UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

La Universidad Católica de Loja

ÁREA ADMINISTRATIVA

TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

Plan de fortalecimiento del servicio de taxis de la ciudad de Loja. Año 2015

TRABAJO DE TITULACIÓN

AUTORA: Guzmán Mancheno, Katherine Vanessa

DIRECTOR: Toledo Macas, Ronald Kleiner, Econ.

LOJA- ECUADOR

2016

Esta versión digital, ha sido acreditada bajo la licencia Creative Commons 4.0, CC BY-NY-SA: Reconocimiento-No comercial-Compartir igual; la cual permite copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra, mientras se reconozca la autoría original, no se utilice con fines comerciales y se permiten obras derivadas, siempre que mantenga la misma licencia al ser divulgada. http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es

2016

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Economista.

Ronald Kleiner Toledo Macas

DOCENTE DE LA TITULACIÓN

De mi consideración:

El presente trabajo de titulación denominado: Plan de fortalecimiento del servicio de taxis de la ciudad de Loja. Año 2015, realizado por Guzmán Mancheno Katherine Vanessa, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por cuanto se aprueba la presentación del mismo.

Loja, julio de 2016

f).....

Toledo Macas Ronald Kleiner, Econ.

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS

"Yo, Guzmán Mancheno Katherine Vanessa, declaro ser autora del presente trabajo de titulación: Plan de fortalecimiento del servicio de taxis de la ciudad de Loja. Año 2015, de la Titulación de Ingeniero en Administración de Empresas, siendo Ronald Kleiner Toledo Macas, director del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica Particular de Loja y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales. Además certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 88 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: "Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis o trabajos de titulación que se realicen con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la universidad.

f:.....

Autora: Katherine Vanessa Guzmán Mancheno

Cédula: 1104924889

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación, se lo dedico a mi amado esposo Rafael J, por su apoyo incondicional; a mis padres Marco y Muriel, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy y por el apoyo brindado durante toda mi carrera; a mis hermanos Christian y Jhulissa, por apoyarme siempre.

Katherine Vanessa Guzmán Mancheno

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios, por estar siempre a mi lado, por las bendiciones recibidas a lo largo de mi vida, y permitirme culminar una etapa más en mi vida.

A la Universidad Técnica Particular de Loja, y docentes por haberme permitido formarme como profesional.

Mi agradecimiento muy sincero a mi director de tesis Econ. Ronald Toledo, por su dedicación, esfuerzo, paciencia, conocimientos y orientaciones brindados a lo largo de este trabajo.

Katherine Vanessa Guzmán Mancheno

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARATULA I

APROBACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN II

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS III

DEDICATORIA IV

AGRADECIMIENTO V

INDICE DE CONTENIDOS VI

RESUMEN VIII

ABSTRACT 2

INTRODUCCIÓN 3

CAPITULO 1 4

ANTECEDENTES 4

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 5
1.2 JUSTIFICACIÓN 5
1.3 OBJETIVOS 6
1.3.1 Objetivo general 6
1.3.2 Objetivos específicos 6
1.4 DISEÑO ORGANIZACIONAL DEL SERVICIO DE TAXIS EN LA CIUDAD DE LOJA 7
1.4.1 Número de cooperativas de taxis en la ciudad de Loja 7
1.4.2 Costos del transporte 7
1.4.3 Ley de Tránsito 8
1.4.4 Ordenanzas municipales para la organización, planificación y regulación, del tránsito y transporte terrestre del cantón Loja. 9
1.5 REGLAMENTO DE TRANSPORTE COMERCIAL DE PASAJEROS EN TAXI CON SERVICIOS CONVENCIONAL Y SERVICIO EJECUTIVO. 10
1.5.1 Disposiciones generales. 10
1.5.2 De la constitución jurídica. 10
1.5.3 Requisitos 10
1.5.4 Permisos de operación. 11
1.5.5 Operadoras 11
1.5.6 Conductores. 12
1.5.7 Vehículos que utilizan para el servicio de taxi. 12
1.5.8 Características técnicas del vehículo. 12
1.6 CALIDAD DE SERVICIO A LOS CLIENTES 13
1.6.1 Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial 13
1.6.2 Plan Nacional del Buen Vivir 13
1.6.3 Ley de Defensa del Consumidor 14
1.7 ANÁLISIS FODA. 16
1.8 ANÁLISIS DE LA MATRIZ PORTER 16

CAPITULO 2 20

EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE TAXIS EN LA CIUDAD DE LOJA 20
2.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 21
2.1.1 Población 21
2.2 CÁLCULO DE LA MUESTRA 22
2.3 ANÁLISIS DE RESULTADOS 23
2.4 MATRIZ FODA 26
CAPITULO 3 39
PLAN ESTRATÉGICO DE FORTALECIMIENTO ORGANIZACIONAL 39
3.1 INTRODUCCIÓN A LA PROPUESTA 40
3.2 MISIÓN 40
3.3 VISIÓN. 40
3.4 VALORES INSTITUCIONALES 40
3.5 DETERMINACIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS 41
3.6 DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS. 41
3.7 INDICADORES DE MEDICIÓN DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL 43
3..7.1. ELABORACIÓN DEL PLAN OPERATIVO ANUAL (POA). 43
CONCLUSIONES 48
RECOMENDACIONES 49
BIBLIOGRAFIA 50
ANEXOS 51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Las cinco fuerzas competitivas de Porter. 17
Figura 2 Edad 23
Figura 3 Género 24
Figura 4 Medios de transporte 25
Figura 5 Clase de taxis utilizado. 26
Figura 6 Preferencia del taxi convencional, ejecutivo. 27
Figura 7 Utilizar el servicio de taxi 28
Figura 8 Utiliza semanalmente el taxi 29
Figura 9 Aspectos que desagradan el servicio de taxi 30
Figura 10 Calificación al servicio de taxis 31
Figura 11 Servicios que deben mejorar los taxis. 32
Figura 12 Servicios que les gustarían que brinden los taxis 33
Figura 13 Cooperativa que pertenece al momento de trasladarse 34
Figura 14 Cooperativas de taxis más conocidas en la ciudad de Loja 35

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población urbana de la ciudad de Loja 21
Tabla 2 Matriz FODA 36

RESUMEN

El presente trabajo de investigación, tiene como propósito brindar un servicio de calidad a la ciudadanía en lo que se refiere al transporte que ofrece el sector de taxis. Tiene como objetivo diseñar un plan de fortalecimiento del servicio de taxis, la investigación empieza con la descripción del servicio en la ciudad de Loja, un análisis FODA, donde se describe los factores externos e internos, estableciendo así las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas; análisis de la matriz de Porter que nos permite analizar de forma completa el sector; a continuación se realizó un estudio de mercado en donde se aplicó encuestas, para medir la calidad de servicio que los taxistas prestan en la actualidad.

Obtenida la información se formularon los objetivos estratégicos a implementar para lograr ofrecer un servicio de calidad.

Palabras claves: plan de fortalecimiento, estrategias, servicio de taxis.

ABSTRACT

This research work has as propose to offer a quality service for the citizenship with reference to the transport which is offered by the taxis sector. The objective is to design a plan for strengthening of the taxis service, this research begins with the description of the taxis service offered in Loja city, a SWOT analysis which describes the internal and external factors, in that way establishing the strength, opportunities, weaknesses and threats, analysis of Porter matrix which allow us analyze in a complete way the sector before mentioned; then a market study was done , applying surveys in order to measure the service quality which taxi drivers give nowadays.

With the information before mentioned the strategies objectives were articulated and implemented in order to offer a quality service.

Key Words: plan for strengthening, strategies, taxis service.

