarios y 128 no usuarios, siendo 136 mujeres y 120 varones, en el cual la primera opción fue el servicio de movilización de taxi ejecutivo, con un aproximado 38% de la muestra..

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

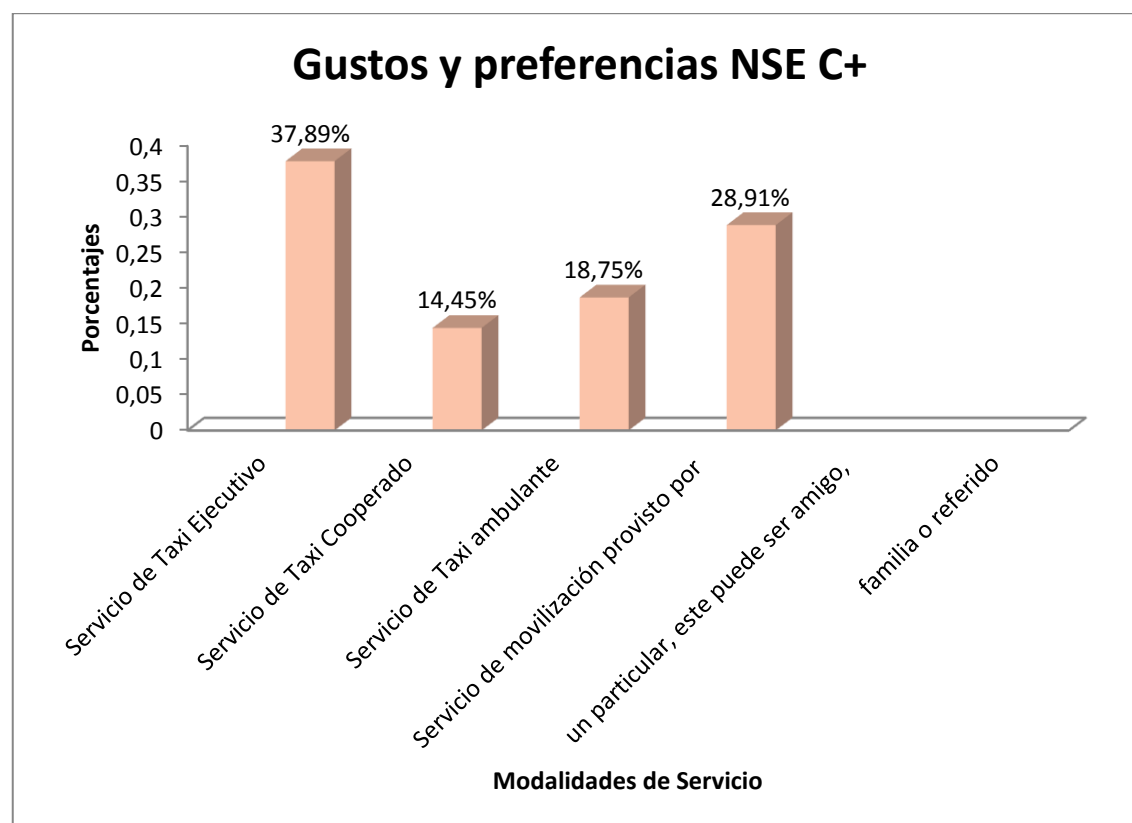


Figura 17.- Respuesta de la pregunta 8 del cuestionario NSE C+ en el cual se muestra la tendencia a escoger la modalidad de servicio de movilización de taxi ejecutivo en el año 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 17.- Análisis de la variable sobre nivel de recordación de compañías que prestan el servicio de movilización de taxi ejecutivo, NSE A, B y C+. Período 2014

	A	B	C+
<i>Vipcar</i>	15 %	8,87 %	6,25 %
<i>Sambocar</i>	5 %	9,68 %	4,30 %
<i>Easy Car</i>	-	2,42 %	3,52 %
<i>Mundo Taxi</i>	-	0,81 %	0,78 %
<i>Fast Line</i>	10 %	13,71 %	12,50 %
<i>Ivan Car</i>	-	4,84 %	1,56 %
<i>Rueda Car</i>	-	2,42 %	1,17 %
<i>Easy Taxi</i>	5 %	12,90 %	11,33 %
<i>La Concordia</i>	5 %	0,81 %	2,73 %
<i>Otras</i>	20 %	12,90 %	15,99 %
<i>Ninguno</i>	40 %	30,65 %	39,06 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de los cuales la mitad son usuarios y la otra mitad no, se muestran las empresas más representativas en el período 2014. Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

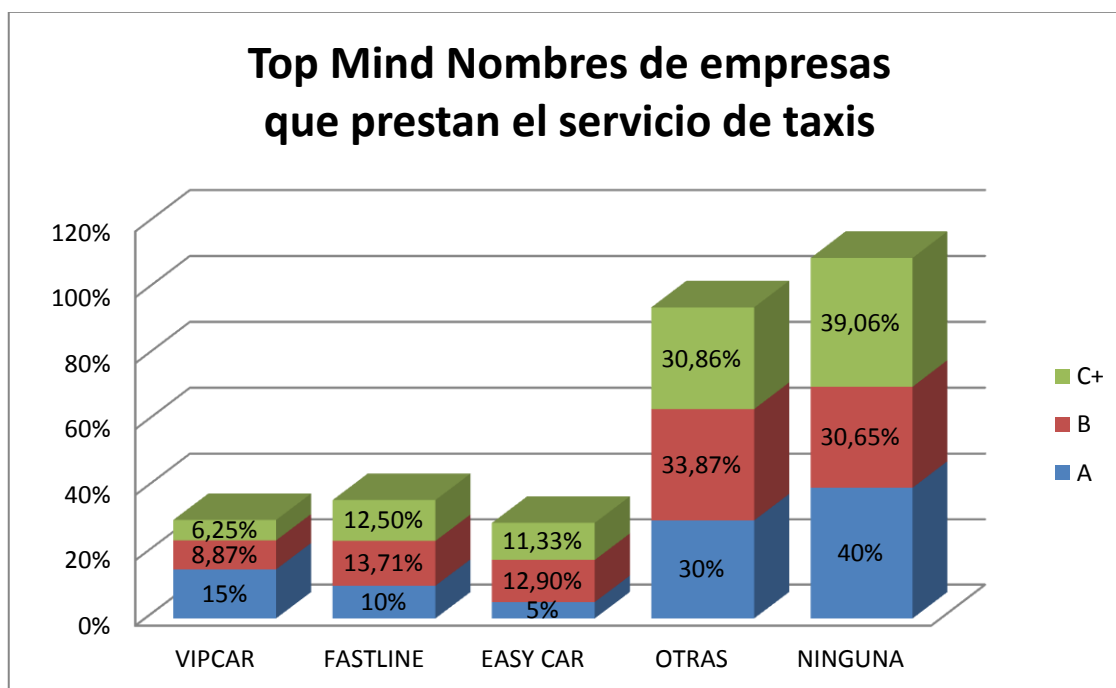


Figura 18.- Respuestas de la pregunta 9, se presentan las dos tendencias de empresas más reconocidas por NSE A, B, C+, además las opciones ninguna y otras. Período 2014. Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 18.- Análisis de la variable sobre nivel de recordación de cooperativas de taxis que presten el servicio de movilización de taxi ejecutivo, NSE A, B y C+. Período 2014.

	A	B	C+
<i>Mall del Sol</i>	5 %	9,68 %	7,03 %
<i>Río Guayas</i>	-	13,71 %	12,50 %
<i>Sur Limitada</i>	-	12,90%	11,33 %
<i>Otras</i>	-	11, 29 %	10, 94 %
<i>Ninguno</i>	95 %	75 %	73,83 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de los cuales la mitad son usuarios y la otra mitad no, se muestran las cooperativas de taxis más representativas en el año 2014.

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

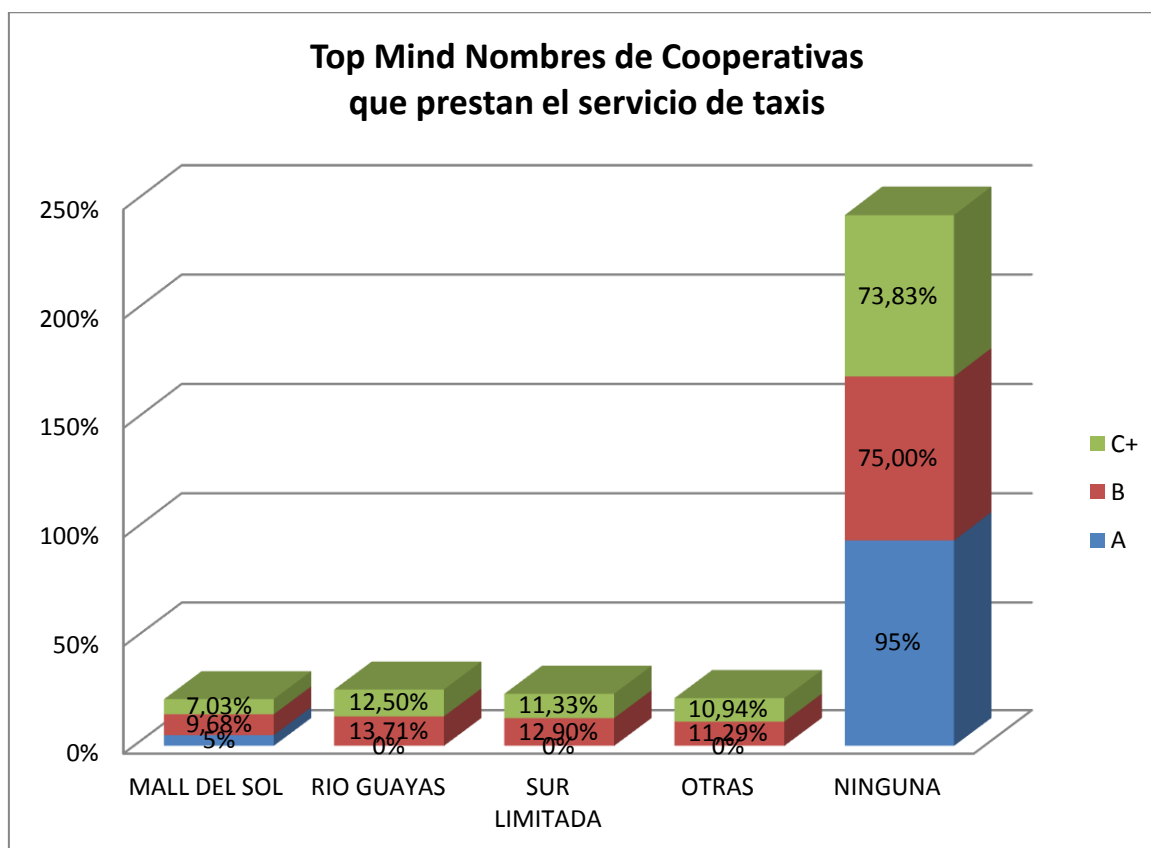


Figura 19.- Respuestas de la pregunta 10, se presentan las tres cooperativas más reconocidas en el período 2014, por NSE A, B, C+, además las opciones ninguna y otras.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

Tabla 19.- Análisis de la variable factor de calidad que es más importante para el usuario e inciden en el momento de seleccionar un servicio de movilización u otro, NSE Alto, Medio Alto y Medio Típico, pregunta once. Período 2014.

	A	B	C+
<i>Empresa con trayectoria en el mercado local</i>	-	3,23 %	3,13 %
<i>Disponibilidad inmediata de unidades</i>	15 %	19,35 %	15,23 %
<i>Rapidez en llegada al destino</i>	5 %	4,07 %	5,47 %
<i>Precio</i>	5 %	9,68 %	14,06 %
<i>Confort</i>	-	0,81 %	1,95 %
<i>Que la empresa brinde seguridad y confianza</i>	65 %	51,61 %	51, 95 %
<i>Amplio conocimiento de la ciudad</i>	-	-	-
<i>Ser conocida por el usuario</i>	5 %	6,45 %	3,13 %
<i>Ser recomendada por conocidos</i>	5 %	4,03 %	3,91 %
<i>Otros</i>	-	0,81%	1,17 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra que la seguridad es el principal factor de calidad en todos los estratos. Detalle en las figuras 20,21 y 22.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

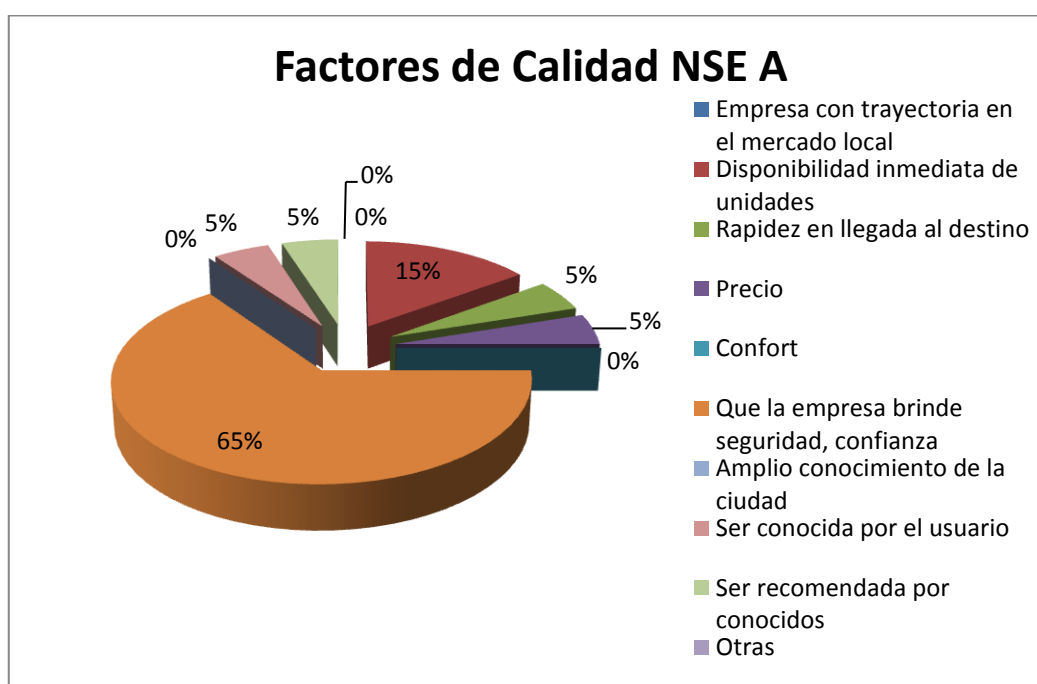


Figura 20.- Respuestas a la pregunta 11, La cualidad más apreciada por el usuario de NSE A, en el período 2014. Fuente: elaboración propia basada en encuestas.

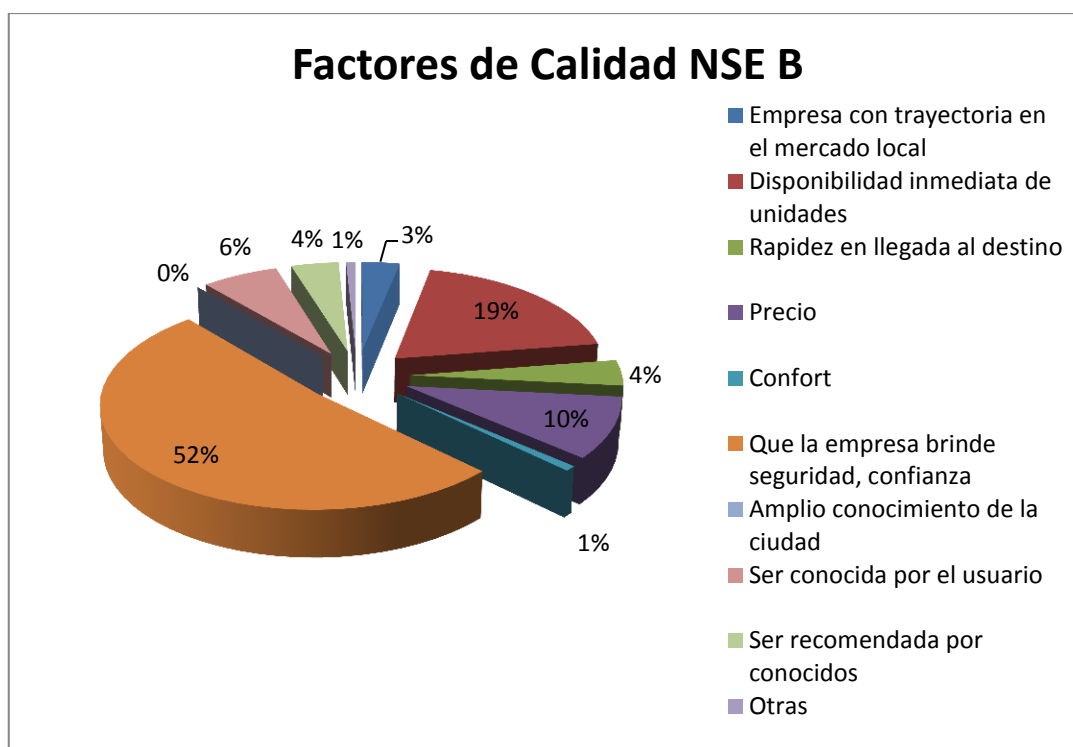


Figura 21.- Respuestas a la pregunta 11, La cualidad más apreciada por el usuario de NSE B, en el período 2014. Fuente: elaboración propia basada en encuestas.