INTRODUCCIÓN

El transporte público en la ciudad de Loja, ha sido muy cuestionado por la mala calidad de servicio que ofrecen a sus usuarios; a su vez la normativa del Estado en sus leyes estipula el derecho a recibir un servicio de calidad, razón por la cual se ha propuesto el presente trabajo de investigación, el cual será de gran ayuda para mejorar el servicio de transporte público, en este caso el servicio de taxis en la ciudad de Loja.

El objetivo general planteado para este estudio es diseñar un plan de fortalecimiento del servicio de taxis de la ciudad de Loja y los objetivos específicos son: describir el servicio de taxis de la ciudad de Loja; proponer estrategias para la mejora del servicio que brindan los taxistas; establecer indicadores de medición de desempeño organizacional.

La investigación está compuesta por tres capítulos: en el capítulo I, se presenta el planteamiento de la problemática que se desea resolver, que se enfoca en la mala calidad de servicio del transporte público que prestan a los usuarios, así como los objetivos que desean alcanzarse con la ejecución del proyecto; evaluación del diseño organizacional del servicio de taxis en la ciudad de Loja; se realizó un análisis FODA y un análisis de la Matriz de Porter.

Capitulo II, indica la metodología de la investigación, cálculo de la muestra para realizar el estudio de mercado; análisis e interpretación de los resultados, desarrollo de la matriz FODA, y planteamiento de las estrategias.

Capitulo III, desarrollo del plan estratégico de fortalecimiento organizacional, planteamiento de la misión, visión, valores institucionales que debe tener el servicio de taxis, determinación de los objetivos estratégicos y estrategias; elaboración del Plan Operativo Anual; los cuales permitieron llegar a las conclusiones y recomendaciones.

CAPITULO I
ANTECEDENTES

1.1 Planteamiento del problema

Según, (Arias, 2015), el transporte público es importante porque radica en la capacidad de movilizar gran cantidad de personas de forma eficiente, rápida, segura y a un costo razonable. Su importancia ha crecido a medida que las ciudades generan mayor desarrollo, ya que este desarrollo implica un mayor número de actividades, mayor gestión vehicular, mayor contaminación, mayores distancias de viaje, mayor cantidad de personas que necesitan movilizarse, entre otros factores.

Se ha observado que el servicio de transporte urbano crece día a día en la ciudad al aumentar unidades, pero esto no implica que mejora en atención y calidad. A traves de entrevistas realizadas a los usuarios que utilizan este servicio en la ciudad de Loja , se concluye que el transporte público es cuestionado por la mala calidad de servicio que prestan a sus usuarios, para lograr cambiar su imagen ante la ciudadania, ellos deberán crear estrategias para lograr satisfacer a sus usuarios

En el año 2015, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja aprobó el alza de tarifas del transporte urbano en un 25% como es en el caso de los taxis de un dólar a un dólar veinticinco centavos en el día y en la noche a un dólar cuarenta centavos, para lograr cubrir los gastos de operación, a cambio de este incremento los señores taxistas ofrecieron dar un mejor servicio y seguridad de sus usuarios.

Para lograr cambiar la imagen de su servicio ante la ciudadania el transporte urbano,especialmente los taxis se ha propuesto el siguente trabajo de investigacion con la finalidad de ayudar que el servicio de taxis sea reconocida por la prestacion de servicio de calidad logrando de esta manera la satisfacción a sus usuarios.

1.2 Justificación

En Ecuador, las empresas que ofrecen bienes y servicios están en obligación de prestar un servicio de calidad, para el caso que nos compete, el transporte público.

El Plan del Buen Vivir estipula en uno de sus objetivos, mejorar la calidad de vida de la población, fomentar la movilidad sostenible y segura, generando movilidad segura y sustentable requiere romper los intereses corporativos y gremiales del transporte, fortaleciendo la planificación, la regulación y el control de la movilidad y la seguridad vial;

fomentando el uso del transporte público seguro, digno y sustentable; y promoviendo la movilidad no motorizada.

El artículo 3 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Transito y Seguridad Vial (2008), señala que el Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

Así mismo la Ley de Defensa del Consumidor, en su artículo 4, da el derecho a recibir un servicio público de óptima calidad, eficiente, eficaz y de buen trato.

El presente trabajo de investigación, propone alternativas para mejorar la calidad del servicio de transporte público, especialmente el de taxis en la ciudad de Loja, por lo que se ha planificado un Plan de fortalecimiento organizacional del servicio de taxis de la ciudad de Loja, que será de gran utilidad para implementar estrategias que nos ayudarán a cumplir con objetivos de este tipo de transporte en Loja.

La realización de este trabajo de investigación además de ayudar a solucionar la problemática, tiene como objetivo la obtención del título en Ingeniero en Administración de Empresas.

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general.

- Diseñar un Plan de fortalecimiento del servicio de taxis, de la ciudad de Loja, 2015

1.3.2. Objetivos específicos.

- Describir el servicio de taxis de la ciudad de Loja.
- Proponer estrategias para la mejora del servicio que brindan los taxistas.
- Establecer indicadores de medición de desempeño organizacional.

1.4. Diseño organizacional del servicio de taxis en la ciudad de Loja

1.4.1. Número de cooperativas de taxis en la ciudad de Loja.

Según la Unidad de Transito de Loja (2015), en la ciudad existen 28 cooperativas de taxis convencionales y 12 cooperativas de taxis ejecutivos.

La Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial (2009), mediante el reglamento de transporte comercial de pasajeros en taxi con servicio convencional y servicio ejecutivo define al servicio de convencional y ejecutivo de taxis de la siguiente manera:
Taxi de servicio convencional, consiste en el traslado de personas desde un lugar a otro dentro del área urbana autorizada para su operación, en vehículos automotores de color amarillo, equipados para el transporte de personas, con capacidad de hasta 5 pasajeros incluido el conductor, bajo normas técnicas y niveles de servicio determinados por la CNTTTSV, los vehículos que prestan este servicio podrán operar como ambulantes, a pedido expreso de los pasajeros en las calles.

Taxi con servicio ejecutivo, es el servicio de transporte comercial que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, que consiste en el traslado exclusivo de personas en forma segura dentro de su ámbito de operación, siempre que no sea servicio de transporte masivo o colectivo, en vehículos de color amarillo, y que se lo contratara única y exclusivamente a través de los medios de telecomunicación establecidos y autorizados por cada uno de ellos.

1.4.2. Costos del transporte.

El artículo 30.5 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial, se manifiesta: que es competencia de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales el regular la fijación de tarifas de los servicios de transporte terrestre, en sus diferentes modalidades de servicio en su jurisdicción, según los análisis técnicos de los costos reales de operación, de conformidad con las políticas establecidas por el Ministerio del Sector.

La tarifa del servicio de taxi convencional y ejecutivo definidos por el GAD municipal (2015) son:

Durante el día:
Tarifa mínima: USD $ 1.25 (Un dólar con veinticinco centavos).

Arranque: USD $ 0.40 (Cuarenta centavos de dólar).
Kilómetro recorrido: USD $ 0.28 (Veintiocho centavos de dólar).
Minuto de espera: USD $ 0.07 (Siete centavos de dólar).
El taxímetro se programará de tal manera que la tarifa durante el día se active a partir de las 06:00 y concluya a las 20:00.
La tarifa del servicio de taxi convencional y ejecutivo durante la noche es la siguiente:
Tarifa mínima: USD $ 1.40 (Un dólar con cuarenta centavos).
Arranque: USD $ 0.50 (Cincuenta centavos de dólar).
Kilómetro recorrido: USD $ 0.30 (Treinta centavos de dólar).
Minuto de espera: USD $ 0.08 (Ocho centavos de dólar).
El taxímetro se programará de tal manera que la tarifa durante la noche se active a partir de las 20:01 hasta las 05:59 del día siguiente.