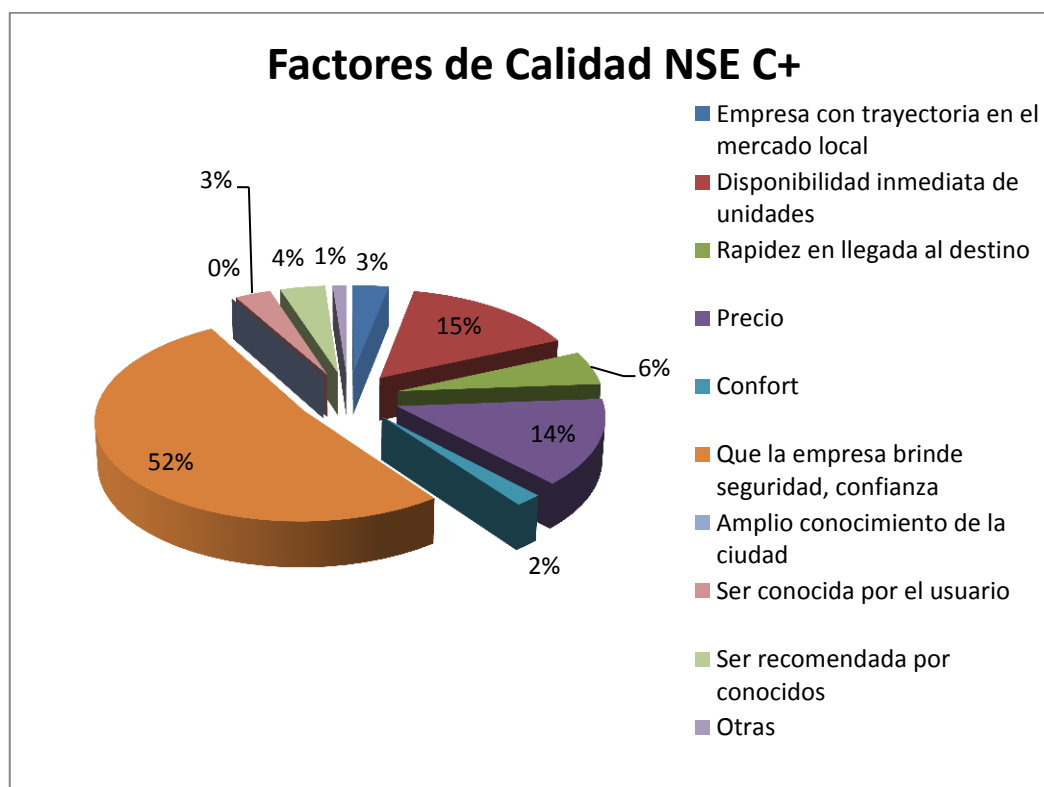


Figura 22.- Respuestas a la pregunta 11, La cualidad más apreciada por el usuario de NSE C+, en el período 2014. Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 20.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE Alto, pregunta trece. Período 2014.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
<i>Disponibilidad inmediata de unidades</i>	15 %	50 %	30 %	5 %	-
<i>Precio</i>	5 %	10 %	40 %	55 %	-
<i>Recomendada por conocidos</i>	-	35 %	25 %	35 %	-
<i>Que la empresa brinde seguridad y confianza</i>	80 %	5 %	5 %	5 %	-
<i>Otros</i>	-	-	-	-	-

Número de encuestados 20 personas de NSE A, 10 usuarios y 10 no usuarios, siendo 12 mujeres y ocho varones, en el cual el 80% escogió el factor de calidad “Seguridad” como primera opción. Detalle figura 23.
Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

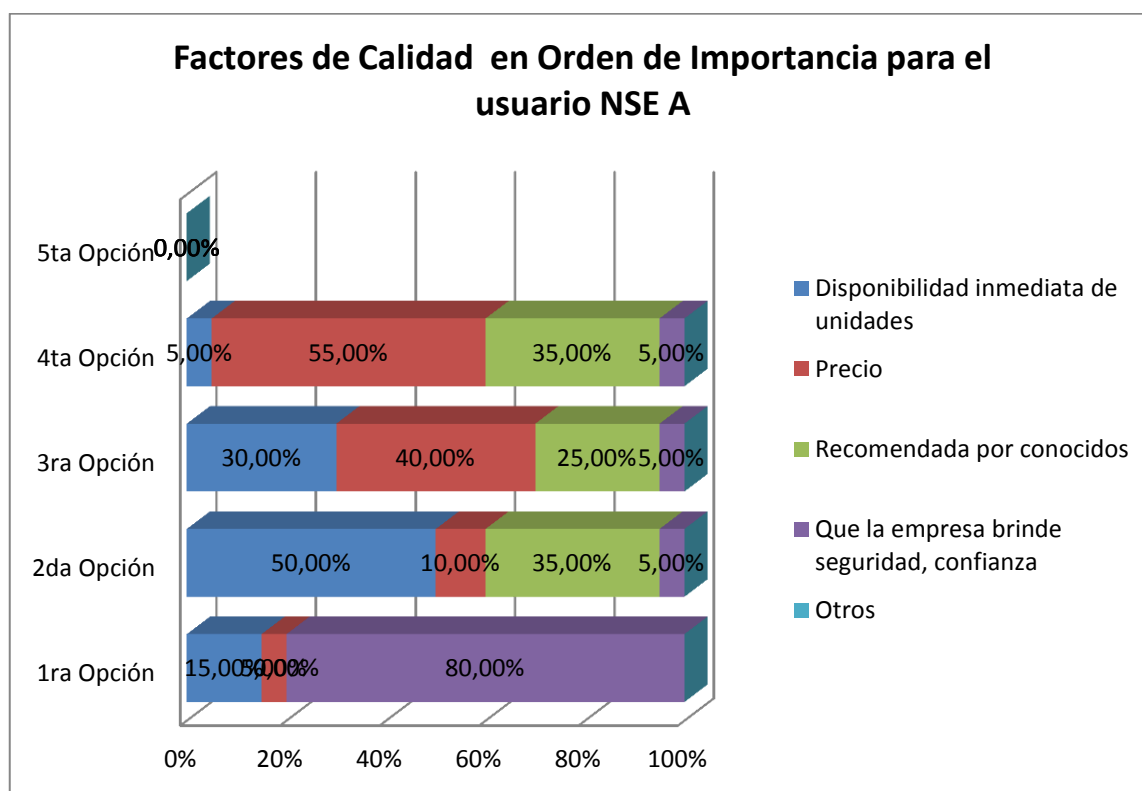


Figura 23.- Respuestas a la pregunta 13, NSE A, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en el período 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas..

Tabla 21.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE B, pregunta trece. Período 2014.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
Disponibilidad inmediata de unidades	23,39 %	34,68 %	29,03 %	12,10 %	-
Precio	12,10 %	19,35 %	40,32 %	27,42 %	-
Recomendada por conocidos	7,26 %	25,00 %	16,13 %	48,39 %	-
Que la empresa brinde seguridad y confianza	55,65 %	20,97 %	14,52 %	10,48 %	-
Otros	-	-	-	1,61 %	-

Número de encuestados 124 personas de NSE B, 62 usuarios y 62 no usuarios, siendo 64 mujeres y 60 varones, en los cuales el primer factor de calidad es la “seguridad”, en el período 2014. Detalle figura 24.
Fuente: Elaboración propia basada en encuestas

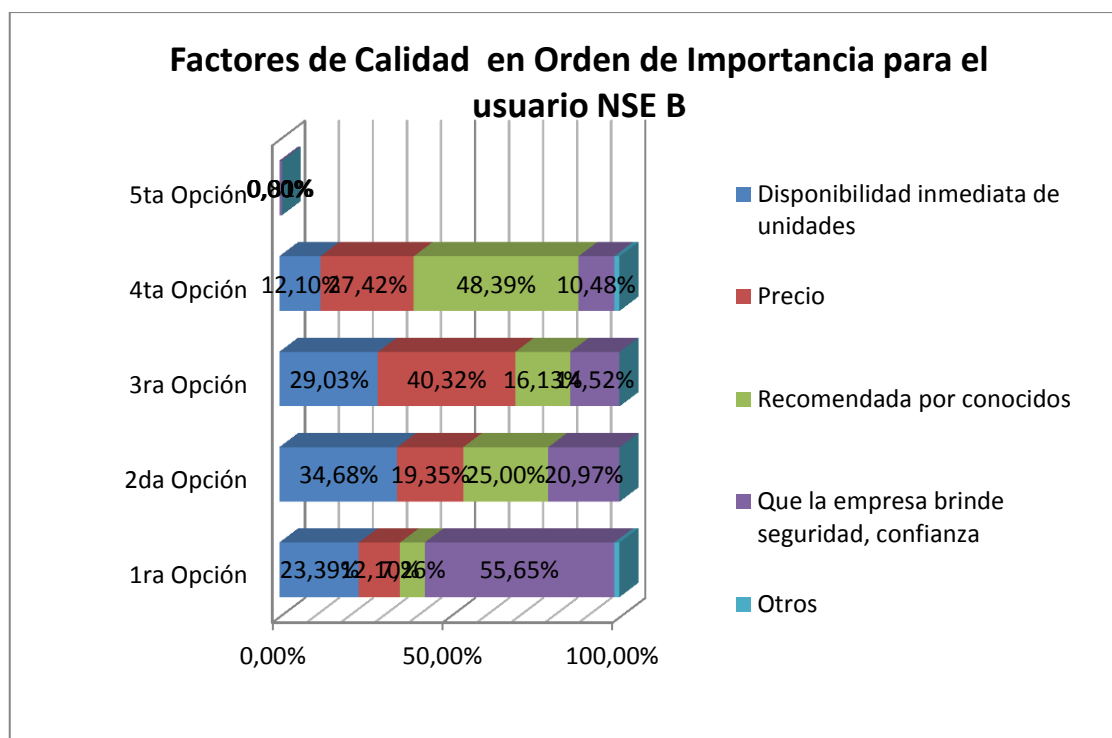


Figura 24.- Respuestas a la pregunta 13, NSE B, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en el período 2014.

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

Tabla 22.- Análisis de las variables factores de calidad que los usuarios prefieren e inciden al momento de seleccionar un servicio, pregunta filtro que valida la encuesta y que además ordena dichos factores en orden de importancia NSE C+, pregunta trece Período 2014.

	1ra Opción	2da Opción	3ra Opción	4ta Opción	5ta Opción
Disponibilidad inmediata de unidades	16,41 %	39,06 %	26,56 %	19,53 %	1,17 %
Precio	21,88 %	22,27 %	32,81 %	16,80 %	0,78 %
Recomendada por conocidos	7,81 %	18,75 %	21,09 %	53,52 %	1,17 %
Que la empresa brinde seguridad y confianza	53,91 %	19,14 %	16,80 %	10,16 %	1,17 %
Otros	-	0,78 %	-	-	-

Número de encuestados 256 personas de NSE C+, 128 usuarios y 128 no usuarios, siendo 136 mujeres y 120 varones, en el cual la primera opción fue la “seguridad”, el factor preponderante con un cercano 54%. Detalle figura 25.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

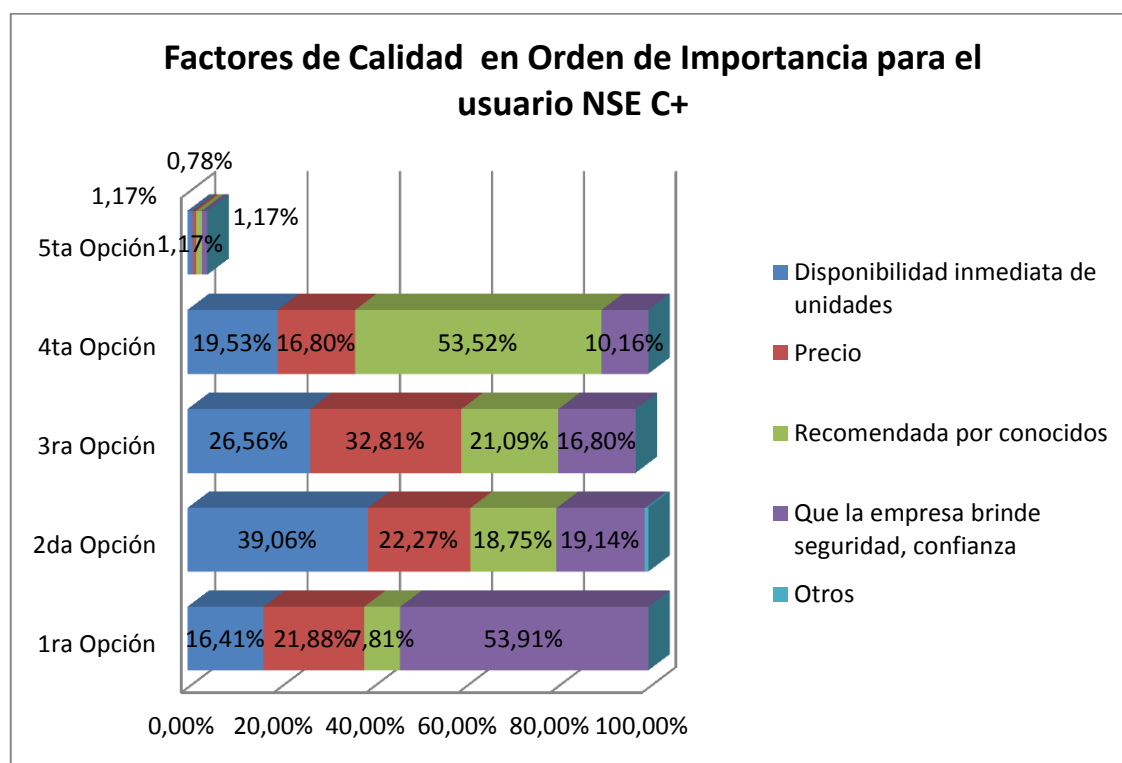


Figura 25.- Respuestas a la pregunta 13, NSE C+, en el cual ordena en forma descendente las cualidades que aprecian los usuarios en el período 2014.

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

Tabla 23.- Análisis de variable productos sustitutos ¿Cuál es la opción de servicio que opta el usuario en caso de fallar su primera decisión?, NSE A, B ,C+, pregunta diecinueve. Período 2014.

	A	B	C+
<i>Coger el primer taxi que se encuentre</i>	15 %	36.29 %	39.45 %
<i>Esperar hasta que haya unidades disponibles</i>	35 %	17.74 %	17.58 %
<i>Buscar otro servicio por su cuenta</i>	10 %	4.84 %	3.52 %
<i>Buscar otro servicio por referidos o amistades</i>	35 %	37.90 %	37.11 %
<i>Otros</i>	5 %	3.23 %	2.34 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra las diferentes acciones que los usuarios de acuerdo a su estrato, decide en caso de no tener su primera opción. Detalles figura 26.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

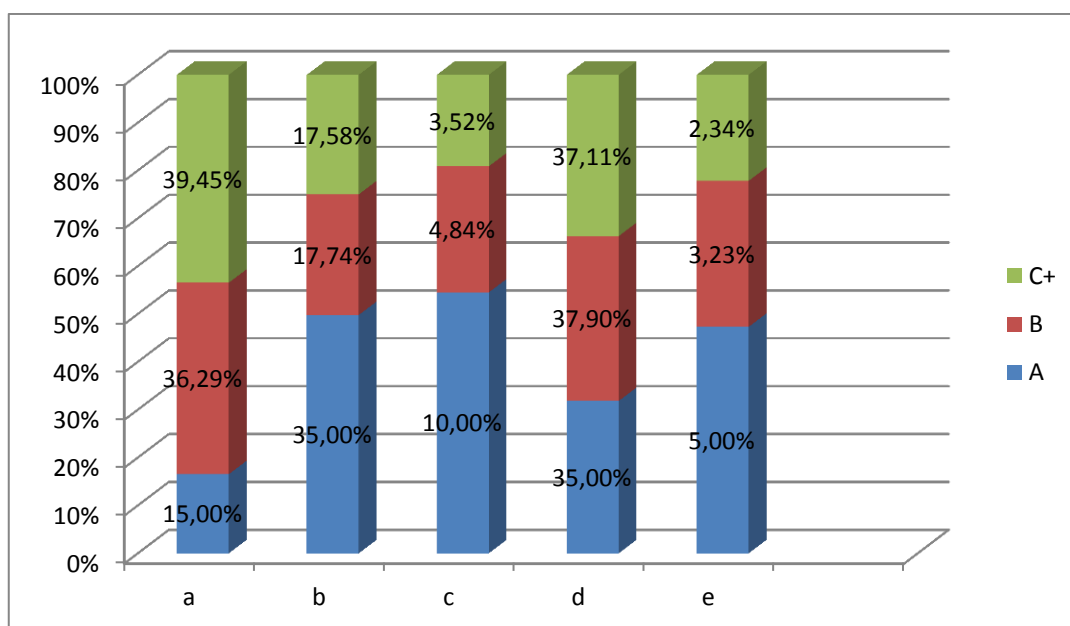


Figura 26.- Respuestas a la pregunta 19, NSE A, B y C+, en el cual indican cuáles son los productos sustitutos por estrato o NSE.

Opción A.- Coger el primer taxi que encuentre

Opción B.- Esperar hasta que haya disponibilidad de unidades.

Opción C.- Buscar otro servicio por cuenta propia (internet, páginas amarillas)

Opción D.- Buscar otro servicio a través de amistades o familiares

Opción E.- Otros

Fuente: Elaboración propia basado en encuestas.

Tabla 24.- Análisis de variable conocimiento del público sobre servicios complementarios dentro de esta modalidad, NSE A, B, C+, pregunta 21. Período 2014.

	A	B	C+
Si	25 %	10.48 %	16.02 %
No	75 %	89.52 %	83.98 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Muestra si hay conocimiento a cabalidad por parte de los usuarios en general de todos los servicios que prestan las empresas y cooperativas de taxis. Detalle figura 27.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

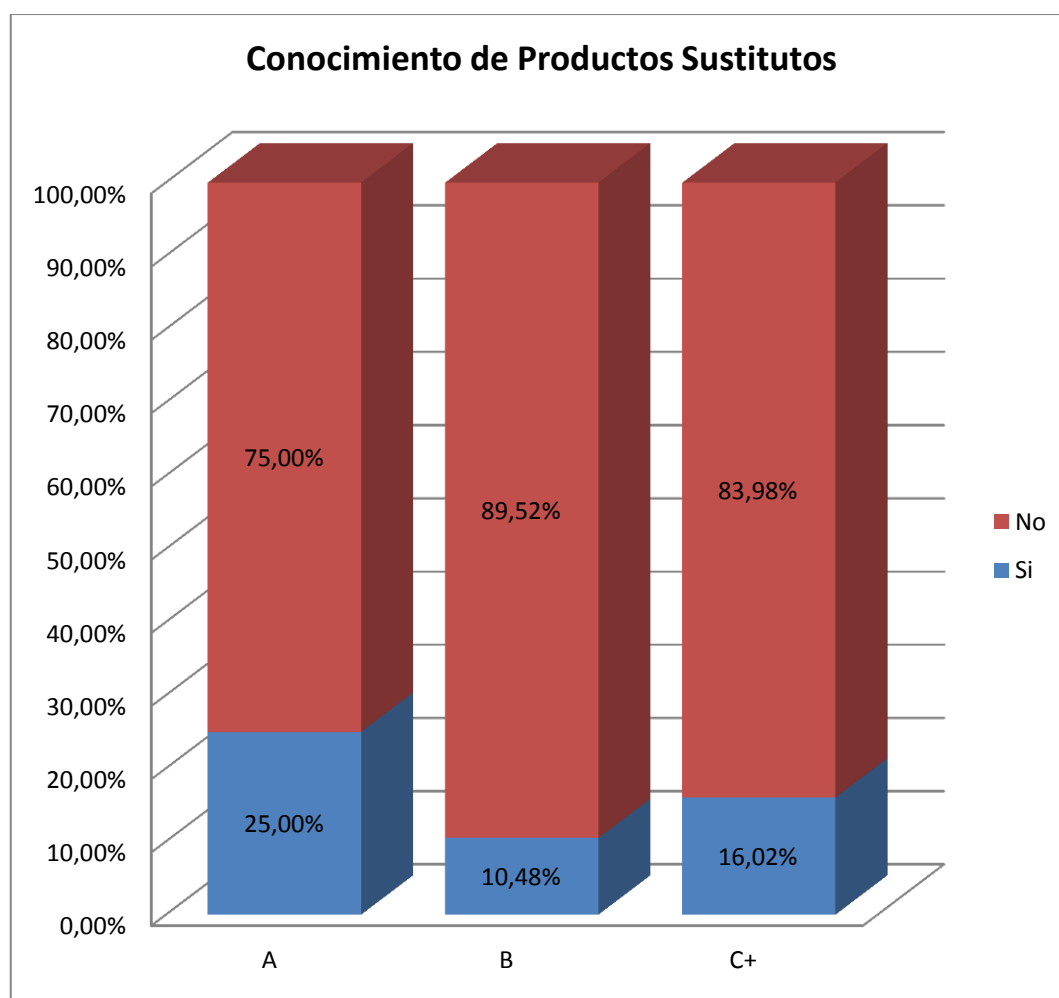


Figura 27.- Respuestas a la pregunta 21, NSE A, B y C+, en el que se muestra la tendencia general en todos los estratos del desconocimiento acerca de los productos complementarios que ofrecen las empresas y cooperativas de taxis ejecutivos.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 25.- Análisis de variable de aceptación de servicios adicionales (nichos de negocios nuevos) e intención de uso, NSE A, B y C+, pregunta veintitrés. Período 2014.

	A	B	C+
Opción A	30 %	45,97 %	56,64 %
Opción B	15 %	26,61 %	29,30 %
Opción C	5 %	37,90 %	35,94 %
Otros	5%	4,03 %	1,56 %
Ninguno	35 %	7,26 %	8,20 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE Alto, 124 NSE Medio Alto y 256 NSE Medio Típico, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no. Detalle figura 28.

Opción A.- Entrega de documentos, la compañía se responsabiliza de la entrega de documentos a la persona y a la hora indicada por un valor X más el valor de la carrera.

Opción B.- Servicio de conducción solo mujeres.

Opción C.- Chófer asistido, la compañía provee de un chófer adicional para el manejo de su automotor (en caso de no pasar el control de alcoholemia u otro motivo

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

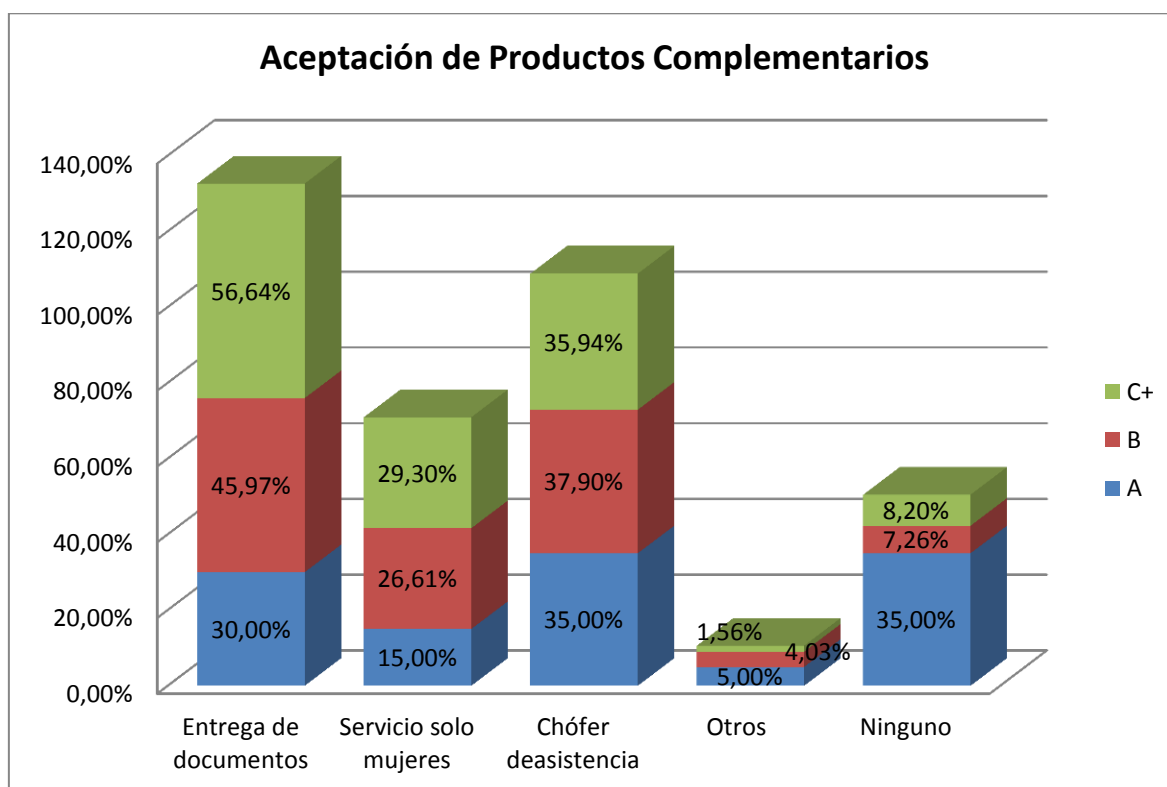


Figura 28.- Respuestas a la pregunta 21, NSE A, B y C+, en el que se muestra que todos los servicios tienen una gran aceptación dentro de los usuarios encuestados y que trata sobre nuevos servicios que pueden prestar las empresas y cooperativas de taxis ejecutivos. Período 2014

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 26.- Análisis de variable conocimiento del público sobre aplicaciones para móviles y en los que se pueda pedir una carrera de taxis, NSE A, B, C+, pregunta 25.

	A	B	C+
<i>Si</i>	30 %	48.39 %	37.50 %
<i>No</i>	70 %	51.61 %	62.50 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE A, 124 NSE B y 256 NSE C+, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no y conservando la proporción hombres y mujeres.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 27.- Análisis de variable recordación de marca Top Mind de las aplicaciones para móviles, NSE A, B, C+, pregunta 26.

	A	B	C+
<i>Easy Taxi</i>	25%	34.68 %	32.03 %
<i>Zigo</i>	-	0.81 %	-
<i>Tappsi</i>	-	-	1.17 %
<i>Otros</i>	-	5.65 %	2.34 %
<i>No Recuerdo</i>	5 %	7.26 %	1.95 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE A, 124 NSE B y 256 NSE C+, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no y conservando la proporción hombres y mujeres.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Tabla 28.- Análisis de variable si es o no usuario de aplicaciones para móviles y en los que se pueda pedir una carrera de taxis, NSE A, B, C+, pregunta 27.

	A	B	C+
<i>Si</i>	10 %	28.23 %	18.75 %
<i>No</i>	90 %	71.77 %	81.25 %
TOTAL	100 %	100 %	100 %

Número de encuestados 400 personas, 20 NSE A, 124 NSE B y 256 NSE C+, de las cuales la mitad son usuarios y la otra no y conservando la proporción hombres y mujeres.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

CAPITULO CUATRO

4.1.- Propuesta

Esta investigación aborda el problema del crecimiento desordenado y exponencial de la modalidad de servicio denominada taxi ejecutivo en Guayaquil, lo cual no ha permitido a los operadores contar con información pública actualizada y fiable, para desarrollar nuevas propuestas de servicios.

Esto ha llevado a desarrollar este trabajo de investigación el cual analiza los factores de calidad en el servicio de taxi ejecutivo en los años 2012 y 2014 y cuyos resultados ayudarán a los oferentes a tener mejores servicios para los usuarios.

Por lo que el objetivo final será desarrollar una propuesta de innovación para esta modalidad de servicio tomando en cuenta los factores de calidad que inciden en la decisión de uso del servicio.

La propuesta se basa en la hipótesis de que la utilización de los factores de calidad que inciden en el uso del servicio de taxis ejecutivos incidirá de una forma directa en mejores servicios por parte de los operadores, pro beneficio de toda la sociedad.

Para este efecto la variable independiente o causa de la presunción son la utilización de los factores de calidad de este servicio por parte de los operadores.

La variable dependiente son los servicios que ofrecen los operadores para satisfacer a los usuarios.

La forma de corroborar la hipótesis será comparar el grado de utilización actual versus el esperado tomando en cuenta la información obtenida a través de la encuesta, usando el método de océanos azules.

4.2.-Análisis Causa Efecto

4.2.1.- Diagramas de Ishikawa.-

En el período 2012 al 2014 los usuarios de taxis ejecutivos de la ciudad de Guayaquil vieron aumentadas sus opciones de elección de modalidad, ya que la gran mayoría de taxis legalizados o no, tuvieron que modernizar sus unidades, implementarlas con dispositivos GPS, botón de pánico y cámaras dentro del vehículo. Sin olvidar el confort y el trato como modo de sobresalir en un campo bastante competitivo. Además de todo esto las unidades por regulación se tuvieron que pintar de amarillo, por lo que para la gran mayoría de usuarios ya no hay diferencia entre una y otra modalidad de servicio, lo que redundó en un aumento del uso de servicio de taxis cooperados o amarillos.

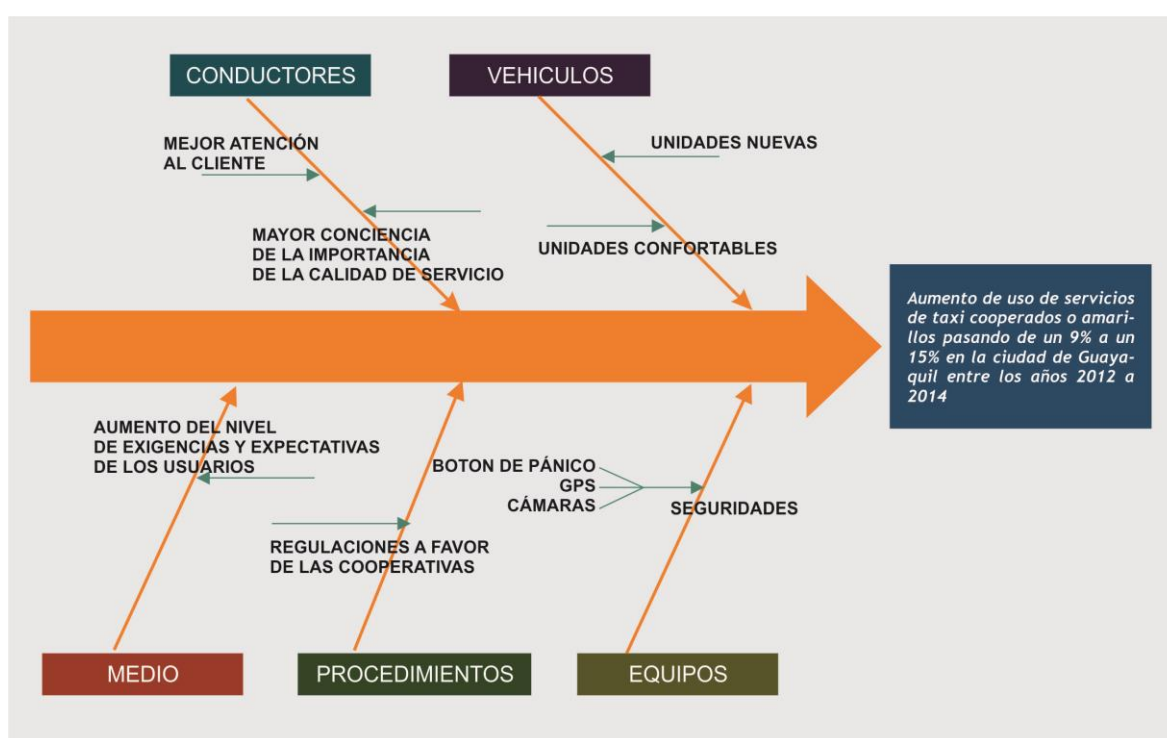


Figura 29.- Análisis de causa y efecto, sobre el aumento de preferencias para el uso de taxis cooperados, en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de las respuestas de encuestas.

En ese mismo lapso las empresas que tenían el mayor porcentaje de posicionamiento de marca con un cercano 20% cada una (Vip-Car y Fast line), cayeron sus posiciones en un 7.50% y 12.75% respectivamente. Esto se debió principalmente al poco esfuerzo que realizaron en ese período para fortalecer su marca, esto es sin lugar a dudas por el desánimo causado por las nuevas regulaciones adoptadas por la ANT que favorecen a las cooperativas en desmedro de las empresas que prestan esta modalidad de servicio.

En el caso específico de Vip-Car no solamente esos inconvenientes se dieron, sino que se vio envuelta en un periodo de crisis interna ya que dentro de la misma compañía se formó otra que empezó a restarle clientes y por consiguiente tanto mercado como posicionamiento de marca.

Igualmente la entrada de nuevos participantes que tienen base en diversas partes de la ciudad y que al concentrar sus tareas en un área geográfica más reducida, sus esfuerzos de posicionarse han sido más eficaces.

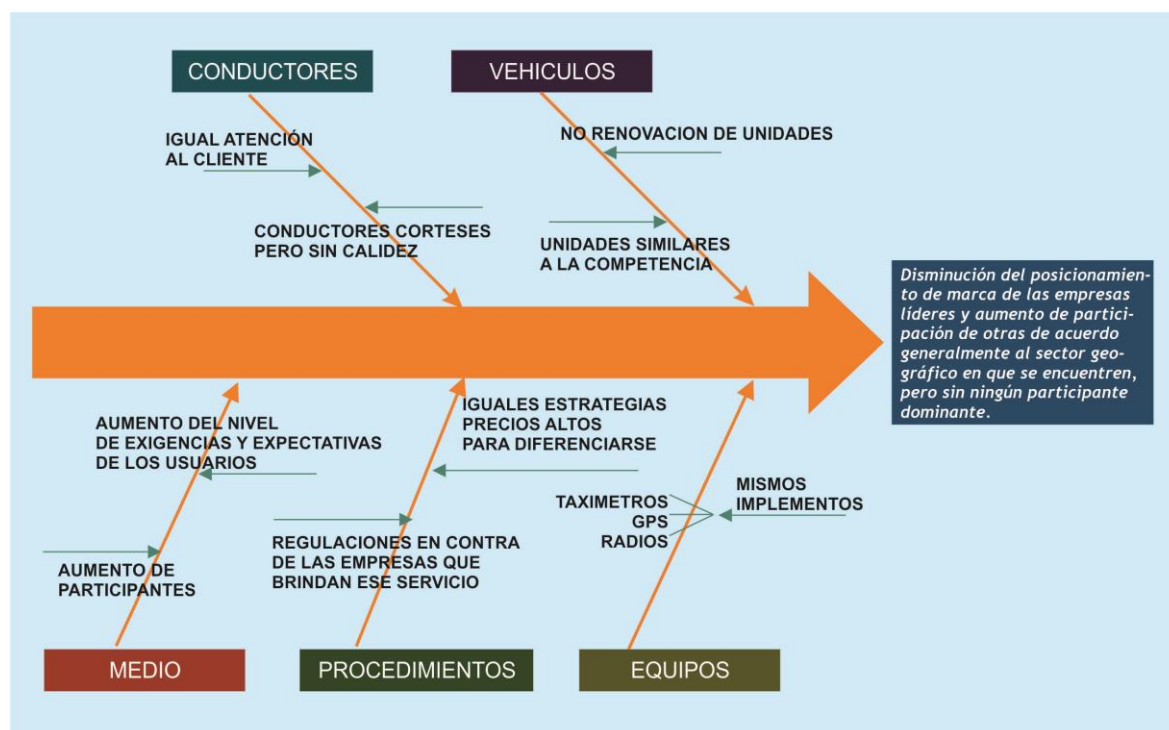


Figura 30.- Análisis de causa y efecto, sobre la disminución del posicionamiento de marca de las empresas que lideraban en Guayaquil en el período 2012 a 2014

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de las respuestas de encuestas.

En la presente propuesta de investigación son diez los factores de calidad que se consideran para el servicio de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil, tanto en el período 2012 como en el del 2014 los tres factores que primaron fueron seguridad, disponibilidad inmediata de unidades y precio, aunque variaron sus porcentajes.

En el año 2012 la seguridad tenía un 47,60%, la disponibilidad inmediata de unidades un 28,01% y el precio un 15,49%, en cambio para el periodo 2014 la seguridad siguió siendo la primera consideración entre los usuarios con un 55,75%, continua en orden de prioridad la disponibilidad inmediata de unidades con un 18,50% y el precio con un 18 %.

Se deduce que la seguridad sigue siendo la primera preocupación de los usuarios ya que persiste en la ciudadanía la percepción de inseguridad, mientras que al haber mayor número de participantes que ofertan este servicio la preocupación por disponibilidad de unidades ha bajado y ha subido la consideración del precio.

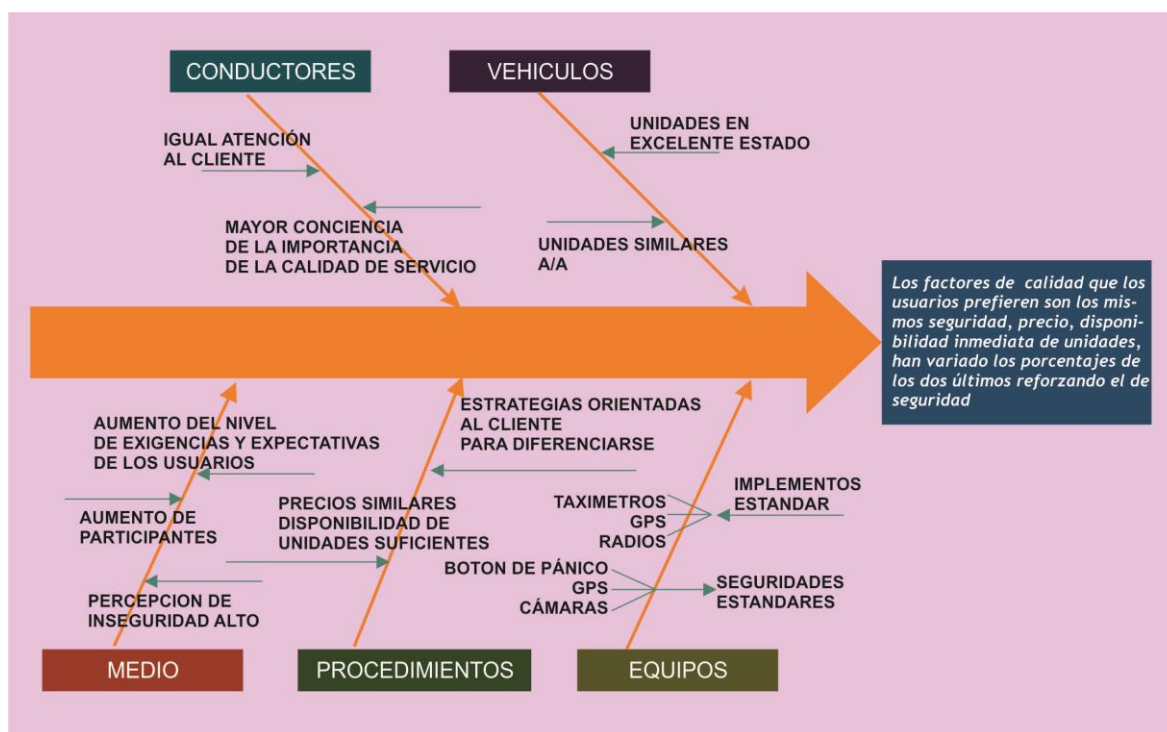


Figura 31.- Análisis de causa y efecto, sobre los cambios en los factores de calidad que influyen en el momento de decidir sobre alguna modalidad de servicio de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014

Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de las respuestas de encuestas.

Siguiendo con el análisis de la presente investigación se tomó en consideración cinco alternativas como servicios sustitutos; coger el primer taxi que aparezca, esperar hasta que llegue la unidad solicitada, investigar sobre otras opciones, preguntar a conocidos sobre otros servicios y otros.

Tanto en el año 2012 como en el 2014, se mantuvieron relativamente los números un cercano 40% de personas que no esperarían, su mayor preocupación es por la inmediatez del servicio, y el otro 60 % optaran por las demás opciones que se resumen en su preocupación por el factor de seguridad. Esto concuerda con los resultados que dan a la seguridad como primer factor a considerar.

No hay cambios bruscos en los números ya que no hay nuevos servicios en el mercado que dinamicen la competencia, principalmente por las regulaciones impuestas por la ANT que favorecen a los taxistas cooperados; pero aparece en el año 2014 la respuesta otros en un pequeño margen y esta es por una innovación en como solicitar una unidad a través del celular y que de seguir será una tendencia muy marcada en un futuro inmediato.