Los conductores que no utilicen el taxímetro tendrán una sanción de conformidad al artículo 390 del Código Orgánico Integral Penal de la República del Ecuador, para lo cual la burbuja deberá mantener encendida la luz verde cuando el vehículo se encuentre con pasajeros.
El conductor o propietario del vehículo que circule sin tener encendida la luz roja titilante de la burbuja cuando el vehículo se encuentra sin pasajeros, tendrá una sanción correspondiente al 50% de un Salario Básico Unificado del Trabajador en General.

1.4.3. Ley de Tránsito.

La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las

normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables. (Ley de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial, 2008)

1.4.4. Ordenanzas municipales para la organización, planificación y regulación, del tránsito y transporte terrestre del cantón Loja*.*

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Loja, cumpliendo las disposiciones constitucionales y legales, busca satisfacer las necesidades más elementales, priorizando el desarrollo local y el bienestar ciudadano, para lo cual, en función de sus atribuciones, emite resoluciones y ordenanzas.

El numeral 6, del artículo 264, de la Constitución de la República del Ecuador, en concordancia con el literal f) del artículo 55 del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, establece para los GADs Municipales, entre otras, la siguiente competencia exclusiva: "Planificar, regular y controlar el tránsito y el transporte público dentro de su territorio cantonal", competencia ratificada en el artículo 30.5 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre Transito y Seguridad Vial.

En este contexto, el Consejo Nacional de Competencias, mediante resolución 006-CNC-2012 publicada en el Registro Oficial el 29 de mayo de 2012, transfiere a los gobiernos autónomos descentralizados, metropolitanos y municipales del país la competencia exclusiva de: Planificar, regular y controlar el transporte terrestre, el tránsito y seguridad vial; ubicándolo además al GAD Municipal de Loja, dentro del modelo de gestión A.

En el marco de esta transferencia de competencias, una de las sugerencias emitidas por la Agencia Nacional de Tránsito para el GAD Municipal de Loja, es el de actualizar las funciones de la Unidad Municipal de Tránsito, a las disposiciones de la Constitución de la República del Ecuador, Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial; y, de las resoluciones que emitan los organismos competentes.

Por las razones expuestas y cumpliendo con este requerimiento se pone a consideración del Concejo Municipal de Loja, el proyecto de ordenanza reformatoria al título II, de la

organización, planificación y regulación de tránsito y transporte terrestre del cantón Loja, del código municipal de vía pública, circulación y transporte

1.5. Reglamento de transporte comercial de pasajeros en taxi con servicios convencional y servicio ejecutivo

Art. 394.- De la constitución de la República del Ecuador, establece que la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, expedida por la Asamblea Constituyente, y publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 398 de 7 de agosto del 2008, debe adecuarse a la normativa constitucional, adaptándose a las necesidades de la sociedad con un sistema de transporte eficiente para el servicio de la ciudadanía.

1.5.1. Disposiciones Generales.

Art 1.- El tránsito de vehículos de transporte comercial de pasajeros en taxis dentro del territorio nacional deberá someterse a las normas y requisitos generales que sobre Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial se establece en la ley, este reglamento y demás normas legales.

1.5.2. De la constitución jurídica.

Art 12. De conformidad con lo que ordena el artículo 79 de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, para la constitución jurídica de compañías o cooperativas de taxis, el objeto social será: exclusivo para la prestación del servicio de transporte en el taxi, tanto para el servicio convencional como para el servicio ejecutivo.

1.5.3. Requisitos.

Art. 15.- Los requisitos para la constitución jurídica de las compañías o cooperativas dedicadas a este servicio son los siguientes:

- Solicitud escrita en el formato otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.
- Proyecto de estatuto o minuta, que contenga en su objeto social, claramente establecida la actividad del servicio de transporte de pasajeros en taxi, incluido un CD con esta información.
- Nómina de los socios de la operadora, con sus firmas y rúbricas, número de cédula de identidad y certificado de votación, adjuntando copia de estos documentos.

- Reserva del nombre si se trata de una compañía, aprobado por la Superintendencia de Compañías, actualizado.

1.5.4. Permisos de operación.

Art. 17.- Para la prestación del servicio de transporte de taxi en servicio convencional o ejecutivo, se deberá obtener previamente el permiso de operación , que será otorgado por la Comisión Nacional de Transporte, Tránsito y Seguridad Vial, comisiones provinciales o la Comisión de Tránsito de la Provincia del Guayas, según el domicilio donde se brindará el servicio de transporte.

Art. 18.- En el caso de existir la disponibilidad de cupos, las cooperativas y compañías cumplirán con los requisitos para la concesión del permiso de operación, de conformidad con el procedimiento y formulario expedido por la Comision Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

1.5.5. Operadoras.

Art 23.- Para los efectos de este reglamento se entiende por operadora, a las compañías y cooperativas legalmente constituidas con sujeción a las leyes pertinentes y con permiso de operación vigente otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Art. 24.- Los operadores de transporte terrestre de pasajeros en taxi de servicio convencional y de servicio ejecutivo, además de cumplir con los requisitos para el servicio deberán:

1. Realizar sus declaraciones de impuestos ante el SRI.
2. Mantener un registro de información de cada uno de los socios o accionistas.
3. Realizar el pago de las remuneraciones y de todos los beneficios de ley a los cuales tienen derecho los conductores profesionales, en concordancia con lo que dispone la Disposición General Octava de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.
4. Además garantizar la prestación del servicio las 24 horas y los 365 días del año a fin de precautelar la movilidad de los usuarios.

1.5.6. Conductores.

Art. 25.- A los efectos de este reglamento se entiende por conductor, toda persona mayor de edad, que reuniendo los requisitos legales está en condiciones de manejar un vehículo a motor en la vía publica; que controla o maneja un vehículo remolcado por otro, o que dirige, maniobra o está a cargo del manejo directo de cualquier vehículo.

Art 26.- Los conductores de taxis deberán portar:

- La licencia de conductor profesional vigente.
- Seguro de vehículo que está conduciendo.
- Documento de matriculación vehicular del vehículo que está conduciendo.
- Tarjeta individual de identificación del conductor emitida por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial o sus organismos desconcentrados según su jurisdicción.
- Tarjeta individual de permiso de operaciones de la operadora vigente.

1.5.7. Vehículos que utilizan para el servicio de taxi.

Art 27.- **Definición.-** Taxi es un vehículo de color amarillo destinado al traslado urbano de personas, clasificando 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 establecida en la ley y lo respectivos reglamentos para brindar el servicio establecido.

1.5.8. Características técnicas del vehículo.

Art 28.- Los vehicules deberán reunir las características técnicas de construcción, dimensiones, peso, condiciones de seguridad, comodidad y mantenimiento que establezca el INEN, este reglamento, y demás instructivos, normas técnicas emitidas por la Comisión de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial.

1.6. Calidad de servicio a los clientes

1.6.1. Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Transito y Seguridad Vial.

La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector, lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización.

En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

1.6.2. Plan Nacional del Buen Vivir.

El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito.

La planificación del Buen Vivir, como su línea rectora, es contraria a la improvisación, que genera enormes costos a una sociedad con escasez de recursos. Si sabemos a dónde vamos, llegaremos más rápido, porque sabremos como sortear los obstáculos que se presenten.

En el presente trabajo, se analizara el objetivo 3 del Plan del Buen Vivir que es mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. Para

su logro, este objetivo plantea mejorar la calidad y calidez de los servicios sociales de atención, garantizar la salud de la población desde la generación de un ambiente y practicas saludables; fortalecer el ordenamiento territorial, considerando la capacidad de acogida de los territorios y el equilibrio urbano-rural para garantizar el acceso a un hábitat adecuado y una vivienda digna; avanzar en la gestión integral de riesgos y fomentar la movilidad sustentable y segura.