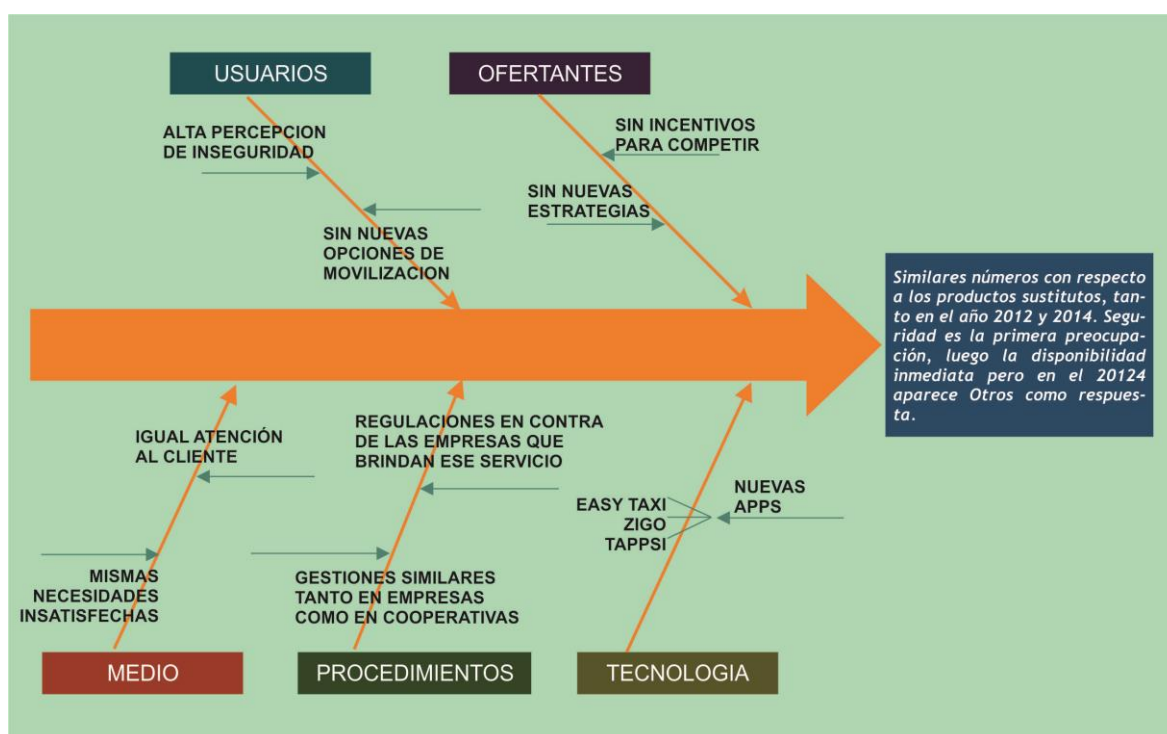


Figura 32.- Análisis de causa y efecto, sobre los productos sustitutos en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014. Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de las respuestas de encuestas.

Para concluir los análisis causa-efecto, se consideró entre las preguntas del cuestionario de la encuesta, a los servicios complementarios, igual que aconteció con los servicios sustitutos, no hubo grandes cambios en los porcentajes obtenidos en el período 2014 con respecto al anterior.

Cabe rescatar que estos resultados se deben exactamente por las mismas razones que para los servicios sustitutos, reglamento que favorece a las cooperativas que brindan este servicio, en desmedro de las compañías que lo ofrecen, poco compromiso a la innovación y/o excelencia ya que han encontrado un status quo tácito entre estas dos principales modalidades de servicio de taxis.

Como se señaló las aplicaciones para solicitar una unidad a través del celular pueden convertirse en un futuro inmediato en una tendencia de uso muy marcada y serán un gran aliado o dolor de cabeza, para las empresas o cooperativas que prestan este servicio, de acuerdo a como la administren.

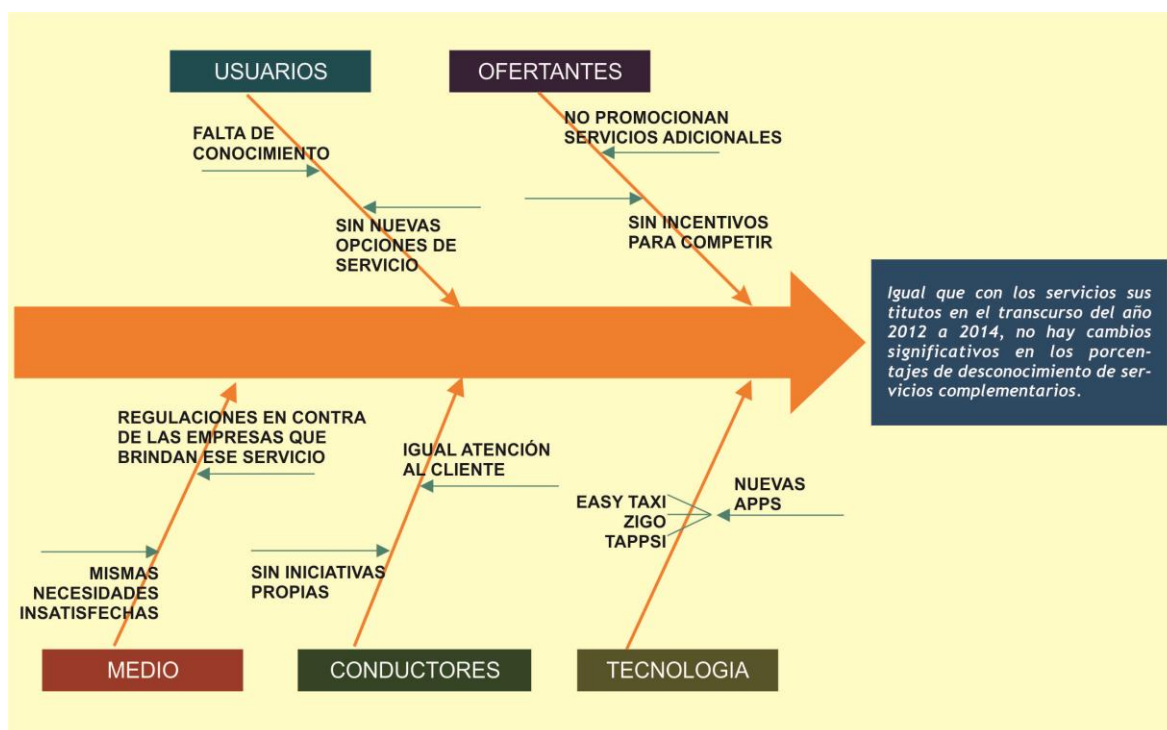


Figura 33.- Análisis de causa y efecto, sobre los servicios complementarios que las empresas y cooperativas de taxi ejecutivo brindan en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014.
Fuente: Elaboración propia basada en el análisis de las respuestas de encuestas.

4.3.- Diferenciación de tendencias de las variables entre el año 2012 y el 2014

El objetivo primordial de esta parte de la tesis es enfocarnos en visualizar las tendencias que han ocurrido con las diferentes variables que se han investigados a lo largo de los dos periodos observados.

En primer término tenemos las diferentes modalidades de servicios de taxi a través de los años 2012 y 2014, se observan comportamientos similares con un incremento en el uso del servicio de taxis cooperados en decremento del servicio de taxis conducido por conocidos por las razones ya expuestas.

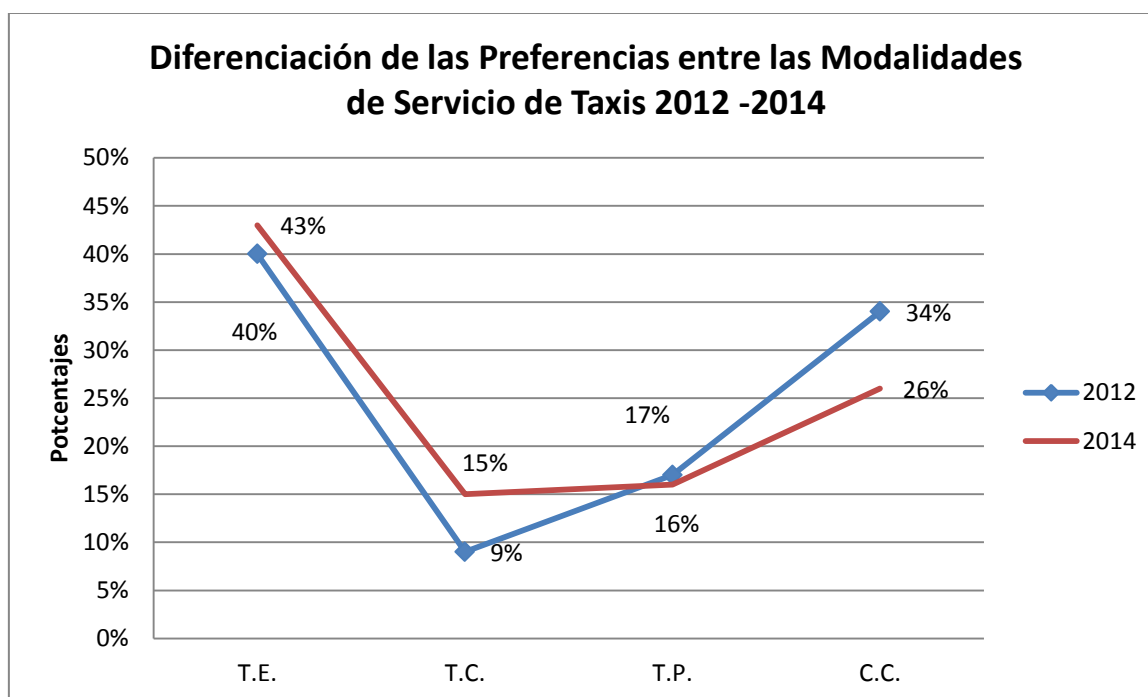


Figura 34.- Diferenciación entre las tendencias de las diferentes modalidades del servicio de taxi en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014.

T.E. Servicio de taxi Ejecutivo provisto ya sea por empresas o cooperativas

T.C. Servicio de taxis también denominados amarillos, canarios y que están bajo la dependencia de cooperativas que a su vez están agrupadas dentro de la “Unión de Cooperativas del Guayas”.

T.P. Servicio de taxis denominado piratas. En el año 2012 era el servicio que abarcaban dos grandes grupos los ambulantes y los informales, la diferencia entre ambos era que los denominados taxis ambulante, eran taxis que estaban fuera de la Unión de Cooperativas pero tenían vida jurídica, mientras que los otros no, ya para el año 2014 los taxis ambulantes desaparecieron en la vida legal.

C.C. Esta modalidad de servicio de taxi se lo ha considerado como un segmento por separado aunque formalmente puede estar dentro de las tres categorías anteriores, debido a su peso en el momento de decidir un usuario por un servicio u otro y su elección no se basa en una empresa o cooperativa sino por una persona en especial que cubre sus necesidades.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

La segunda visualización de tendencias es acerca de la variable Posicionamiento de Marca de Empresas que brindan el servicio de movilización taxi ejecutivo.

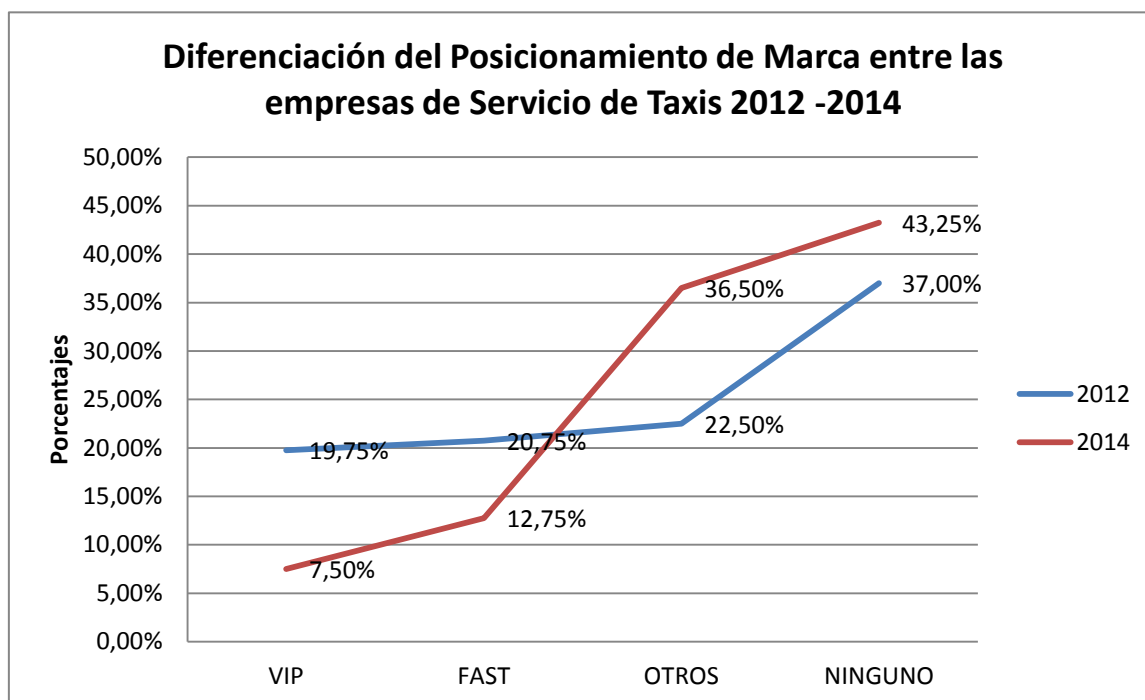


Figura 35.- Diferenciación entre las tendencias Posicionamiento de Marcas de las empresas que prestan el servicio de taxi ejecutivo en la ciudad de Guayaquil en el período 2012 a 2014.

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

La tercera visualización de variables es sobre los diferentes factores de calidad.

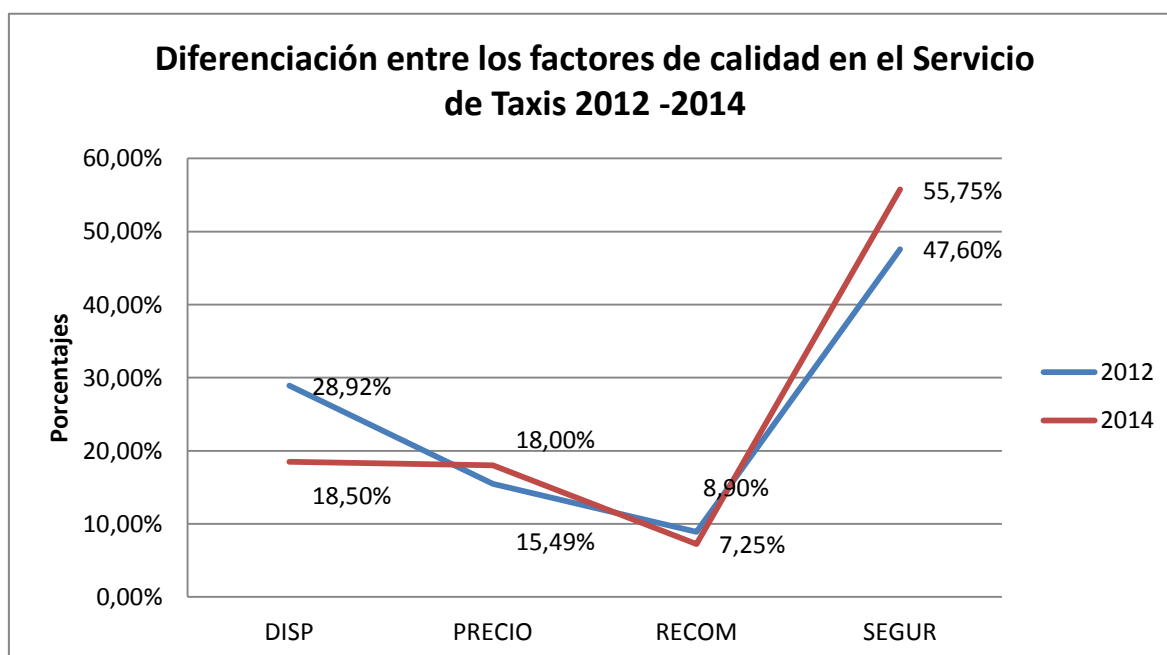


Figura 36.- Diferenciación de tendencias Factores de Calidad que los usuarios toman en cuenta en el momento de decidir por un servicio período 2012 a 2014. Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

La cuarta visualización es sobre los productos sustitutos, que los usuarios deciden en el momento que no disponen de su primera elección de modalidad de servicio de taxis en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2012 a 2014, en este rubro las curvas son muy parecidas.

Lo cual es una clara muestra de niveles de insatisfacción iguales o muy parecidos por parte de los usuarios en ese período observado ya que no se han dinamizado los servicios ofertantes.

En el periodo 2014 aparecen con alguna frecuencia es la respuesta otros y se relaciona con la aparición de aplicaciones para móviles en las que puedes solicitar una unidad a través de su gadget.

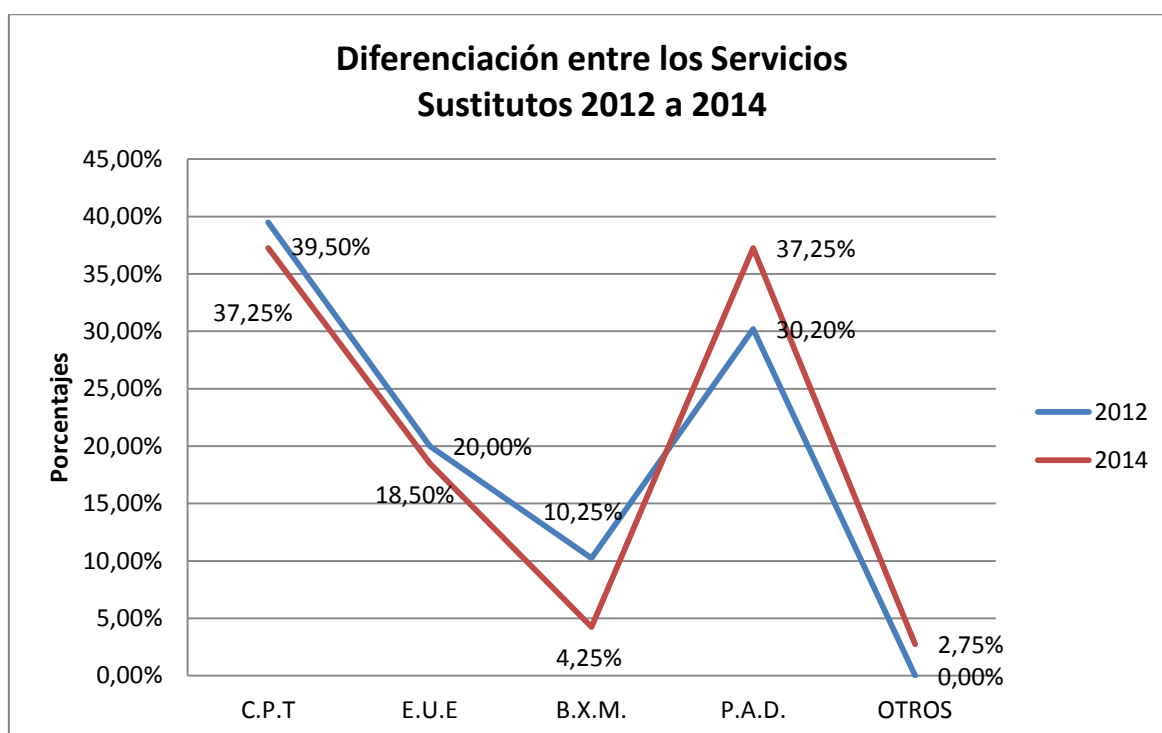


Figura 37.- Diferenciación de tendencias variables Productos Sustitutos que los usuarios deciden en el momento que no disponen de su primera elección de modalidad de servicio de taxis en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2012 a 2014.