1.6.3. Ley de Defensa del Consumidor.

La Ley de Defensa del Consumidor, protege a los ciudadanos ecuatorianos que son víctimas permanentes de todo tipo de abusos por parte de empresas públicas y privadas de las que son usuarios y consumidores.

Dispuesto por el numeral 7 del artículo 23 de la Constitución Política de la República, es deber del Estado garantizar el derecho a disponer de bienes y servicios públicos y privados, de óptima calidad; a elegirlos con libertad, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.

De acuerdo artículo 92 de la Constitución Política de la República dispone que la ley establezca los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios y por la interrupción de los servicios públicos no ocasionados por catástrofes, caso fortuito o fuerza mayor, y las sanciones por la violación de estos derechos.

Las disposiciones de la presente Ley son de orden público y de interés social, sus normas por tratarse de una ley de carácter orgánico, prevalecerán sobre las disposiciones contenidas en leyes ordinarias. En caso de duda en la interpretación de esta Ley, se la aplicará en el sentido más favorable al consumidor.

El objeto de esta Ley es normar las relaciones entre proveedores y consumidores promoviendo el conocimiento y protegiendo los derechos de los consumidores y procurando la equidad y la seguridad jurídica en las relaciones entre las partes.

1.7. Análisis FODA

Según (Flores, 2010), el cuál describe al análisis FODA como “una herramienta útil para determinar las verdaderas posibilidades que tiene un proyecto para alcanzar los objetivos que se había establecido inicialmente, ver la dimensión de los obstáculos que deberán afrontar”, explotar más eficazmente los factores positivos, neutralizar y eliminar el efecto de los factores negativos analizando las fortalezas oportunidades debilidades y amenazas.

Las fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Las oportunidades son aquellas situaciones externas, positivas, que se generan en el entorno y que una vez identificadas pueden ser aprovechadas.

Las debilidades son problemas internos, que una vez identificados y desarrollando una adecuada estrategia, pueden y deben eliminarse.

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearla.

En base a las encuestas realizadas a los usuarios, observación y reuniones realizadas con algunos representantes del gremio, se realiza el siguiente análisis FODA.

Fortalezas

- Aplicación de la tarifa de la carrera mínima, establecida por el GAD Municipal de Loja.
- Los vehículos cuentan con botón de pánico tanto para conductores y clientes en caso de emergencia, o situaciones de peligro, lo que genera seguridad.
- Servicio muy utilizado para trasladarse de un lugar a otro.

Debilidades

- Disminución de clientes, por el incremento de la competencia formal e informal.
- Falta de interés de capacitarse por parte de los taxistas.
- Dificultad para brindar un buen servicio en horas pico.

- Falta de programas para el mejoramiento del servicio, por parte de los directivos de las cooperativas.
- Inestabilidad laboral, ya que algunos taxistas no son propietarios de las unidades.
- Servicio catalogado como regular

Oportunidades

- Acceder a capacitaciones
- Mejorar el acondicionamiento de las unidades y presentación de los choferes.
- Innovación constante en el servicio
- Vías en buen estado
- Brindar nuevos servicios.
- Generar ingresos por publicidad móvil y servicios de recorridos turísticos.
- Fácil accesibilidad a la tecnología.

Amenazas

- Inseguridad
- Incremento de costos de repuestos para vehículos.
- Entrada de nuevos competidores formales e informales.
- Rigurosidad de las leyes de tránsito

1.8. Análisis de la Matriz Porter

Fuerzas Porter

El análisis Porter es el sistema que permite analizar de forma completa a la competencia. Este análisis se basa en 5 Fuerzas. (Baena, E., Sanchez, J., Montoya O., 2003)

1. Rivalidad entre las empresas competidoras
2. Entrada potencial de nuevo competidores
3. Desarrollo potencia de productos sustitutos
4. Poder de negociación de proveedores
5. Poder de negociación de consumidores.

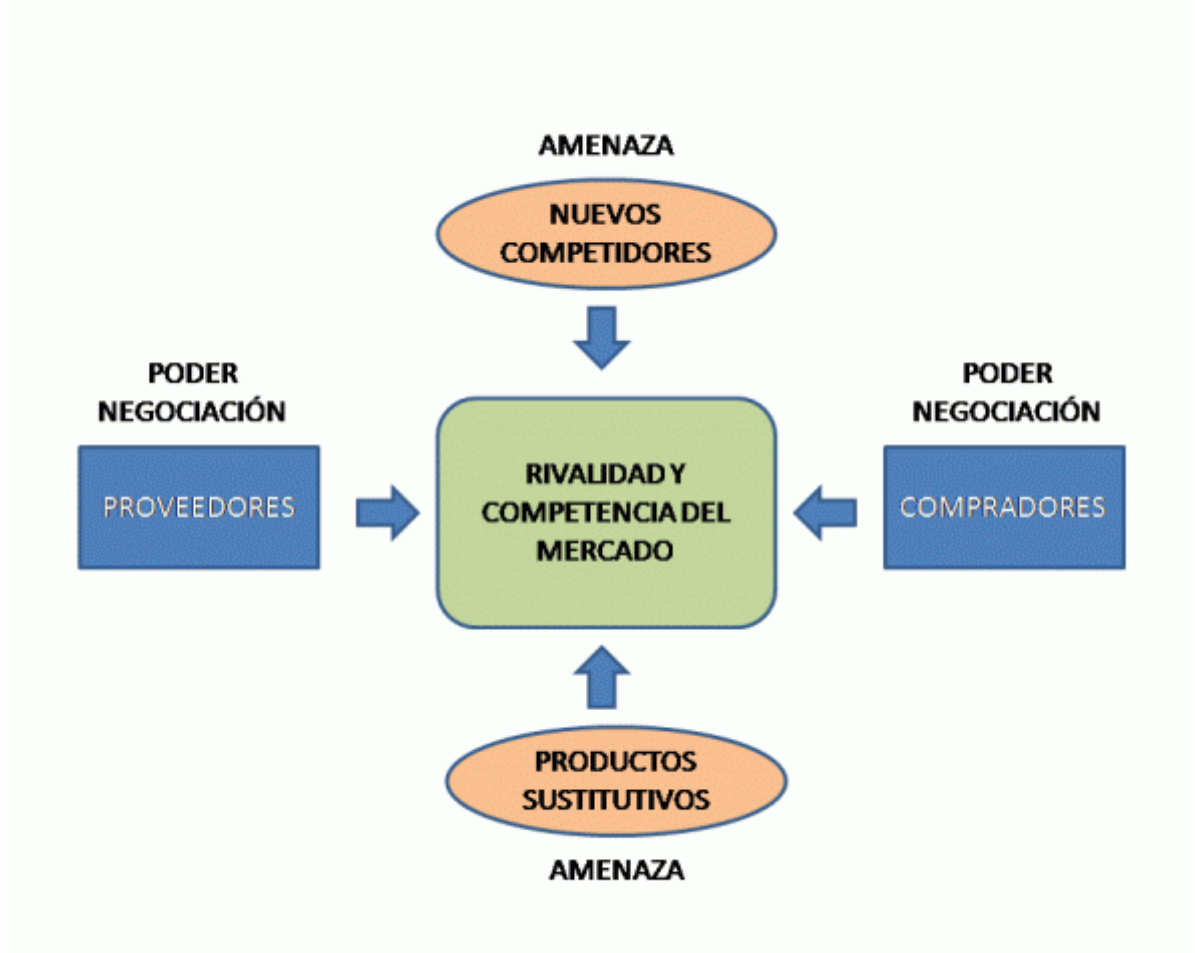

Figura 1 Las cinco fuerzas competitivas de Porter.
Fuente: Michael Porter (1997)
Elaboración:

Rivalidad entre las empresas que compiten

Este es el elemento más determinante del modelo de Porter . Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector. (Baena et al, 2003)

Para el caso del servicio de taxis en la ciudad de Loja, la rivalidad viene dada por:

- La existencia de 1667 taxis formales en la ciudad Loja de los cuales 456 son taxis ejecutivos y 1211 taxis convencionales. (Agencia Nacional de Transito., 2013)
- La existencia de taxis informales, que no cuentan con ningún permiso para realizar esta actividad.

Esto significa que existe una elevada competencia por brindar el servicio, lo que origina que los usuarios tengan medios alternativos de escoger un competidor.

Entrada potencial de nuevos competidores

El ingreso de nuevos competidores al sector depende del tipo y nivel de barreras para la entrada. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector. En el caso de que haya beneficios superiores a la media en el sector, atraerá mayor número de inversionistas, aumentando la competencia y, en consecuencia, bajando la rentabilidad media del sector. El número de competidores potenciales estará condicionado a las barreras de entrada existentes y a la capacidad de represalia de las empresas pertenecientes del sector. (Baena, E., Sanchez, J., Montoya O., 2003)

- En el desarrollo de la investigación se pudo notar que la entrada potencial de nuevos competidores está limitado por el GAD Municipal de Loja, ya que no permite la creación de nuevas cooperativas de taxis formales, por lo que no se puede emitir más permisos de operación ni incremento de cupos en las mismas.
- Esto ha ocasionado que, nuevos taxis informales o personas particulares que deseen realizar esta actividad económica, corriendo el riesgo de ser sancionados y detenidos por la Agencia de Nacional Transito (ANT)

Desarrollo potencial de productos sustitutos

Los bienes sustitutos son los productos que realizan las mismas funciones del producto en estudio. Representan una amenaza para el sector, si cubren las mismas necesidades a un precio menor, con rendimiento y calidad superior. (Baena, E., Sanchez, J., Montoya O., 2003)

Se considera un servicio sustituto al:

- Sistema Intermodal Transporte Urbano (SITU), que lo presta a un menor costo que los taxis, pero su desventaja es que tienen una ruta definida y poca comodidad

Poder de negociación de proveedores

Los proveedores definen en parte el posicionamiento de una empresa en el mercado de acuerdo a su poder de negociación con quienes les suministran los insumos para la producción de sus bienes. (Baena, E., Sanchez, J., Montoya O., 2003)

Para el servicio de taxis de la ciudad de Loja, los proveedores tienen una ventaja, ya que los precios de los insumos no están regulados, como la tarifa por carrera mínima. Sin embargo se señala algunas alternativas que el servicio de taxis ha logrado con los proveedores:

- Las gasolineras, proveen el principal insumo para su funcionamiento, por existir una gran competencia, se puede sacar línea de crédito a 30 días.
- Tecnicentros y lubricadoras que nos brindan el servicio de venta de llantas, balanceo, alineación, frenos, cambio de aceites, etc. Se puede obtener grandes ventajas con promociones, línea de crédito que benefician a los taxistas
- Talleres automotrices, para reparaciones de los vehículos y venta de repuestos en caso de necesitar, por existir amplia gama de lugares se puede obtener precios bajos, promociones y líneas de créditos.
- Concesionarios en caso de querer obtener un vehículo nuevo y para el mantenimiento del mismo.

Poder de negociación de los consumidores

El poder de negociación que tienen los compradores o clientes con las empresas que producen un bien o servicio. El análisis de esta fuerza debe hacerse en dos dimensiones: Sensibilidad al precio y poder de negociación. (Baena, E., Sanchez, J., Montoya O., 2003)

El poder de negociación de los consumidores, es muy alto, se debe a que ellos deciden si toman o no el servicio de taxis, o sustituirlo. Además, el costo por carrera mínima lo establece el GAD Municipal, por lo tanto el poder de los consumidores viene determinada por la decisión de usar o no el servicio.

Para lograr su preferencia al servicio de taxis, se debe basar en la calidad de servicio, en donde su satisfacción personal, tranquilidad y comodidad sea lo más importante y a una tarifa justa, y lograr en un futuro posesionarse en la mente de los consumidores.

CAPITULO 2

EVALUACIÓN DEL SERVICIO DE TAXIS EN LA CIUDAD DE LOJA

2.1. Metodología de la investigación

2.1.1. Población.

Según el Instituto Nacional Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (2010), la población urbana de Loja es de 170.280 habitantes.

Tabla 1. Población urbana de la ciudad de Loja

	NOMBRE DE PARROQUIA	URBANO	RURAL	**Total**
LOJA	CHANTACO	-	1.177	1.177
	CHUQUIRIBAMBA	-	2.466	2.466
	EL CISNE	-	1.628	1.628
	GUALEL	-	2.060	2.060
	JIMBILLA	-	1.114	1.114
	LOJA	170.280	10.337	180.617
	MALACATOS (VALLADOLID)	-	7.114	7.114
	QUINARA	-	1.384	1.384
	SAN LUCAS	-	4.673	4.673
	SAN PEDRO DE VILCABAMBA	-	1.289	1.289
	SANTIAGO	-	1.373	1.373
	TAQUIL (MIGUEL RIOFRIO)	-	3.663	3.663
	VILCABAMBA (VICTORIA)	-	4.778	4.778
	YANGANA (ARSENIO CASTILLO)	-	1.519	1.519
	Total	170.280	44.575	214.855

Fuente: INEC (2010)
Elaboración: Autora

2.2. Cálculo de la muestra

Para el cálculo de la muestra, se realiza la fórmula para muestras finitas:

En donde:
Z= Margen de confiabilidad: 1.96 (95%)
p= probabilidad de que ocurra el evento: 0.5
q= probabilidad de que no ocurra el evento: 0.5
d= error de estimación: 6% (0.06)
N= población

$$n = \frac{z^2 Npq}{d^2(N-1) + Z^2\, pq}$$

$$n = \frac{(1.96)^2(170280)(0.5)(0.5)}{0.06^2(170280-1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 278$$

El resultado de la muestra es de 278 encuestas, las mismas que se realizará a la ciudadanía lojana que utiliza el servicio de taxi, entre mujeres y hombres de 18 años en adelante.

2.3. Análisis de resultados

Encuestas realizadas a la población urbana de la ciudad de Loja.

A continuación se presenta la información sobre la edad de los usuarios que fueron encuestados y utilizan el servicio de taxi en la ciudad de Loja.