C.P.T. Coger primer taxi que encuentre (Relacionada a necesidad de Rapidez en el servicio)

E.U.E. Esperar la unidad solicitada a la empresa (Correlacionada a la Seguridad)

B.X.M. Buscar alternativas por cuenta propia (Seguridad correlacionada con la forma en que el usuario busca información sobre esta modalidad de servicio).

P.A.D. Pregunta sobre alternativas a amigos, conocidos, familiares (Seguridad correlacionada con la forma en que el usuario busca información sobre esta modalidad de servicio).

Otros Aquí para el periodo 2014 aparece Easy Taxi

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

Por último para completar el cuadro general de visualizaciones lo haremos con los servicios complementarios que las empresas de movilización de taxi ejecutivo pueden ofertar debido a la aceptación de esas ideas por parte de los usuarios.

Como sucede en el análisis de las curvas de productos sustitutos, la de complementarios es prácticamente la misma en los dos periodos por las razones ya anteriormente expuestas.

En otros servicios apareció con relativa frecuencia la utilización de WiFi en las unidades y se concentró en los jóvenes comprendidos entre las edades de 19 a 25 inclusive, igualmente aparece la opción de las aplicaciones para solicitar una unidad a través de internet.

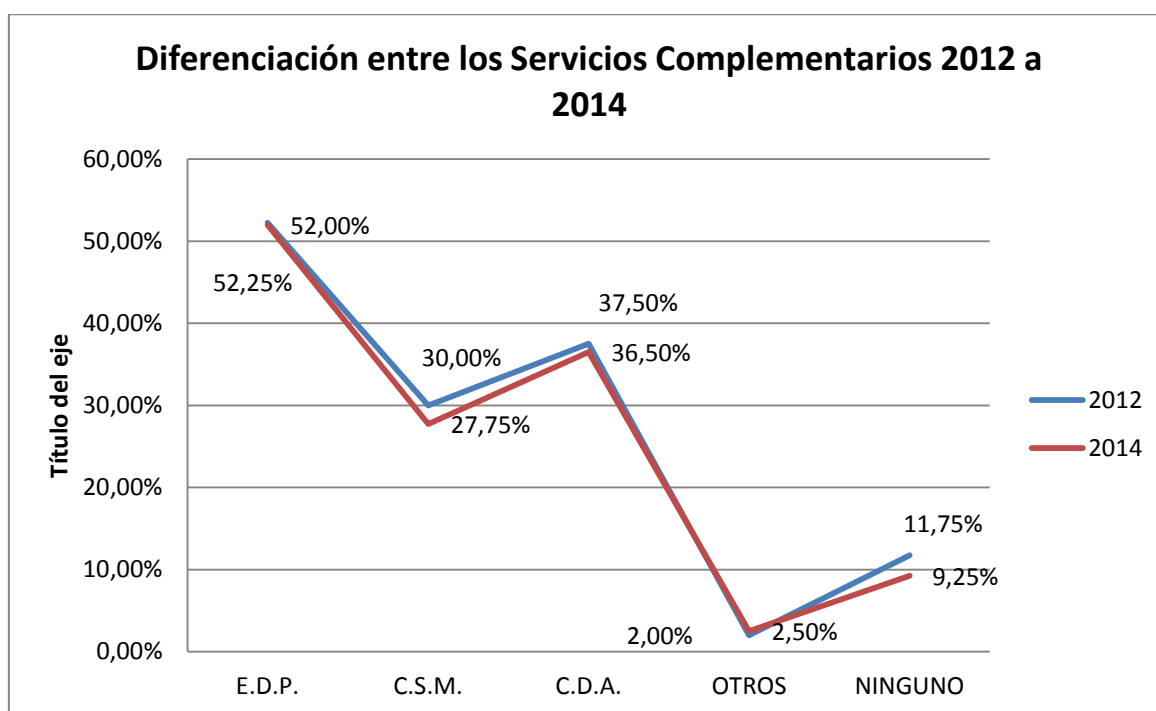


Figura 38.- Diferenciación de tendencias variables Productos Complementarios que los usuarios están dispuestos a decidir en el momento que no disponen de su primera elección de modalidad de servicio de taxis en la ciudad de Guayaquil en el periodo 2012 a 2014.

E.D.P.. Entrega de paquetería, la empresa se responsabiliza por la entrega de un paquete a la hora indicada y persona correcta por un valor de USD 2 más el valor de la carrera

C.S.M.. Este servicio es acerca de ofrecer un servicio de conducción de mujeres solo para usuarios mujeres

C.D.A.. Este es el servicio denominado chofer de asistencia, el cual se lo contrata cuando un usuario no pueda manejar de regreso su unidad, aparte del costo de la carrera se paga un adicional por el regreso del conductor.

Otros Aquí para el periodo 2014 aparece Easy Taxi,, WiFi, Viajes, Helicópteros y furgonetas

Ninguno. Es el nivel de desinterés por parte de los usuarios por cualquiera de los servicios ofertados

Fuente: Elaboración propia basada en encuestas.

4.4. Propuesta de Innovación

Toda actividad humana puede ser mejorada en sus procesos de gestión, una de las herramientas administrativas que se puede usar para dicha mejora es la técnica de los océanos azules con la cual se logra una gran ventaja diferencial si es correctamente aplicada. Se presenta dentro de esta investigación una propuesta de innovación de servicio a través de dicha herramienta y lo primero a realizar es secuenciar todas las actividades previas y posteriores que se realizan en el momento de decidir por un servicio de movilización de taxis.

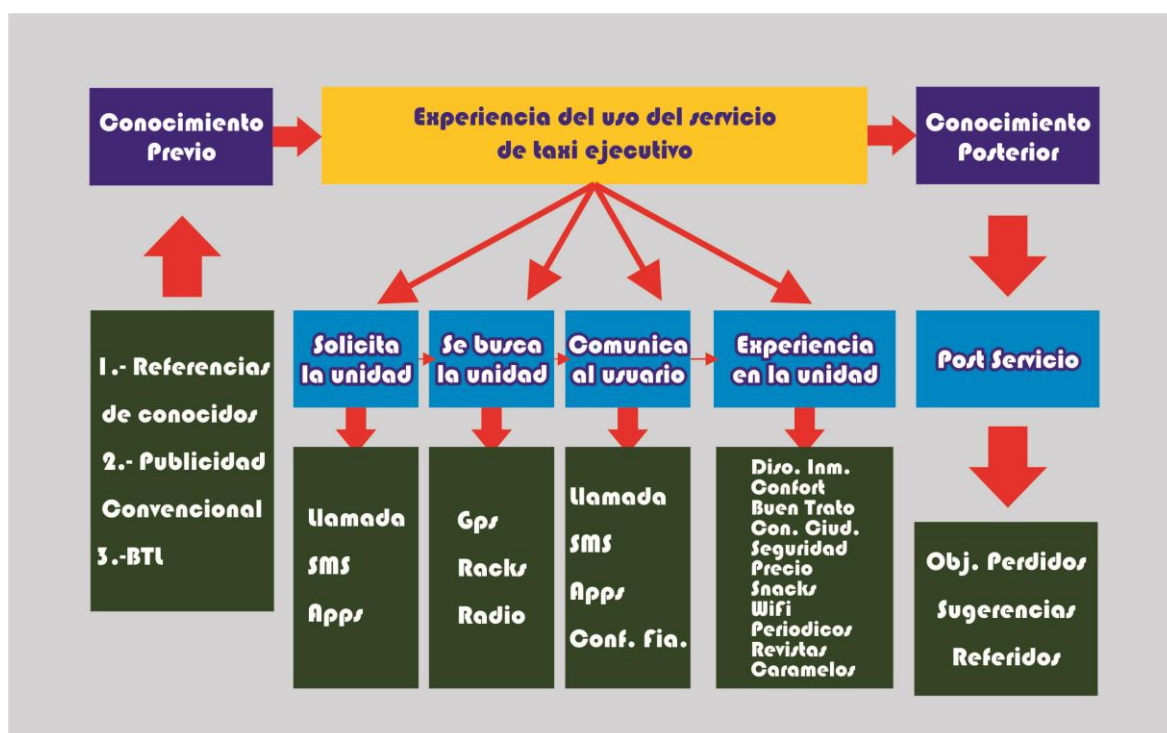


Figura 39.- Diagrama en que se muestra las secuencia de actividades que se realizan en el momento de solicitar una unidad de servicio de taxi ejecutivo

Conocimiento previo.- Determina la manera en que el usuario tuvo conocimiento de la empresa que elige, y sirve para determinar la mejor manera de publicitarse, costo/beneficio.

Experiencia de uso.- Se la divide en 4 etapas

- 1.- El usuario solicita la unidad a través de llamadas, mensajes o alguna aplicación en el celular
- 2.- La empresa busca la unidad más apropiada a través de los GPS de las unidades, radio o en las bases (racks)
- 3.- Una vez localizada la unidad comunica al usuario a si mismo por llamadas, mensajes o aplicaciones en el celular, se incluye que la empresa de una información confiable al usuario de la unidad que lo recoge.
- 4.- Experiencia del usuario dentro de la unidad se considera las variables usuales disponibilidad inmediata de unidades, seguridad, confort, precio y además una serie de parámetros no contemplados regularmente.

Conocimiento posterior.- Post servicio

Fuente: Elaboración propia basada en observación

Una vez secuenciada todas las actividades que se realizan en el momento de solicitar una unidad de servicio de taxi ejecutivo, ponderamos en porcentajes de acuerdo a lo observado cada una de las actividades y hacemos otra ponderación en función de un servicio mejorado al menor costo (**Véase Tabla 29**).

Tabla 29.- Ponderación de porcentajes de las diferentes actividades en que se incurre en el momento de solicitar una unidad y la alternativa propuesta.

		Taxi Ejecutivo	Prop. De Valor
Previo	Ref. Cono	13%	82%
	POP	78%	13%
	Internet	9%	5%
Pide la Unidad	Llamada	89%	40%
	Sms	4%	30%
	Apps	7%	30%
Consigue la Unidad	GPS	44%	50%
	Racks	11%	0%
	Radio	44%	50%
Comunica al usuario	Llamada	65%	50%
	Sms	15%	30%
	Apps	20%	20%
Experiencia	Conf Fiab	65%	100%
	Disp. Inme. Unid.	82%	100%
	Un. Confortables	85%	100%
	Buen trato	50%	100%
	Conoci. Ciudad	65%	90%
	Seguridad	44%	100%
	Precio	82%	100%
	Snacks	0%	85%
	WIFI	10%	100%
	Period	5%	100%
	Revistas	5%	90%
	Música	30%	100%
	Caramelos	5%	100%
Postservicio	Referidos	15%	100%
	C.R.M.	5%	100%
	Objetos Perdidos	5%	100%
	Sugerencias	5%	100%

Fuente: Elaboración propia basada en observación y análisis.

Se ha separado el proceso en tres grandes momentos; el primero en que el usuario tiene la necesidad de movilizarse y recurre a su conocimiento previo para solicitar una unidad. El segundo cuando el usuario decide por alguna opción y va desde que entra en contacto con el proveedor de servicios, la respuesta del mismo y la experiencia en sí de la movilización. Y por último el conocimiento posterior que lo convertirá o no en un usuario regular de ese servicio de movilización.

El conocimiento previo lo propician las empresas de tres maneras principales Publicidad convencional, BTL y por último la promoción boca a boca. De acuerdo a lo recolectado en las encuestas el primer rubro penetra un 13%, el segundo un 5% y el último un 82%.

Siendo el de mayor efectividad el comentario boca a boca es uno de los factores de menor preocupación por parte de las empresas que ofertan el servicio; mientras que las campañas de publicidad tienen su costo y en mucho de los casos bastante altos, un desembolso mucho menor en capacitación del personal daría mucho mejores resultados en costo/beneficio.

La percepción es primordial en un servicio por lo que se ha agregado a la cadena de procesos; elementos no considerados regularmente de bajo costo y alta apreciación por parte del usuario. La idea es crear una experiencia única de servicio.

Además se recomienda incluir un C.R.M. Customer Relationship Management a las empresas ofertantes, no hay que mal interpretar la recomendación ya que muchos relacionan este término con softwares costosos y para grandes empresas, mientras que la real connotación es llevar un registro de los clientes, prospectos y público en general con sus datos como por ejemplo cumpleaños, estado civil, entre otros.

Por último pero no por ello menos importante el propiciar acciones para una mayor recordación del servicio, el crear una política de devolución de objetos, el tener un buzón

de sugerencias o solicitar amablemente que lo recomienden después de haber dado un excelente servicio son acciones que elevan en gran medida la percepción por parte del usuario de la calidad del servicio de movilización y esto se efectúa con un costo prácticamente de cero.

Al comparar las dos curvas claramente vemos que la actual curva de servicio tiene una pendiente negativa, mientras la que se propone tiene pendiente positiva por lo demostramos matemáticamente la hipótesis y en esencia es *“correcta, se confirma y se acepta”*.

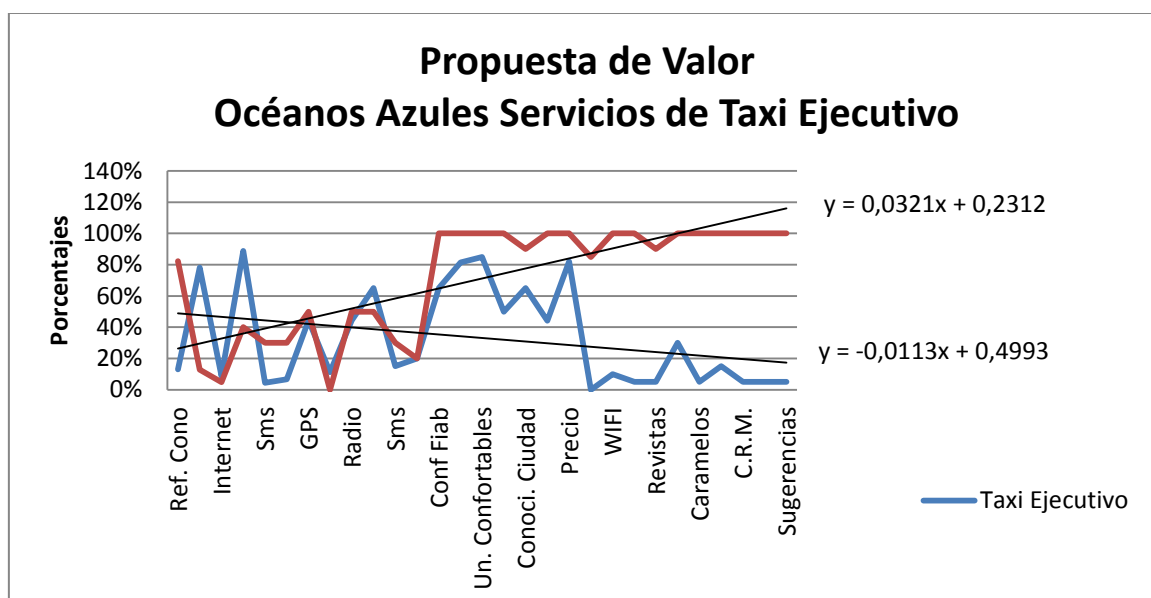


Figura 40.- Propuesta de Innovación Océanos Azules para el servicio de taxi ejecutivo

Conocimiento Previo:

Ref. Cono. Porcentaje de personas que han conocido el servicio por el boca a boca

POP Porcentaje de personas que han conocido el servicio a través la publicidad convencional

BTL Porcentaje de personas que han conocido el servicio a través la publicidad no convencional

Experiencia con la empresa que oferta los servicios

Solicita la Unidad el usuario a través de:

Llamada sea celular o convencional

SMS mensajes a su celular

Apps Easy Taxi, Tappsi, Zigo o alguna aplicación propia

Búsqueda de la Unidad a través de: GPS – Radio - Apps.

Confirmación de la Unidad al usuario:

Llamada sea celular o convencional

SMS mensajes a su celular

Apps Easy Taxi, Tappsi, Zigo o alguna aplicación propia

Experiencia en sí:

Disponibilidad Inmediata – Confort – Buen Trato – Conocimiento de la ciudad – Seguridad – precio – Snack – WiFi – Periódicos- Revistas – Caramelos- Música.

Post-servicio: Referidos – Sugerencias - Objetos perdidos– CRM

Fuente: Elaboración propia basada en observación

4.5.- Conclusiones y Recomendaciones

4.5.1.- Conclusiones.-

La presente investigación responde a la hipótesis “La utilización de los factores de calidad que influyen en la decisión de uso en el servicio de taxi ejecutivo por parte de los operadores dará como consecuencia mejores servicios en beneficio de la colectividad”.

Y de acuerdo a la propuesta presentada y demostrada a través del análisis matemático de las curvas de servicio, dicha hipótesis ha sido confirmada y se acepta y esto conlleva a ciertas conclusiones.

- El no haber cambios significativos en la matriz de modalidades de servicio de taxis implica una desaceleración en la innovación de servicios que favorezcan al usuario, la lucha incansable que se daba entre las dos principales modalidades (***ejecutivos vs cooperados***), ha pasado a un segundo plano, tanto es así que para la gran mayoría de usuarios les es imperceptible la diferenciación entre los dos servicios.
- Esta desidia de parte de las empresas operadoras ha sido provocada en gran proporción por las regulaciones implantadas y ejercida por la Agencia Nacional de Tránsito a favor de los taxistas cooperados; es natural ya que ésta al ser un ente público en muchas de las ocasiones responde a coyunturas de orden político más no técnicos.
- Así mismo al no haber ese dinamismo en este mercado de servicios, producto de la competencia, los usuarios todavía adolecen de las mismas necesidades que carecían en el periodo anterior de observación.
- Seguridad, Disponibilidad inmediata de unidades y Precio siguen siendo aquellos factores que influyen en el momento de decidir por un servicio u otro.
- No hay empresas líderes en el posicionamiento de marca en la mente de los usuarios, los que en algún momento tenían gran participación no han trabajado con

constancia en la marca, sino en sobrevivir el día a día, por lo que han perdido gran porcentaje y con el agravante de seguir con tendencias a la baja.

- Otra razón de que no hay líderes en posicionamiento de marca es la entrada de nuevos participantes y que al no estar legalizadas dinamizan en cierta manera estos mercados; ellos aprovechan de una mejor manera los espacios dejados por los más antiguos y brindan servicio en una zona (**cercanos a sus bases**) con mucha más eficacia y posicionan la marca dentro de ese mini circuito por lo que aparecen muchísimas empresas como “**top mind**”, pero esto depende en muchas de las ocasiones de acuerdo donde se tome los datos del cuestionario.
- En los actuales momentos en Guayaquil, si se pide nombres de servicios de taxis ejecutivos, se nombra a la cooperativa Mall Del Sol, que en realidad se llama cooperativa “**9 de Abril**” y que no es de servicio de taxi ejecutivo; y la otra es la del Centro Comercial San Marino cuyo nombre real es “**Sur Limitada**” y que hasta el año 2012 si era de modalidad taxi ejecutivo y que por las regulaciones mencionadas, pidió a la Agencia Nacional de Tránsito la vuelta a servicio de taxis convencional.
- Siguen existiendo muchas oportunidades de negocio, con los servicios adicionales o complementarios, ya que las respuestas del cuestionario acerca de este tema, siguen siendo muy altas su nivel de aceptación, pero en muchos de los casos los oferentes prefieren ignorarlas ya sea por desidia o por que no consideran que exista una cantidad suficiente para convertirlas en un negocio rentable.
- Otra de las conclusiones interesantes de la encuesta, es que la gran mayoría, un 82% de los usuarios, su conocimiento acerca de las empresas ofertantes de este servicio, proviene del comentario boca a boca y este se podría propiciar de mucha

mejor manera y a un costo mucho menor que una campaña publicitaria; si se invirtiera en capacitación del personal que tiene contacto con el usuario.