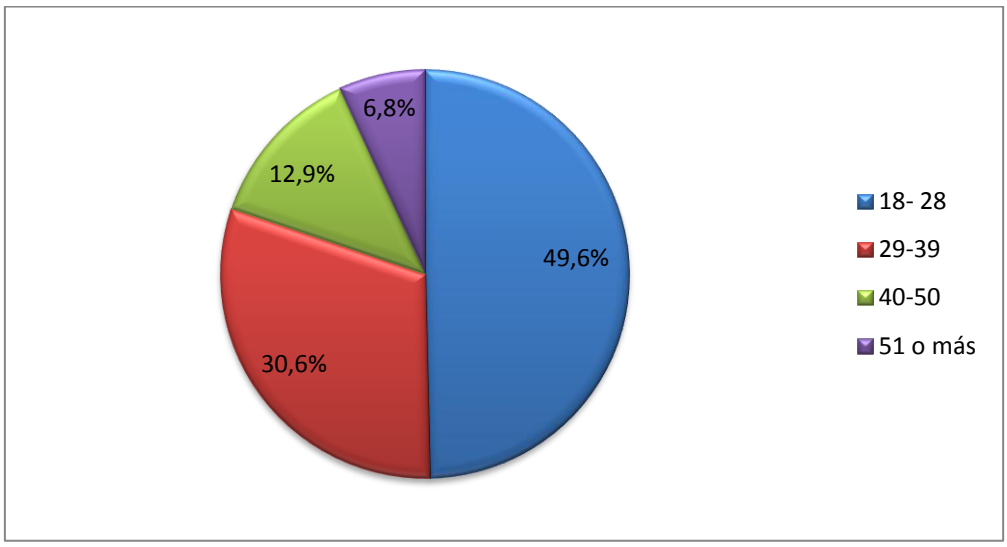

Figura 2 Edad
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De acuerdo a la figura 1, el 80,2% de los encuestados son personas entre los 18 y 39 años de edad, los cuales se dedican a trabajar y estudiar, utilizan el servicio de taxi, por ser un medio de transporte fácil y seguro de movilizarse.

La siguiente figura, nos indica el género de los usuarios que más utilizan el servicio de taxis:

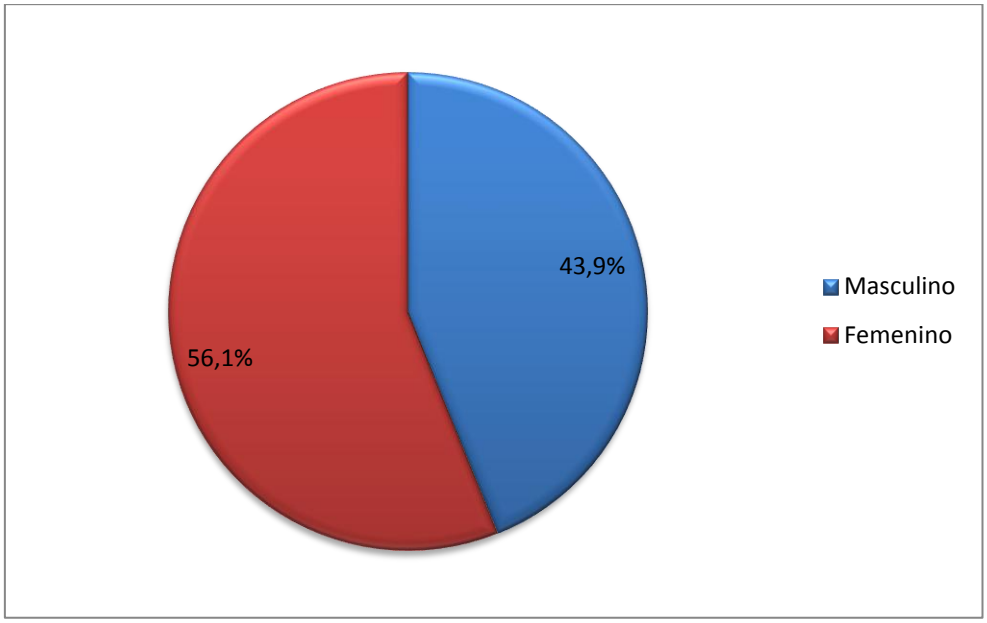

Figura 3 Género
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

En la figura 2, se puede observar que las mujeres son las que más utilizan el servicio de taxi, por ser más seguro y cómodo.

Los medios de transporte utilizados en la ciudad de Loja, se indican en la siguiente figura:

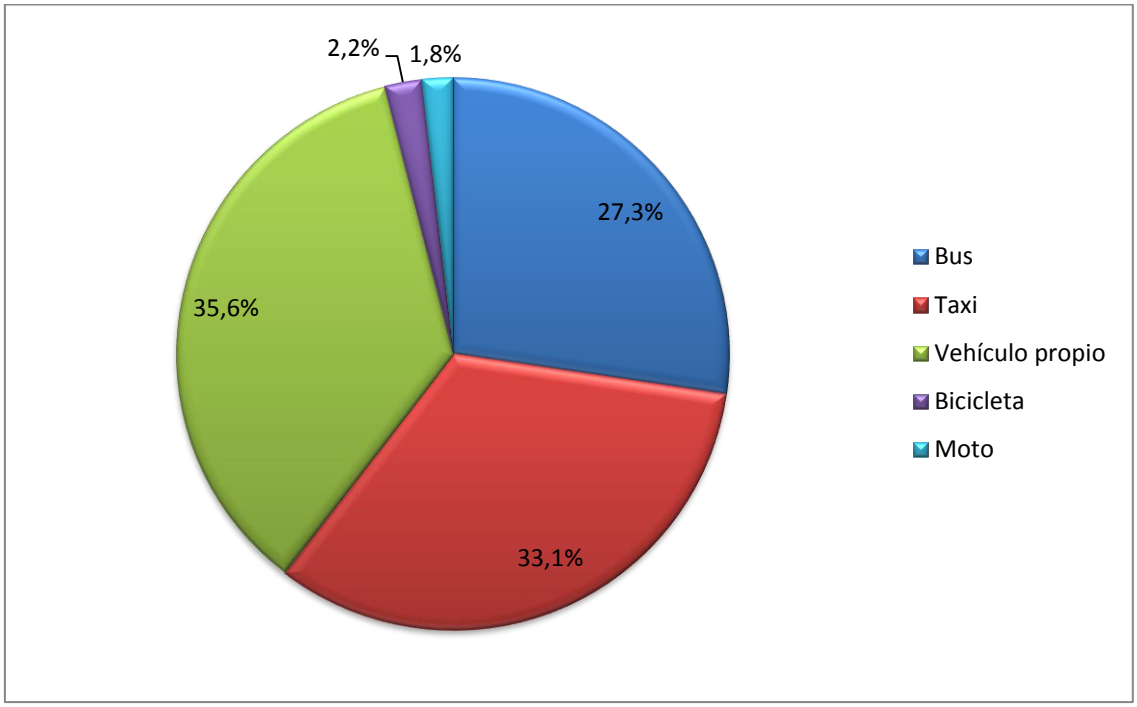

Figura 4 Medios de transporte
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

El medio de transporte más utilizado en la ciudad de Loja, por ser más cómodo y seguro es el vehículo propio (35,6%); seguido por el taxi (33,1%) por ser un medio de transporte rápido, que ayuda a ahorrar tiempo y dejar en un lugar exacto; la tercera parte de las personas utilizan bus (27,3%), potenciales usuarios del servicio de taxi, por ser un medio de transporte con tarifa económica.

La siguiente figura indica la clase de taxi más utilizado en la ciudad de Loja:

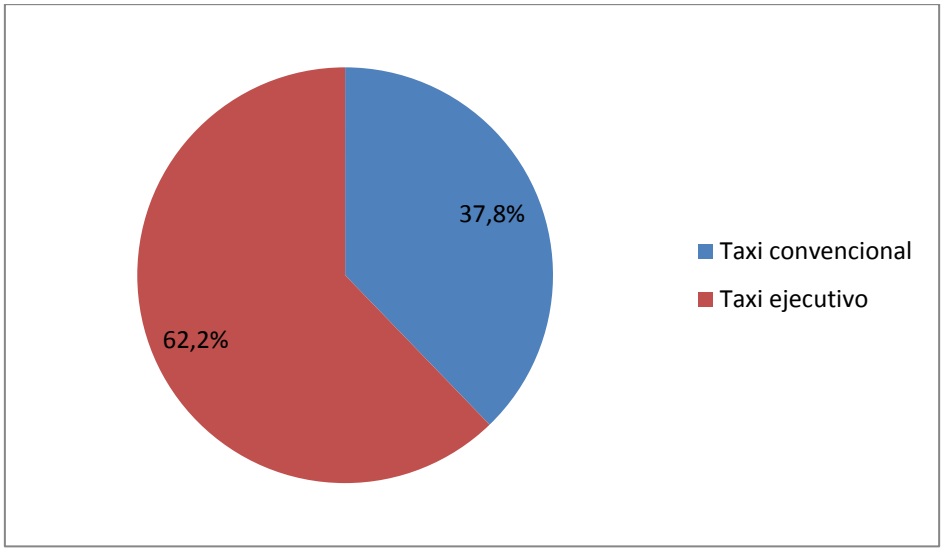

Figura 5 Clase de taxis utilizado.
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

El servicio de taxi más utilizado en la ciudad de Loja, de acuerdo a las encuestas el 62,2% es el taxi ejecutivo, el 37,8% el taxi convencional.

A continuacion se indica porque es preferido el servicio de taxis en la ciudad de Loja:

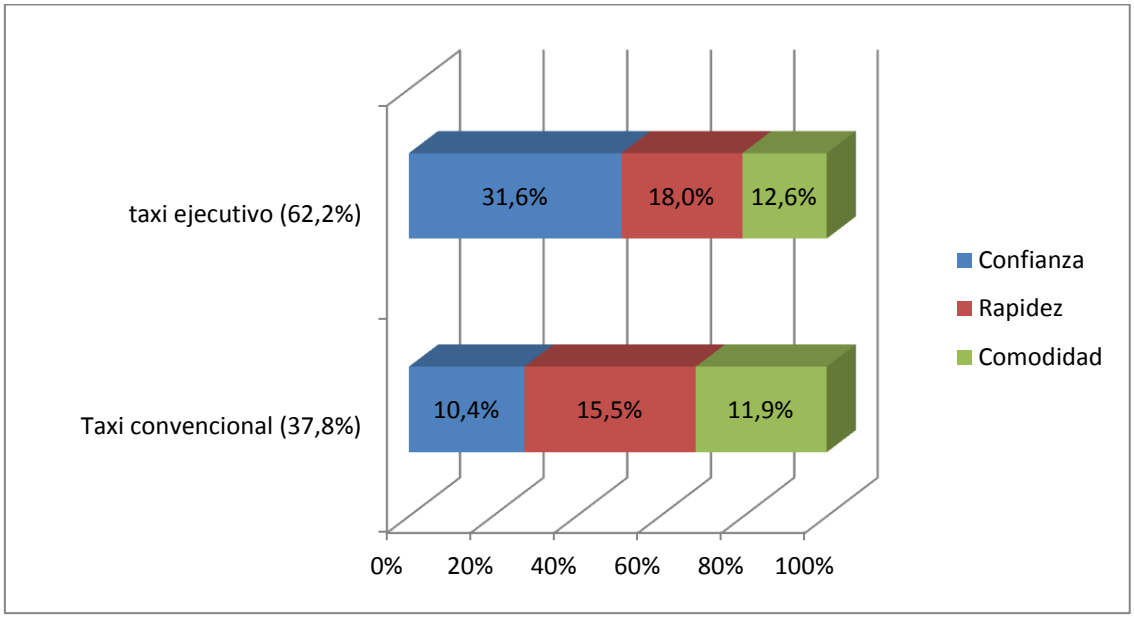

Figura 6 Preferencia del taxi convencional, ejecutivo.
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

Del total encuestado, del 37,8% las personas que prefieren utilizar el taxi convencional, el 15,5% por rapidez, porque a este tipo de taxi se lo encuentra a la mano, el 11,9% por comodidad y el 10,4% lo utilizan por confianza.

De las 278 personas encuestadas, el 62,2% las personas que prefieren utilizar el taxi ejecutivo, el 18% por rapidez, porque se encuentra este tipo de taxi en sus paradas establecidas y al solicitarlo nos dan un tiempo en el que llega el taxi a nuestro domicilio; el 31,6% lo utilizan por confianza, porque este tipo de taxi va al domicilio del cliente y se lo solicita a través de una llamada y nos dan la referencia del taxi que recoge al cliente y el 12,6% por comodidad**,** porque se lo espera en el domicilio sin necesidad de irlo a buscar en la calle.

Los motivos por los que los usuarios utilizan el servicio de taxi, son los siguientes:

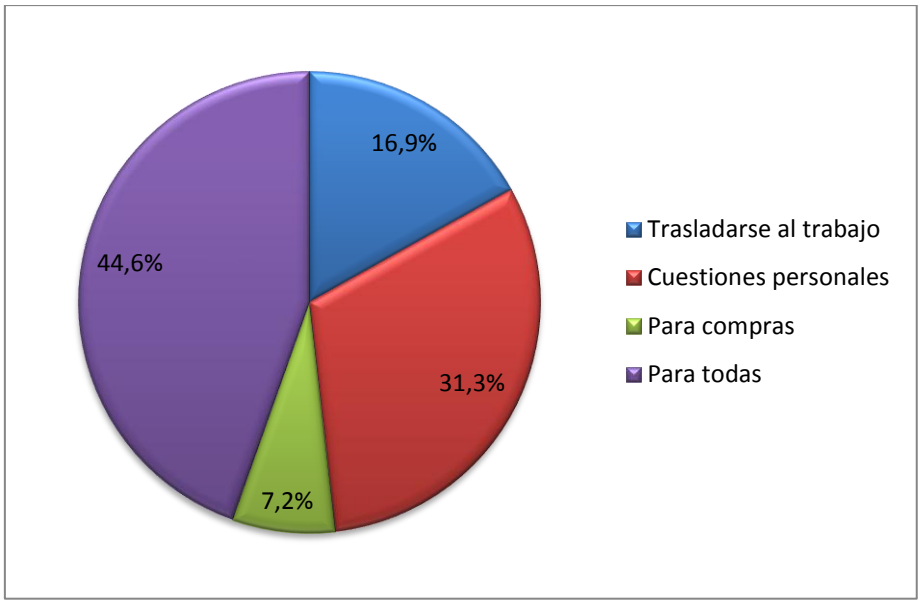

Figura 7 Utilizar el servicio de taxi
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

El servicio de taxi es utilizado por la ciudadanía lojana, para trasladarse al trabajo, realizar cuestiones personales, como trasladar a la familia, realizar trámites en entidades públicas y privadas, para compras los fines de semana llevar los productos adquiridos en los mercados. En conclusión la mayoría de los encuestados (55,4%), utiliza el taxi para atender fines personales y familiares.