- Las aplicaciones móviles tienen un gran futuro en la forma en que conocemos de cómo solicitar una unidad y está dentro de cada empresa hacerla una herramienta a su favor o en su contra.

4.5.2.- Recomendaciones.-

Hay una frase *“el peor enemigo de la excelencia es lo bueno”* (Collins James) y con esta cita podemos resumir lo que está aconteciendo con esta modalidad de servicio.

Todos los sistemas son dinámicos, lo único inamovible es el cambio, las diferentes modalidades de taxis no deberían ser la excepción; si bien por un periodo bastante largo tiempo fueron transformados tanto de forma y fondo, para bien o para mal en el periodo 2002 a 2014 han caído en una inercia y desidia, lo cual ha repercutido tanto en los ofertantes como en los usuarios. Los primeros en que ellos han perdido en esencia el derrotero del negocio, lo que se traduce en menores ingresos y los segundos, el recibir las ventajas de un mejor servicio a un menor costo.

Con estos precedentes y con toda la información recopilada en esta investigación se puede determinar unas cuantas pautas a seguir por parte de las empresas oferentes para salir de esa **“zona de confort”**.

- Presionar ante la Agencia Nacional de Tránsito por una reglamentación más ecuánime para esta modalidad de servicio.
- Invertir en la percepción de seguridad en la modalidad de este servicio.
- Capacitar al cliente interno
- Contratar asesoramiento profesional
- Implementar herramientas de C.R.M. en la empresa.

4.5.2.1.- Presionar por reglamentación más ecuánimes.-

- Tanto el servicio de taxis convencional como el de servicio ejecutivo tiene reglamentaciones, pero éstas deberían ser más ecuánimes. Ejemplo de lo que se afirma, es que mientras las unidades de servicio de taxis ejecutivos las unidades deben renovarse cada cinco años, las de servicio convencional lo hace cada quince años y anteriormente eran 25 el tiempo para el recambio de sus unidades.
- Un punto a favor de la reglamentación existente es la prohibición de captar usuarios en la calle y que solamente se lo haga a través de los call center propios de cada empresa ya que esto tiene su razón de ser; las dos modalidades de servicio deberían ser en teoría servicios complementarios no competidoras entre sí.
- Otro punto a considerar es que sean diferentes los pliegos tarifarios por la misma razón anterior, la modalidad de servicio de taxi ejecutivo debe servir a NSE superiores y no a todos los segmentos de la población.
- Una última recomendación como se manifestó la reglamentación debe ser redactada bajo parámetros técnicos y no de coyunturas políticas del momento.

4.5.2.2.- Invertir en la percepción de seguridad en la modalidad de este servicio.-

- Este es principal factor de calidad que los usuarios reclaman y en el que tanto las empresas como las cooperativas han trabajado e invertido, pero de acuerdo a la percepción del usuario esta no ha sido lo suficiente para su tranquilidad.
- El implementar dentro de las unidades sistemas como GPS, cámaras, botón de pánico y mamparas que separen choferes y usuarios, son medidas que realmente fortalecerían la percepción de unidades seguras, pero la empresa privada se limita por costos y por la incertidumbre del futuro, en cambio los taxis cooperados esperan que el gobierno los financie, al final el que lo implemente será el gran ganador en conjunto con los usuarios.

4.5.2.3.- Capacitación del cliente interno.-

- Como demostraron los números arrojados de la encuesta, la mayor parte del conocimiento acerca de un servicio de movilización proviene del boca a boca, ya sea este positivo o negativo para la empresa ofertante del servicio.
- Por lo que es menester de cada uno de ellas el crear la mejor experiencia para el usuario, ejemplo de lo que se afirma es la propuesta de innovación formulada en este trabajo, en el cual la mayor relevancia se dio en bajar costos operativos y elevar el placer del uso del servicio, para a su vez este se propague dentro del círculo de familiares, conocidos del usuario y así se repita el circuito de calidad.
- Pero esto no se da por generación espontánea sino que se crea a través de la capacitación de todos y cada uno de los implicados en el proceso, por lo que es vital la capacitación constante del recurso humano de la empresa.

4.5.2.4.- Contratar asesoramiento profesional.-

- La gran mayoría de personas que están al frente de las empresas que brindan el servicio de movilización de taxi ejecutivo si bien son muy visionarias, inteligentes y experimentadas carecen por lo general de conocimientos formales de administración, marketing y en realidad no es fundamental tener esos conocimientos, pero si lo es el contar con personas que lo tengan.
- Y esta falencia se la ve claramente en la falta de posicionamiento de su marca de servicio, en lo poco que conocen sobre gustos y preferencias de los usuarios que limitan el acceso a mayores participaciones de mercado y el descubrimiento de nuevos nichos.

- Un profesional externo podrá asesorar de una forma más efectiva y eficaz acerca de los derroteros que puede llevar su negocio ya que lo haría sin los sesgos y prejuicios en que se ve involucrado cuando se está dentro de la organización.

4.5.2.5.- Implementar herramientas de C.R.M. en la empresa.

- Generalmente se asocia la palabra C.R.M. (*Customer Relationship Management*), con sistemas de software avanzados, costosos y dirigidos para grandes empresas, esta idea preconcebida es errónea ya que a lo que se refiere en esencia es tener una base formal de clientes con gustos, preferencias, quejas y todos aquellos pormenores que pueda interesarnos para una mejor atención al usuario y por consiguiente mejores oportunidades de negocio.
- De lo que se llegó a observar de los distintos oferentes es que ninguno de ellos contemplaba la implementación de esta herramienta, con lo que se pierde no solamente en la detección de errores, aciertos u oportunidades sino la fidelización de los usuarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aaker, D., & Day, G. (1998). *Investigación de Mercados*. México: Mc Graw Hill.
- abc.es. (18 de Julio de 2012). *Un taxi-cama en el Londres (Low Cost)*. Obtenido de abc.es:
<http://www.abc.es/20120718/internacional/abci-taxi-hotel-londres-201207181230.html>
- Aeropuertos México.com. (7 de Noviembre de 2014). *Taxis en la Cd. de México - DF*. Obtenido de Aeropuertos México.com: <http://www.aeropuertasmexico.com/content/view/178/276/>
- Anderson, L. (14 de Septiembre de 2014). *Llega a Nueva York un servicio de taxi sólo para mujeres*. Obtenido de radioelite.com: <http://www.radioelite.com.ec/web/?p=5115>
- ANT. (16 de Julio de 2009). *Resoluciones 2009 CNTTTSV*. Obtenido de ANT:
<http://www.ant.gob.ec/index.php/transito-7/resoluciones-2009>
- ANT. (14 de Noviembre de 2012). *Resolución N° 065 DE-ANT-2012*. Obtenido de ANT:
[file:///C:/Users/GIGIO/Downloads/resolucin%20n%20065-de-ant-2012%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/GIGIO/Downloads/resolucin%20n%20065-de-ant-2012%20(1).pdf)
- ANT. (20 de Noviembre de 2012). *Resolución N° 069-DE-ANT-2012*. Obtenido de ANT:
[file:///C:/Users/GIGIO/Downloads/instructivo%20que%20regula%20el%20procedimiento%20para%20la%20verificacin%20tecnica%20de%20las%20compaas%20taxi%20ejecutivo%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/GIGIO/Downloads/instructivo%20que%20regula%20el%20procedimiento%20para%20la%20verificacin%20tecnica%20de%20las%20compaas%20taxi%20ejecutivo%20(1).pdf)
- Cepeda Chafra, V., & Zuñiga Alvarado, A. (2004). *Estudio de Mercado y plan de Marketing de la compañía VIPCAR*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- CNN en español. (6 de Noviembre de 2013). *¿Qué ciudad tiene los mejores taxis en el mundo?*
 Obtenido de CNN en español: <http://cnnespanol.cnn.com/2013/11/06/que-ciudad-tiene-los-mejores-taxis-del-mundo/>
- CNN Mexico. (25 de Abril de 2013). *Tokio tiene la tarifa de taxi de aeropuerto más costosa del mundo*. Obtenido de CNN Mexico: <http://mexico.cnn.com/salud/2013/04/25/tokio-tiene-la-tarifa-de-taxi-de-aeropuerto-mas-costosa-del-mundo>
- CNN México. (26 de Agosto de 2014). *Rosa y blanco, los nuevos colores de los taxis en el DF*.
 Obtenido de CNN México: <http://mexico.cnn.com/nacional/2014/08/26/rosa-y-blanco-los-nuevos-colores-de-los-taxis-en-el-df>
- Contreras, M. (20 de Agosto de 2014). *¿Qué se supone es Uber hoy en día?* Obtenido de FayerWayer.com: <http://www.fayerwayer.com/2014/08/entendiendo-uber-y-su-futuro/>
- Diario El Comercio. (17 de Abril de 2014). *En el país hay sobreoferta de taxis, pero el negocio aún resulta rentable*. Obtenido de Diario El Comercio:
<http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ecuador/pais-hay-sobreoferta-de-taxis.html>
- Diario El Universo. (14 de Abril de 2009). *La mitad de los taxis informales en riesgo de no regularizarse*. Obtenido de Diario El Universo:
<http://www.eluniverso.com/2009/04/14/1/1445/972C121D18EB4DC5B9CEFFCFE9FB48E4.html>

- Diario El Universo. (9 de Junio de 2010). *La Fedetaxis exige 55% de los cupos del servicio ejecutivo*. Obtenido de El Universo.com: <http://www.eluniverso.com/2010/06/09/1/1445/fedetaxis-exige-55-cupos-servicio-ejecutivo.html>
- Diario El Universo. (31 de Marzo de 2011). *Uso de tricimotos aún no se regulariza, pese a su masiva demanda*. Obtenido de Diario El Universo: <http://www.eluniverso.com/2011/03/31/1/1445/uso-tricimoto-aun-regulariza-pese-masiva-demanda.html>
- Diario El Universo. (9 de Septiembre de 2014). *Pronto en Nueva York servicio de taxi solo para mujeres*. Obtenido de Diario El Universo: <http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2014/09/09/nota/3806131/pronto-nueva-york-servicio-taxi-solo-mujeres>
- DISFRUTA BERLIN. (7 de Noviembre de 2014). *Taxis en Berlín*. Obtenido de DISFRUTA BERLIN: <http://www.disfrutaberlin.com/taxi>
- DISFRUTATOKIO. (7 de Noviembre de 2014). *Taxis en Tokio*. Obtenido de DISFRUTATOKIO: <http://www.disfrutatokio.com/taxi>
- El Diario. (3 de Junio de 2010). *11 243 taxis ejecutivos serán legalizados en el país*. Obtenido de El Diario: <http://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/154843-11-243-taxis-ejecutivos-seran-legalizados-en-el-pais/>
- ELUNIVERSAL.mx. (19 de Octubre de 2009). *Taxis rosas para mujeres se abren paso en México*. Obtenido de ELUNIVERSAL.mx: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/634198.html>
- Explored. (17 de Octubre de 2011). *INEC fija población flotante*. Obtenido de Explored: <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/inec-fija-poblacion-flotante-507787.html>
- Holanda Latina. (7 de Noviembre de 2014). *Taxis en Amsterdam*. Obtenido de Holanda Latina: <http://www.holandalatina.com/amsterdam/taxis-amsterdam.htm>
- Hotels.com. (5 de Noviembre de 2013). *London Cabs Rank First In Annual Hotels.com Global Taxi Survey*. Obtenido de Hotels.com: <http://press.hotels.com/en-us/news-releases/london-cabs-rank-first-in-annual-hotels-com-global-taxi-survey/>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.
- Lapetra, R. (6 de Junio de 2014). *La tecnológica Uber alcanza una valoración récord para una 'startup': \$18.000 millones, más que Hertz y Avis juntas*. Obtenido de Hemerrotek.com: <http://hemerrotek.com/2014/06/06/uber-alcanza-una-valoracion-record-para-una-startup-17-000-millones-mas-que-hertz-y-avis-juntas/>
- Lituma, N. M. (2012). *Línea Base para identificar las necesidades de uso del servicio de movilización de Taxi Ejecutivo en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Laica Vicente Rocafuerte.
- Luna, A. (17 de Junio de 2014). *Cabify: "Si el taxi fuera más barato, tendría más clientes"*. Obtenido de El Confidencial: http://www.elconfidencial.com/tecnologia/2014-06-17/cabify-si-el-taxi-fuera-mas-barato-tendria-mas-clientes_147371/

- M.I. Municipalidad de Guayaquil. (8 de 1 de 2015). *Demografía de Guayaquil*. Obtenido de M.I. Municipalidad de Guayaquil: <http://www.guayaquil.gob.ec/guayaquil/la-ciudad/demografia>
- Marín, A. L. (25 de Febrero de 2015). *Clasificación de la Investigación*. Obtenido de humanet.com: <http://www.humanet.com.co/enciclopedia/dic/clasifimetodo.htm>
- Mera, G. (28 de febrero de 2012). Taxis en la Ciudad de Guayaquil. (N. M. Villamar, Entrevistador)
- Mila Punto Com. (4 de Abril de 2013). *Safer Taxi una maravilla*. Obtenido de Mila Punto Com: <http://milapuntocom.com/2013/04/04/safer-taxi-una-maravilla/>
- Milenio.com. (7 de Noviembre de 2014). *Los 'cambios de look' de los taxis del DF*. Obtenido de Milenio.com: http://www.milenio.com/df/taxis-colores-cambios-taxis_en_la_ciudad_de_Mexico-vochos_5_361213879.html
- nuevayork.es. (15 de Septiembre de 2014). *Paseos en limusina por Manhattan*. Obtenido de nuevayork.es: <http://www.nuevayork.es/practico/transportes/limusinas-limo/>
- nuevayork.es. (31 de enero de 2014). *Taxis acuáticos en New York*. Obtenido de nuevayork.es: <http://www.nuevayork.es/practico/transportes/taxi-acuatico/>
- NuevaYork.net. (31 de Octubre de 2014). *Taxis en Nueva York*. Obtenido de NuevaYork.net: <http://www.nuevayork.net/taxi>
- Oliveira, J. d. (30 de Abril de 2014). *Taxi seguro presionando un botón*. Obtenido de CNNEXPANSIÓN: <http://www.cnnexpansion.com/especiales/2014/04/17/taxi-seguro-presionando-un-boton>
- Packer, M. (12 de 02 de 2015). *Paradigmas de Investigación*. Obtenido de Psicologíacultural.org: <http://psicologiacultural.org/Pdfs/Cursos/CURSO%20ESTRATEGIAS%20CUALITATIVAS/PARADIGMAS%20Y%20METODOLOGIAS/Paradigmas%20de%20Investigacion%20MARTIN%20PACKER.docx>
- Pérez, L. (30 de Abril de 2007). *Ideas originales que viajan en taxi*. Obtenido de SoyEntreprenaur.com: <http://www.soyentrepreneur.com/ideas-originales-que-viajan-en-taxi.html>
- Petovel, P. (8 de Septiembre de 2014). *Un servicio de taxis exclusivo para mujeres*. Obtenido de Merca2.0: <http://www.merca20.com/un-servicio-de-taxis-exclusivo-para-mujeres/>
- Prieto, M. (12 de Mayo de 2010). *Taxis acuáticos para El Líbano*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/blogs/elmundo/orienteproximo/2010/05/12/taxis-acuaticos-para-el-libano.html>
- Salazar, C. (14 de Mayo de 2011). *Clasificación de los métodos*. Obtenido de slideshare.net: <http://es.slideshare.net/chuquilinsalazar/clasificacin-de-los-mtodos>

Stewart, E. (3 de Diciembre de 2013). *¿Quién ganará la guerra de apps de taxi en América Latina?* Obtenido de Pulso Social: <http://pulsosocial.com/2013/12/03/quien-ganara-la-guerra-de-apps-de-taxi-en-america-latina/>

Tappsi.com.ec. (1 de Agosto de 2014). *Tappsi llega a Ecuador*. Obtenido de Tappsi.com.ec: <https://tappsi.com.ec/blog/tappsi-llega-ecuador-app-de-taxis/>

Torres, E. (21 de Junio de 2014). *Desde Colombia llega Tappsi, una nueva aplicación para pedir taxi*. Obtenido de what-appened: <http://blog.rpp.com.pe/whatappened/2014/06/21/desde-colombia-llega-tappsi-una-nueva-aplicacion-para-pedir-taxi/>

Tourist Guide Madrid. (7 de Noviembre de 2014). *Guía Esencial Del Servicio De Taxis De Madrid*. Obtenido de Tourist Guide Madrid: <http://www.madrid-tourist-guide.com/es/transporte/madrid-servicio-taxi.html>

VisitandoEuropa.com. (1 de Junio de 2014). *Los taxis de Londres*. Obtenido de VisitandoEuropa.com: <http://www.visitandoeuropa.com/londres/transporte/taxi-londres.html>

VisitandoEuropa.com. (21 de Noviembre de 2014). *Taxis acuáticos en Venecia*. Obtenido de VisitandoEuropa.com: <http://www.visitandoeuropa.com/venecia/transporte-venecia/taxi-acuatico.html>

ANEXO 1

Entrevista a Javier Arturo Poveda Vallejo fundador de Galarent servicio de movilización de taxis ejecutivos.

ML.- Buenas tarde Javier, como te va, hoy día sábado 15 de noviembre del 2014, un gusto tenerte aquí; para las persona que nos vayan a ver, danos una pequeña reseña de quien eres y como entraste al taxi ejecutivo.

JP.- Gracias, Javier Poveda Vallejo, tengo 55 años, casado empezamos el negocio en el 2003 y digo empezamos Michel estaba con nosotros en los inicios desde esa época hasta acá hemos recorrido un camino largo, bueno ante tu llamada Michel y listo para poder servirte, permítame apagar el celular para continuar.

ML.- Ya correcto, gracias Javier, antes que todo para tu información es la continuación de un trabajo de investigación que hice en el año 2012 y me ayudaste con tu conocimiento a construir una línea base sobre el servicio de movilización de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil, en los actuales momentos estamos haciendo una continuación de ese estudio, el cual es un estudio longitudinal que buscamos preferencias, expectativas del consumidor, si ha habido cambios en esas preferencias en estos años con respecto a la anterior medición, la primera pregunta es ¿Cómo se llama tu compañía y cuantos vehículos tienes en la actualidad?.

JP.- El nombre comercial es Galarent y la razón jurídica es GalamaxTours.com y tenemos actualmente 29 vehículos.

ML.- Tienes 29 unidades, de las cuales tengo entendido que todas tus unidades están autorizadas para circular por la Agencia Nacional de Tránsito.

JP.- Ahí hay un problema, un asunto pendiente por parte de la Agencia.

ML.- Este asunto pendiente tengo entendido es que tu autorización ha quedado en stand by teniendo ya la aprobación desde al año 2011, y tú eres el único caso o hay otros casos similares.

JP.- Bueno sé de empresas que en la parte formal no calificaban, el caso de Galamax es rarísimo porque en la primera convocatoria, nosotros somos la tercera o cuarta empresa en llamarse a la regularización en la ciudad de Guayaquil, cometimos el grave desatino de

tomar una disputa con uno de los directores de aquel entonces Comisión de Tránsito del Guayas hace unos tres años, bueno por ahí va el tema.

ML.- Bueno para poner puntos sobre las ies en el años 2009 habían 63 compañías que se iban a pre-calificar de las cuales solamente 29 pudieron calificarse entre las cuales estaba tu empresa, y después de esas 29 cuántas más han sido calificadas.

JP.- Creo que terminaron calificando solamente a 24, no estoy seguro.

ML.- O sea actualmente hay menos cantidad de empresas calificadas que las originalmente 29 del año 2012.

JP.- Hay en la actualidad empresas que nunca estuvieron esa lista.

ML.- O sea que sacaron empresas para poner empresas nuevas.

JP.- Claro que si, si señor, es solo de remitirse al archivo y como si habemos personas que si imprimimos esas hojas, es solo de remitirnos a ellas.

ML.- Uhmhm interesante, habría que revisar, ahora tomando como base el 2012 y hablando de gustos y características se llegó a la conclusión que la principal característica que buscaban los consumidores específicos era la seguridad, ¿Tú piensas que sigue siendo la seguridad la cualidad que más se aprecia o cambiado eso?. Y las otras como disponibilidad de unidades, precio, amabilidad de los conductores son las que han cobrado mayor importancia.

JP.- Las tres cosas se han profundizado, diría yo, porque las personas cuando saben que alguien de tu empresa lo va a recoger, prefieren esperar, aunque peleen con el conductor en el momento en que lleguen dos o tres minutos tarde o cinco minutos tarde, intentamos nosotros que no nos ocurra, la política de la empresa nuestra es te devolvemos la llamada para decirte llega el carro en tanto tiempo o no le llega el carro pero nunca le pedimos que espere más de doce a quince minutos.

ML.- O sea su actual tope aunque sea en hora pico es quince minutos de espera.

JP.- Quince minutos, pero te llamamos a decir , escoge el usuario y aunque no quiera igual te llamamos a decir quince minutos o cinco minutos, tres minutos o siete minutos lo que sea.

ML.- En el año 2012 tu habías eliminado el servicio de voucher, bueno no eliminado pero si habías disminuido en gran cantidad la utilización del mismo, por la mora que incurría muchas de las empresas y en los actuales momentos como se está manejando ese parámetro.

JP.- Bueno nosotros tuvimos un golpe fuerte cuando salimos del centro comercial, fue el más fuerte de todos empezando con lo anímico, en cuanto se refiere al mercado corporativo y lo que representa éste para Galarent, este debería ser el negocio como tal de las empresas de taxis ejecutivos ya que la carrera se reparte en un porcentaje tanto para el dueño de la unidad como para la empresa, sin embargo el asunto de la liquidez es una asunto tremendamente difícil tanto así que hay empresas que en este momento para darte el servicio piden que la empresa que necesite el servicio fondee a la empresa de taxis, por poner un ejemplo, se requiere un servicio que tiene como promedio USD 500 al mes de facturación, te piden que para darte el servicio como condición deposites USD 300.

ML.- ese esquema es para poderte fondear.

JP.- Así es , así es en el caso nuestro no lo hacemos, tenemos una cartera saludable, sin embargo se ha agudizado el problema de cobranzas en los últimos 45 días con las dos empresas más importantes para nosotros en facturación.

ML.- Y eso se debe a una falta de liquidez del mercado o es un caso aislado según tu criterio.

JP.- O sea Michel, tu estudias el tema si puede decirte yo que al transporte ejecutivo hay siempre, siempre no solo en el asunto de Galarent hay opciones más baratas, la primera puedes irte a pie, puedes irte en bicicleta, puedes irte en bus, puedes bajar ir coger un canario o sea realmente debes tener una autoestima elevada para que te llegue una unidad con aire acondicionado, una persona que te conoce, porque tú lo ordenaste, hay empresas como la nuestra que permiten que tú puedas prevenir el servicio, puedan reservar una unidad, sin, en el caso nuestro sin cobrarte un plus, eso quiere decir que el vehículo por lo menos deberá estar diez minutos parado antes de recogerte.

ML.- O sea que actualmente Uds. Dan diez minutos de gracia antes de cobrar minutos de espera.

JP.- Así es

ML.- ¿Cuáles son tus actuales tarifas?

JP.- Bueno, tenemos una mínima de USD 2,50, nuestro mercado de Kennedy Norte lo resiste, gracias a Dios, sea en efectivo o sea en voucher, la mínima nuestra es USD 2,50, la gran mayoría de nuestros clientes utiliza los cinco minutos de gracia ya que lo bajamos por rotación de unidades , sin embargo tenemos acogida.

ML.- ¿Tienen un tarifario establecido o lo hacen por kilometraje?

JP.- Lo hacemos por kilometraje, lo hacemos por hora, lo hacemos preestablecido, y tenemos convenio con las empresas con tarifas ya establecidas.

ML.- En resumen tienen todas las modalidades a excepción de la tarjeta de crédito

JP.- Justamente por el asunto delincuencial no queremos inmiscuirnos en esa parte.

ML. ¿ Uds. Han tenido algún inconveniente, robo, secuestro express?

JP.- No, aunque hemos tenido la opción de afiliarnos para que cada carro tenga su máquina,, pero esa la he dejado pasar, con respecto a lo de secuestros express cero, ninguna anomalía en todo este tiempo, cero

ML.- Debido a que tienen conocimiento de su propio mercado y de sus agentes

JP.- Exhaustivo, con respecto a nuestros conductores nosotros conocemos por decir una exageración, si el cebiche de concha que comen si le gusta con un limón o dos.

ML.- Uds. Han profundizado en el conocimiento de su cliente tanto interno como externo

JP.- Nosotros priorizamos la seguridad, priorizamos la seguridad; y la presentación, aquí en Galarent ya no hay conductores excepto sábados y domingos que te trabajen en camiseta.

ML.- Uds. Tienen su propia vestimenta

JP.- Si formal, justamente para no caer en manos de los vigilantes, es de orden camisa manga larga y cuello, camisa de puño.

ML.- En el mercado tu como los has visto, palpado desde un comienzo la seguridad es la cualidad que más busca el consumidor, ¿Esto ha cambiado?.

JP.- Yo creo que se profundizo y la gente empezó a pagar más.

ML.- O sea que las personas están pagando más por ese plus en tu caso por que las demás no le están dando o porque se acostumbró ya a hacerlo.

JP.- No, yo pienso que no se acostumbraron porque siempre hay, siempre hay la resistencia de ese mínimo de USD 2,50, pero el asunto es que con nosotros hay una opción que la mamá baje y diga lléveme a mi hija a las clases de tal parte y lo hacen con la confianza de que ese carro va a llevar a la hija a tal dirección y va a esperar a que entre, la hija, eso nos ocurre con frecuencia y por eso cobramos.

ML.- Me parece bien, en el estudio que se realizó en el año 2012 se consideró servicios extras o plus que se dieran a los usuarios y la respuesta fue positiva y mayoritaria, que estaban dispuestos a aceptar un recargo por servicios extras, como chofer de asistencia, encomiendas entre otros, pero yo hasta ahora no he visto que ninguna compañía lo ofrezca ¿Por qué no se lo ha realizado o no se la realizado en particular en tu compañía?.

ML.- Ya, por lo extremadamente delicado que resulta, cuando alguien quiere que transportemos a su hija o al papá que esta viejo o a la abuela que ya está bien vieja, llaman a Javier Poveda, Javier necesito tal cosa, a quien me puedes enviar, entonces endosan la responsabilidad a Poveda y Poveda tiene que estar pendiente de la responsabilidad que llevo la persona y pedir por radio que la central confirme que llegó, que se bajó y gracias a Dios hasta el momento esto ha resultado bien, pero es una responsabilidad inmensa y esa es precisamente la que paga, paga es la de la paquetería y encomiendas.

ML.- Por eso mismo se estableció ciertos servicios como paquetería, si estabas tomado que manejen tu vehículo y llevarte a buen recaudo, pero hasta el momento con la gran cantidad de aceptación en las encuestas, haya alguna empresa que institucionalice y promocióne estos servicios.

JP.- Los laboratorios de riesgo laboral, no lo menciono en este momento por obvias razones, pero por lo menos tres laboratorios de riesgo laboral tienen ese servicio con nosotros y dos clínicas, ya, de las compañías de seguros, una sola lo usaba y dejó de usarlo por costos, porque teniendo cinco conserjes, no le abastecían los cinco, entonces tomaron medidas y se hicieron atender por esos cinco conserjes ya que ellos tenían una facturación alta debido a la paquetería, mandar un sobre que asumo yo que iba con una póliza lo firmaban y devolverlo o sea eran dos carreras más los dos dólares en ese momento y si era en el centro a eso se debía sumar el parqueo.

ML.- Conoces alguna otra empresa que haya institucionalizado este servicio

JP.- No realmente, no conozco, pero nosotros lo hacemos, fuera de cámara te puedo dar los nombres.

ML.- La idea de todo esto que se aun documento público, lógicamente no te puedo pedir que divulgues ese tipo de información, bueno y para terminar dime tu visión de la que ha pasado entre el taxi ejecutivo y el taxi convencional en el período 2012 al 2014, que en el 2012 se vivió una gran represión que ahora solo se aceptaban los taxis regularizados y al final vemos que existen una gran cantidad de compañías que no están regularizadas y ni siquiera tienen los incipientes, bueno es más tengo entendido de compañías que como no se pudieron regularizar en Guayaquil lo hicieron en Samborondón o Daule y prestan servicio aquí en Guayaquil.

JP.- Efectivamente eso ocurre, es verdad y aquí hay más de una que está operando de esa manera, pero bueno, el sol nace para todos, Michel, eso es la uno la otra, si hay una diferencia grande y la diferencia la marca el usuario, de lo contrario a lo que se piensa en mi concepto hay usuarios personas naturales y hay usuarios personas jurídicas que han pedido que al momento que nosotros tengamos que pintar los carros amarillos, espero contar con ese problema a corto plazo, pero si eso ocurriera quieren que les avisemos con un mes de anticipación ya que no quieren tomar el servicio con carros amarillos, ellos, si me explico, no es asunto nuestro, o sea no son la mayoría pero si hay una corriente fuerte, por lo menos en el mercado que nosotros manejamos.

ML.- Tu segmento es medio alto para arriba, el de la Kennedy, me imagino que es un segmento que no quiere sentirse identificado o lo identifiquen como usuario de taxis cooperados, podemos concluir esto como hipótesis

JP.- Podría ser, también por la cantidad de tiempo que estamos ahí ya ve al conductor y dice Hola Javier, ah Hola Michel, ¿Cómo estás?, cosas como esa, ayer ocurrió una señora que llamo a los dos años, a los dos años a pedir un recorrido de 4 horas pagó 28 dólares cuando en este momento cuesta USD 8 dólares la hora pero evidentemente ella era una de las primeras personas que utilizó el servicio por hora con nosotros, cuando costaba USD 7, nunca costó menos, entonces lo que tocabas en tu segmento anterior de la fidelización si existe en esta compañía, si existe.

ML.- Bueno, muchas gracias Javier has sido de mucha ayuda.

ANEXO II

Entrevista a Ángel Ocaña Morales presidente de la Cooperativa Sur Limitada.

ML.- Buenas tardes, hoy 10 de febrero del 2015, procederemos a entrevistar a Ángel Ocaña morales, presidente de la Cooperativa Sur Limitada. Buenas Tardes, mi nombre es Michel Lituma, gracias por recibirme el motivo de esta entrevista es para conocer el punto de vista acerca del servicio de movilización de taxi del presidente de la cooperativa Sur Limitada, antes que todo podría decirnos su nombre completo.

AO.- Muchas gracias ante todo por la entrevista, gracias por estar presentes en la sede de nuestra cooperativa. Mi nombre es Ángel Ocaña Morales soy presidente de la Cooperativa Sur Limitada, estamos dispuestos a entregar toda la información necesaria al público, ya esa es nuestra función y es a quienes nos debemos.

ML.- Gracias por sus palabras, puede dar un pequeño currículum sobre sus pasos en el cooperativismo y como llego a ser presidente de su actual cooperativa.

AO.- Correcto si bien es cierto que tengo poco tiempo en el taxismo apenas unos 12 años comparado con otros compañeros que tiene 20 a 30 años; y frente a esta cooperativa 10 años, mi llegada fue muy circunstancial yo vendía carros y se me quedaron 2 taxis. Esos 2 taxis en ese momento no había quien los comprara y me afilié a una cooperativa llamada Los Caballeros del Volante y luego di un salto a la Cooperativa Sur Limitada una vez conseguido el parqueo de San Marino, así es como llego a la cooperativa y con un poco de trabajo con un poco de dedicación para lo que es el taxismo, en ese tiempo era nuevo ahora ya estoy un poco más empapado, no del todo, por qué todos los días se conoce algo nuevo, entonces llegue a la presidencia de la cooperativa, tal vez en el momento ideal ya que la misma quería salir adelante, quería surgir y que buena suerte que desde entonces así ha sido caminando hacia adelante con pasos un poco rápidos.

ML.- Una pregunta que está muy fuera del libreto pero que debó preguntar, donde Ud. Vendía vehículos.

AO.- Yo vendía vehículos en las plazas de carros, en su tiempo en Bahía Norte, también tenía un patio de carros frente al internado del Lorenzo Ponce, salí de ahí con la caída de Mahuad y la situación del dólar, en el momento que cayó, caí con él y de ahí es que me quedaron los 2 taxis que mencioné.

ML.- Cuéntenos un poco sobre las características de esta cooperativa por lo que sé en un principio esta era una cooperativa de taxis ambulantes, regulados, pero ambulantes, después toda la cooperativa era de taxis ejecutivos y en la actualidad son de taxis cooperados, ¿me equivoco?.

AO.- No se equivoca, la cooperativa tiene 45 años de vida institucional es una de las cooperativas más antiguas, tiene el permiso de operación para el servicio convencional, el taxi amarillo tradicional, ingresamos a competir hace unos tres años con las compañías de carros particulares, por que personalmente yo creo que es un sistema que en su momento llegó pero por las tantas trabas que se le ha puesto hemos tenido que evolucionar y si bien en los actuales momentos nuestro permiso de operación es para taxis convencionales tenemos todas las características del taxi ejecutivo.

Damos servicio llegando puerta a puerta, damos servicio a empresas y a instituciones hacemos también mensajería, entonces pensamos y yo a la cabeza de que era hora de que la cooperativa crezca económicamente y gremialmente, por que hasta ese momento no se podía crecer, por qué estaban cerrados los ingresos para nuevos socios y la cooperativa se mantenía con 45 socios hasta hace cinco años y en San Marino tenemos una concesión en la cual desembolsamos una cantidad mensual y un contrato por dos 2 o 3 años que se renueva y por este motivo ya nos demandaba una mayor cantidad de unidades, pero como la ley no nos permitía seguir creciendo tuvimos que mirar para el otro lado y empezar a coger unidades particulares, sabiendo que en cualquier momento iban a legalizarse y esto sucedió con la Ley de Tránsito en el cual se incluyó la modalidad de taxi ejecutivo y entramos a pedir lo que necesitábamos a las autoridades de tránsito en ese momento y es así como la cooperativa Sur Limitada pidió 100 cupos para la modalidad servicio ejecutivo, los mismos que una vez aprobados tuvimos que reajustarnos en el camino y volver a pedir que los incorporen como taxis convencionales por las tantas regulaciones que supone esta modalidad de servicio. Pero además de estos 100 vehículos regularizados contamos con 130 carros más para suplir nuestra demanda, los cuales podemos decir que son de servicio ejecutivo.

ML.- Perdón, Uds. Cuantos vehículos tienen en su totalidad tanto en servicio cooperado y como servicio ejecutivo.

AO.- En los actuales momentos contamos con 100 cupos de taxis amarillos tradicionales y tenemos 130 vehículos para el denominado taxi ejecutivo.

ML.- De esos 100 vehículos que estamos conversando ya están legalizados o están en proceso de legalización.

AO.- Ya están legalizados.

ML.- Uds. Tienen el permiso operacional provisional de seis meses para los cien vehículos que circulan en esta modalidad.

AO.- No hay una decisión de la Dirección Nacional de Tránsito en Quito que para esta modalidad de servicio haya permisos provisionales sino únicamente los definitivos, lo que existen son salva-conductos para que no haya problemas en la circulación.

ML.- Uds. como cooperativa que brinda servicio ejecutivo cual es su estrategia para conseguir clientela, están visitando empresas, reparten flyers

AO.- Bueno nuestra propaganda es el buen servicio, un cliente bien servido es el mejor publicista definitivamente ese ha sido el punto principal, un buen servicio seguridad en el servicio, un servicio con todo el confort, aire acondicionado, los vehículos nuevos en buen estado, los choferes sean profesionales, responsables este es la primera imagen ya para mi es el punto fuerte que ha servido para que la cooperativa salga adelante y que los clientes que tenemos ahora nos hayan tomado en cuenta, aparte de eso los clientes que tenemos en San Marino es un punto estratégico para la captación de clientes, es así que luego de estar en San Marino el año 2012 firmamos otro contrato de concesión con otro centro comercial en Plaza Quil lo que es comisariato y en el 2013 firmamos otra concesión con otro centro comercial en esta vez con lo que es City-Mall el nuevo centro comercial que esta acá en el norte, además a eso hacemos publicidad con hojas volantes, tarjetas de presentación por que nuestros choferes son también nuestros publicistas, a ellos les entregamos las tarjetas de presentación y ellos son los encargados de repartirlas a los clientes siendo una de estas las formas de promocionarnos, es así que en los actuales momentos tenemos a 20 compañías para el servicio de taxis, adicionalmente a esto tenemos unas 500 a 600 llamadas diarias para el servicio de puerta a puerta para cualquier persona que así lo desee, los siete días a la semana las 24 horas del día, los 365 días del año.

ML.- Para sus clientes corporativos tiene alguna política de crédito a través de vouchers, o descuentos de rol de pago.

AO.- Si generalmente damos el servicio de vouchers a las empresas con una política de pago de un mes quince días.

ML.- Como les ha ido con este servicio de vouchers.

AO.- Bueno como Ud. Verá si ha crecido por lo tanto nos ha ido bien, en definitiva nos ha ido bien si la acogida del profesional para ingresar a la cooperativa es por qué hay la posibilidad de días mejores, eso ha sucedido, estamos bien, seguimos creciendo, nuestro proyecto es ir más allá, queremos dar un mejor servicio, cada día mejorar para lo cual hicimos una inversión de lo que es comunicación, entramos GPS, tenemos 3 frecuencias, dos en análogo y una en GPS, nuestro proyecto de aquí abarca a captar un 50 % más de lo que tenemos ahora en clientes puerta a puerta y otro porcentaje significativo para lo que es empresas ya que eso es nuestro futuro en unos 2 o 3 años.

ML.- En líneas generales cuanto cada unidad recorre en Kms y cuanto hace monetariamente por día.

AO.- Nosotros no tenemos una estadística en Kms. Generalmente lo medimos en la ganancia, ésta por regla general está en promedios de 7 a 8 dólares por hora, entonces eso lo multiplica por horas que trabaja y ese es su diario.

ML.- De entre su clientela regular no tienen pedidos de servicios adicionales, como lo que estábamos conversando antes de comenzar la filmación de un tipo de mensajería, o de delivery o de choferes asistidos.

AO.- Tenemos esporádicos requerimientos pero igualmente cumplimos con todos ellos, pero como al ser servicios nuevos y el público no los conoce, falta un poco de publicidad en ese sentido y realmente no hemos hecho hincapié necesario ya que si empezamos a publicitarnos y no contamos con la cantidad de unidades suficientes acabaríamos dando un mal servicio.

ML.- La razón de escoger uno u otro servicio es muy variada entre los clientes, una de las que más se escucha es la seguridad, cuales son en su cooperativa aquellas directrices plausibles y medibles que han tomado con respecto a esta variable, más allá de los GPS, las llamadas, hay un plan del gobierno para instalar cámaras dentro de las unidades que opinen Uds. sobre esto.

AO.- Todo avance tecnológico es bueno, en nuestra cooperativa ya contamos con GPS un instrumento con el que podemos localizar y auxiliar en cualquier momento y lugar a nuestros asociados y clientes, pero la seguridad comienza desde la persona que presta el servicio, esta persona debe ser honesta e idónea, caso contrario nada sirve, entonces para que esto suceda la cooperativa normalmente para que un aspirante a socio venga a nosotros se le hace un seguimiento bastante particular, adicional a esto debe presentar documentación personal, un récord policial y algunas recomendaciones, eso es con respecto al que va a ser socio, como nuestro servicio es 24 horas una persona no puede estar al frente del volante siempre, generalmente un 90 % de los asociados tienen choferes que manejan sus unidades, aquellos choferes alternos se les hace el mismo seguimiento y se le pide los mismos requisitos por qué al final del día es la cooperativa la que concede el permiso para que el chofer alternativo maneje aunque los detalles del convenio es entre el asociado y el chófer. Y esto tiene un motivo la seguridad y confiabilidad no la podemos fallar y otra razón fundamental es que necesitamos toda la documentación de ese chofer ya que si sucede algún percance sabremos con certeza donde y como localizar al susodicho y poder hacer frente a cualquier acción legal.

ML.- Conoce sobre el Plan RENOVA

AO.- El Plan RENOVA, bueno nosotros prácticamente no hemos hecho uso del mismo por cuanto es para reposición de unidades, con dicho plan nuestra cooperativa se han beneficiado unas 4 o 5 unidades por cuanto nuestros vehículos siempre han sido nuevos, las cooperativas que más se beneficiaron de este plan fueron aquellas que sus unidades eran obsoletas.

ML.- Gracias ante todo por su tiempo, ha sido bastante esclarecedora la charla, veo que tiene muy claro su derrotero, mil gracias.

AO.- Gracias a Uds. por su visita esperando que no sea la primera y última visita.

ANEXO III

Entrevista a Lcdo. George Mera Alcívar Presidente de la Unión de Cooperativas de Taxis de la Provincia del Guayas.

ML.- Mi nombre es Michel Lituma hoy sábado 28 de febrero del 2014 estamos aquí para conocer los puntos de vista del Lcdo. George Mera Alcívar sobre el servicio de movilización de taxis ejecutivos en la ciudad de Guayaquil y en el Guayas.

GM.- Muchas gracias por la entrevista esperando que esta ayude a esclarecer la problemática de este tipo de servicio y que ayude a concluir su tesis.

ML.- Por favor podrías darnos un pequeño perfil de su persona incluyendo un Curriculum de Vida de lo que has sido de lo que eres y como ha llegado a ser el máximo representante del taxismo en la ciudad de Guayaquil.

GM.- Mi nombre es George Mera Alcívar, soy Licenciado en Ciencias de la Comunicación, he manejado desde el año 1986 – 87 diferentes puestos administrativos en la cooperativa a la cual pertenezco y cuyo nombre es 7 de Mayo, donde comencé como Secretario luego me desempeñe como Presidente del Concejo de Vigilancia, seguí como Presidente de la Institución, más adelante estuve como Representante de la Unión Matriz de la Provincia, en elecciones populares de nuestro gremio fui escogido como Miembro del Concejo de Administración de la Federación Nacional en los años 1999 al 2000, participé en la elecciones para presidir La Unión de Cooperativas de Taxis de la Provincia del Guayas entre los años 2007 al 2011 siendo elegido como su presidente y para la Federación Nacional de Transporte fui elegido como Miembro del Comité Ejecutivo Nacional y en los actuales momentos he sido reelegido para la Matriz provincial como presidente de la Unión de Cooperativas de Taxis de la Provincia del Guayas para el período 2011 al 2014.

ML.- La Unión de Cooperativas de Taxis de la Provincia del Guayas, exactamente a cuantas organizaciones representa.

GM.- Esta institución es una organización de integración y donde todas las cooperativas que tiene su sede en el Guayas se aglutinan. El número exacto es de 138 cooperativas. De las cuales 123 están en Guayaquil y las demás están en Milagro, Empalme y Naranjal. De

las cuales Milagro tiene la gran mayoría ya que cuentan con 11 y el resto se reparte entre los otros dos cantones citados.

ML.- Hay Cooperativas que no están reguladas bajo su jurisdicción

GM.- Nos falta agrupar a dos cantones el Triunfo y Bucay que están dentro de nuestra Matriz y aunque son pocas y pequeñas estamos viendo la manera la articularlas dentro de nuestra organización.

ML.- Hay otro tipo de organizaciones que estén aglutinando a los taxis en la provincia.

GM.- No y de acuerdo a la ley última expedida los únicos entes reconocidos legalmente son las Uniones Provinciales y la Federación Nacional de Taxis. No pueden haber otras instituciones paralelas a las ya existentes debidamente legalizadas y con bastante tiempo de actuación.

ML.- La Unión de Cooperativas de Taxis de la Provincia del Guayas cuenta con 123 cooperativas en Guayaquil, tienen el número de automotores que circulan.

GM.- Según nuestros registros hay cerca de 12000 automotores en el Guayas de los cuales 8500 sirven a la ciudad de Guayaquil y el resto en los diferentes cantones.

ML.- Como es de conocimiento público aparte de los automotores regulados hay una gran cantidad de vehículos sin regulación tienen alguna estadística o número.

GM.- Según los estudios de una consultora contratada por el gobierno a través de la Agencia Nacional de Tránsito y que se llama Vera & Asociados, ellos realizaron un estudio de factibilidad en la ciudad de Guayaquil y recogieron que de acuerdo a las actuales necesidades la ciudad necesitaba un aproximado de 2800 unidades para este tipo de servicio igualmente y entre comillas aquellos vehículos particulares que estaban prestando el servicio sin la debida regulación y sin permiso de operación deberán alinearse al ordenamiento regulado es decir incorporarse a aquellas compañías que ya previamente hayan sido legalizadas o las cooperativas ya existentes y aquellos que sigan en su práctica sin los debidos permisos se los considerarán fuera de la ley o simplemente piratas.

ML.- Disculpe que repita la pregunta, no me supe explicar deseaba conocer si tenían un estimativo de cuantas unidades de transportes de taxis hay en la ciudad de Guayaquil sin ningún tipo de legalidad o sea piratas.

GM.- Hablar de todos los vehículos no regulados y que ejercen el taxismo es hablar de más de 10.000 unidades.

ML.- Estos datos son un estimativo o son cifras reales.

GM.- Estos números se basan en un estudio contratado por ellos (los informales) y en la cual hicieron sus encuestas y realizaron los respectivos recorridos correspondientes y arrojaron esa cantidad. Nosotros como agrupación estamos pidiendo a la Agencia Nacional y para ayudar a ese conglomerado, que todos aquellos que sean choferes profesionales y que tengan vehículos de ciertas características ingresarlos a nuestras instituciones a nuestros operadores para que den el servicio como debe ser y no anden en la calle trabajando irregularmente, para todos ellos tenemos las puertas abiertas para que el órgano competente en este caso la Agencia Nacional de Tránsito avale y de paso a este pedido para incorporar a todas estas personas para que el día de mañana no digan a la opinión pública de que no se les ha dado la oportunidad para que ingresen a las instituciones y si no lo quieren hacer, no quieren regularizarse, ya no es problema de la dirigencia, ni de las autoridades competentes sino de ellos mismos por no querer organizarse para dar un servicio como manda la ley.

ML.- El plan RENOVA ha sido un éxito en la transportación pública Uds. Poseen estimados de cuantas unidades han sido beneficiadas.

GM.- Consideramos que este es un logro de la dirigencia nacional y provincial ya que este proyecto lo presentamos a este gobierno; el proyecto de chatarrización y de exoneración de vehículos y que en otros países ya venía funcionando con éxito desde algún tiempo atrás, como México, EEUU y de este proyecto el 93 % de cooperados han sido beneficiados. Y con el bono de chatarrización que este gobierno ha implementado se lo ha dado como parte de entrada para el nuevo vehículo. Para nosotros los dirigentes es de gran satisfacción el ver en las calles carros nuevos, carros con aire acondicionado dando servicio a nuestra ciudad.

ML.- Este 93 % del cual Ud. menciona es a nivel nacional o local.

GM.- Este 93 % del que hablamos es a nivel provincial y no debemos olvidar que aquí en Guayaquil teníamos los vehículos más viejos del país y que circulaban a veces amarrados con sogas o cerradas las puertas con picaporte, solamente falta un 7 % de automotores y

que entre este año y el próximo llegaremos al 100% y en renovaremos en su totalidad el parque automotor en nuestra provincia.

ML.- Haciendo un balance de su organización podría indicarnos sus pro y sus contra como organismo rector.

GM.- Como decimos nuestro pro es el poder dar un servicio de calidad a la ciudadanía y que esta a su vez nos retribuya de la mejor manera ya que al fin y al cabo vivimos de esto. Los contra puede ser que personas y mafias de personas por que en esto hay incluidos extranjeros se hicieron de 20, 30 y hasta 40 vehículos particulares para brindar servicio causando un gran desmedro a la fuerza amarilla, pero esto esperamos que se acabe pronto al regularizarlos y de acuerdo a las conversaciones sostenidas con las autoridades competentes.

ML.- De acuerdo a su experiencia y de sus asociados cuantas carreras se hace una unidad normalmente en un período de 12 horas.

GM.- No se puede hablar de cantidad de carreras pero si un promedio de ingreso por unidad y este estimado es de USD 40 dólares, estas se pueden dar con 20 carreras de 2 dólares o 12 de USD 3,50.

ML.- Para llegar a este promedio de ingreso cuantos Kms deben recorrer las unidades.

GM.- Sencillo entre 200 a 250 Kms. Diarios deben recorrer pero de esos USD 40 hay que sacarle los siguientes rubros, el combustible del automotor, la lavada del mismo, el almuercito diario, ya que en los actuales momentos ya no es dable que el compañero pueda almorzar en su casa debido a la feroz y desleal competencia con la que vivimos actualmente. Antes el compañero tenía tiempo de almorzar en su domicilio y hasta de tomar un sueñito pero esto ya no es más.

ML.- El proyecto del botón de pánico es una buena alternativa para la seguridad ciudadana, en que fase se encuentra tal proyecto.

GM.- Buena su pregunta y lo felicito este proyecto lo venimos solicitando desde hace mucho tiempo de que haya un organismo competente que nos financie la seguridad y que a su vez el ciudadano se sienta seguro, además de las implicaciones a simple vista podemos participar de una forma activa en la seguridad ciudadana, y como lo hacemos, ya que tenemos más de 8500 unidades circulando en diferentes lugares y horas nos convertimos

prácticamente en 8500 ojos de águila. Cada vehículo tendrá insertado y conectado directamente a la Policía Nacional esa alarma que nos facilitará que en cualquier problema ya sea el conductor o el usuario haya una respuesta inmediata a la misma. De acuerdo a los ofrecimientos de nuestro presidente para la fuerza amarilla se habla de un combo el cual incluye un taxímetro de tecnología de punta, una mampara que separa el conductor del usuario el respectivo botón de pánico y cámaras de video internas para el monitoreo de cualquier situación con el 911.

ML.- Tengo entendido de que del universo de empresas y cooperativas aprobadas por la Comisión de Tránsito ya hay dos cooperativas con permiso de operación..

GM.- Así es la 9 de Abril y la Sur limitada, ellos han tenido que hacer grandes esfuerzos tanto en estructuras como en dinero para poder estar reglamentadas, con radios, GPS, base ya que ellos no pueden estacionarse en un centro comercial y sacar carreras, sino que esperar de las bases le provean la carrera, es más muchos de ellos están insatisfecho y se cree que volverán a su anterior forma de trabajo y pronto no existirá más este tipo de servicio.

ML.- Agradeciendo su gentileza licenciado, nos veremos próximamente.

ANEXO IV

Entrevista a Gloria Ordeñana usuaria del servicio de movilización taxi ejecutivo.

ML.- Mi nombre es Michel Lituma gracias por la disposición de contestar el siguiente cuestionario, el propósito del mismo es tratar de conocer las cifras reales de este tipo de servicio para proponer estrategias que beneficien tanto al usuario como a las empresas que brindan el mismo.

ML.- Nombre por favor

GO- Gloria Ordeñana Cepeda

ML.- Dirección por favor

GO- Ciudadela Los Guayacanes manzana 7118 villa 6

ML.- Edad

GO- 45 años

ML.- Posee vehículo en su hogar

GO- No

ML.- Posee vehículo propio

GO- No

ML.- Es Ud. Usuaria de taxis

GO- Si

ML.- Con qué frecuencia suele usarlo

GO- 5 días a la semana como mínimo

ML.- Es Ud. usuario de taxi ejecutivo

GO- 5 días a la semana como mínimo

ML.- Es Ud. usuario de taxi ambulante

GO- No

ML.- Cuando le dicen piense en empresas de taxi amigo cual se le viene primero a la mente lo utilice o no en la actualidad.

GO- Vipcar, Fastline

ML.- Cuando le dicen piense en cooperativas de taxis cual se le viene primero a la mente lo utilice o no en la actualidad

GO- Ninguna

ML.- Cual es su prioridad número uno al decidir que medio de transporte no propio va a usar.

Disponibilidad inmediata de unidades

Rapidez en llegada al destino

Precio

Confort

Que la empresa brinde confianza, seguridad

Empresa con experiencia

Amplio conocimiento de la ciudad

Sea conocido por el usuario

Recomendada por conocidos

Otra (especificar)

GO- Debo escoger de las alternativas que Uds. me dan supongo que

Seguridad

Puntualidad

Confort

Precio

Disponibilidad

ML.- Podría ordenar según su consideración que es lo más importante hasta lo menos importante al momento de elegir que medio de transporte no propio va a usar.

GO.- Seguridad, Disponibilidad, Puntualidad, Confort, Precio.

ML.- Utiliza alguna empresa, cooperativa o conocido para movilizarse habitualmente.

GO.- Si

ML.- Podría decirnos el nombre de dicha empresa, cooperativa o conocido.

GO.- Vipcar

ML.- Es proporcionado por el lugar de trabajo.

GO.- No.

ML.- Como se enteró del servicio.

GO.- Referido por amistades.

ML.- ¿Con qué frecuencia diría Ud. que utiliza este servicio?.

GO.- Una vez al día mínimo.

ML.- En caso de no disponer de dicha empresa, cooperativa o conocido ¿Cuál es su primera alternativa para suplir ese servicio?.

Coger taxi ambulante cualquiera.

Esperar hasta que esté disponible.

Buscar otro servicio por su cuenta

Buscar otro servicio por referencias.

Otra (especificar)

GO.- Busco otro servicio por mi cuenta.

ML.- Conoce de otros servicios adicionales que presten las compañías de taxis ejecutivos aparte de la movilización de personas.

GO.- Viajes a cualquier parte del país.

ML.- Alguna sugerencia para estas empresas acerca de sus servicios.

GO.- Puntualidad.

ML.- ¿Conoce de alguna aplicación para solicitar el servicio de taxis a través de un celular?

GO.- Si

ML.- ¿Podría decirnos el nombre de la aplicación y si es usuaria de la misma?

GO.- Easy Taxi y si lo utilizo.

ANEXO V

Entrevista a Galo Llerena no usuario del servicio de movilización taxi ejecutivo

ML.- Mi nombre es Michel Lituma gracias por la disposición de contestar el siguiente cuestionario, el propósito del mismo es tratar de conocer las cifras reales de este tipo de servicio para proponer estrategias que beneficien tanto al usuario como a las empresas que brindan el mismo.

ML.- Nombre por favor

GL.- Galo Llerena Núñez

ML.- Dirección por favor

GL.- Ciudadela Guayacanes Mz. 5118 villa 2

ML.- Edad

GL.- 45 años

ML.- Posee vehículo en su hogar

GL.- Si

ML.- Posee vehículo propio

GL.- Si

ML.- ¿Es Ud. Usuario de taxis?

GL.- No

ML.- Con qué frecuencia suele usarlo

GL.- una vez cada mes

ML.- Es Ud. usuario de taxi ejecutivo

GL.- No

ML.- Es Ud. usuario de taxi ambulante

GL.- No

ML.- Cuando le dicen piense en empresas de taxi amigo cual se le viene primero a la mente lo utilice o no en la actualidad.

GL.- Fast car

ML.- Cuando le dicen piense en cooperativas de taxis cual se le viene primero a la mente lo utilice o no en la actualidad

GL.- Ninguna

ML.- ¿Cuál es su prioridad número uno al decidir qué medio de transporte no propio va a usar?

Disponibilidad inmediata de unidades

Rapidez en llegada al destino

Precio

Confort

Que la empresa brinde confianza, seguridad

Empresa con experiencia

Amplio conocimiento de la ciudad

Sea conocido por el usuario

Recomendada por conocidos

Otra (especificar)

GL.- Debo escoger de las alternativas que Uds. me dan supongo que

Seguridad

Precio

Conocida por el usuario

Disponibilidad de unidades

Confort

ML.- Podría ordenar según su consideración que es lo más importante hasta lo menos importante al momento de elegir un medio de transporte no propio que vaya a usar.

GL.- Seguridad, Disponibilidad, Precio, Puntualidad

ML.- Utiliza alguna empresa, cooperativa o conocido para movilizarse habitualmente.

GL.- No

ML.- Podría decirnos el nombre de dicha empresa, cooperativa o conocido.

GL.- No

ML.- Es proporcionado por el lugar de trabajo.

GL.- No

ML.- Como se enteró del servicio.

GL.- No conozco

ML.- Con qué frecuencia diría Ud. que utiliza este servicio.

GL.- Una vez al mes..

ML.- En caso de no disponer de dicha empresa, cooperativa o conocido cuál es su primera alternativa para suplir ese servicio.

Coger taxi ambulante cualquiera.

Esperar hasta que esté disponible.

Buscar otro servicio por su cuenta

Buscar otro servicio por referencias.

Otra (especificar)

GL.- Coger taxi ambulante cualquiera.

ML.- Conoce de otros servicios adicionales que presten las compañías de taxis ejecutivos aparte de la movilización de personas.

GL.- No conozco.

ML.- Alguna sugerencia para estas empresas acerca de sus servicios.

GL.- Ninguna.

ML.- ¿Conoce de alguna aplicación para solicitar el servicio de taxis a través de un celular?

GL.- Si

ML.- ¿Podría decirnos el nombre de la aplicación y si es usuario del mismo?

GO.- Easy Taxi y no lo utilizo