Los resultados de la frecuencia del uso del servicio de taxis, se los presenta a continuación:

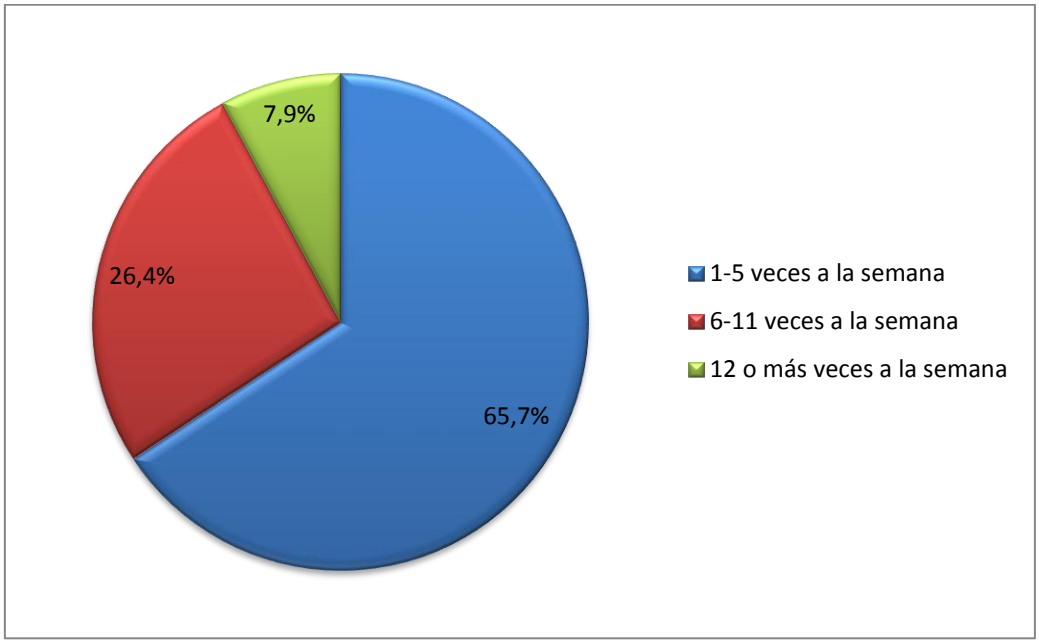

Figura 8 Utiliza semanalmente el taxi
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

La de las personas encuestadas el 65,7%, utilizan semanalmente los servicios de taxis de 1- 5 veces, esto demuestra que existe demanda de este servicio, por lo que es necesario mejorar la atención de los usuarios.

De igual manera, a los encuestados les desagradan los siguientes aspectos presentados en la figura:

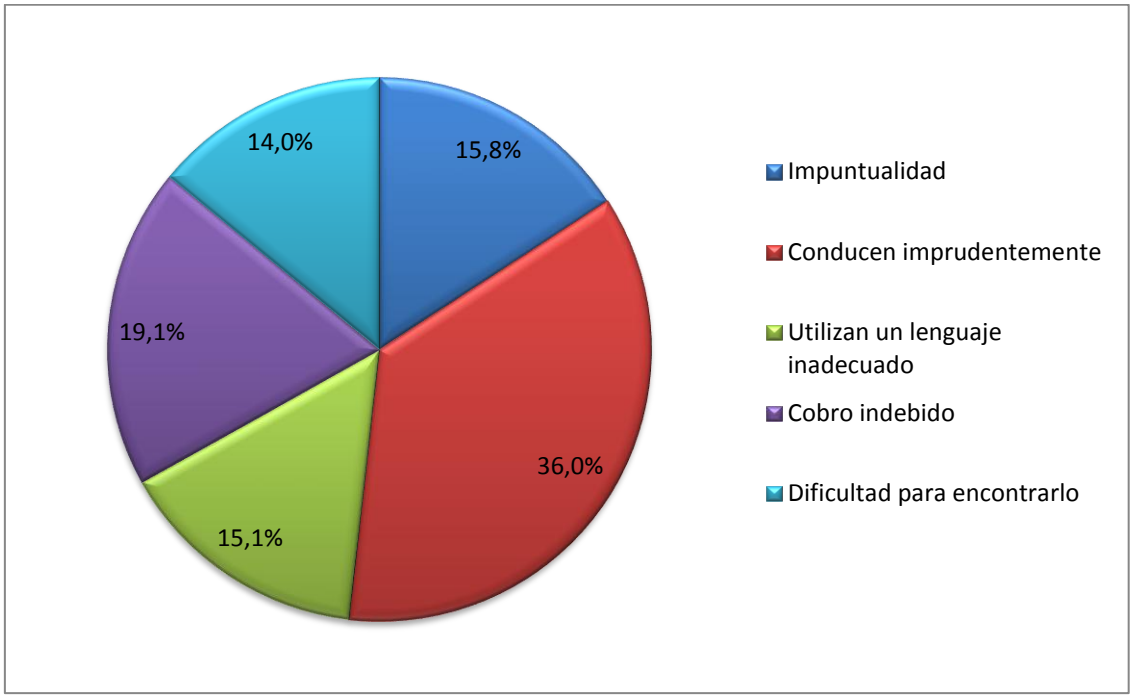

Figura 9 Aspectos que desagradan el servicio de taxi
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

Más de la tercera parte de las personas (36%), les desagrada el conducir imprudentemente de los choferes que prestan el servicio de taxi, incluso llegan a ocasionar accidentes debido a su imprudencia; el restante realizan cobro indebido de su servicio (19%), por lo que es un aspecto que desagrada a las personas, no utilizan el taxímetro y cobran lo que les parece afectando al consumidor; además a las personas les desagrada la impuntualidad de los taxistas al solicitar su servicio(15,8%), sobretodo del radio taxi que demora al llegar a recoger al cliente; también a las personas les desagrada que el chofer de los taxis utilicen un lenguaje inadecuado con otros choferes (15%), insultándose con palabras soeces: además a las personas les desagrada la dificultad para encontrar un taxi (14%), sobretodo en horas pico, a las 7:00, 12:00 y 18:00.

Los usuarios que utilizan el servicio de taxis, califican el servicio de la siguiente manera:

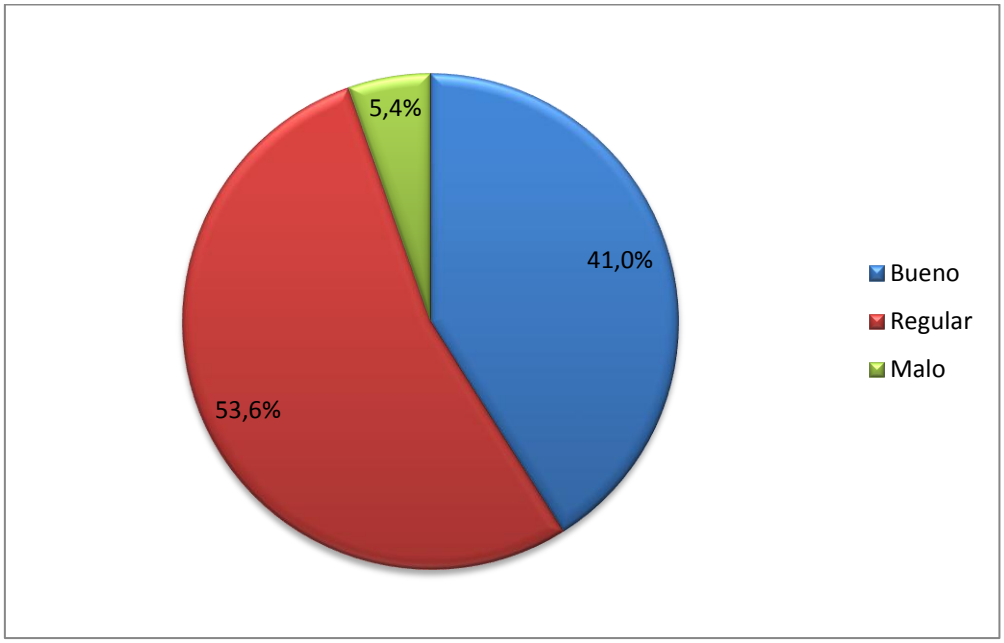

Figura 10 Calificación al servicio de taxis
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De las 278 personas encuestadas, la mayoría (53,6%) de las personas califican al servicio de taxi como regular por el servicio que prestan los señores taxistas, el volumen de la música del vehículo es muy alta, cobros indebidos de quienes no utilizan el taxímetro, preguntan a qué lugar se dirige el cliente para llevarlo o no, el resto de las personas califican como bueno este servicio porque existe excepciones de señores taxistas que si se dedican a prestar un servicio de calidad (41%).

En la siguiente figura, se muestra los servicios que deben mejorar los taxis para brindar un mejor servicio:

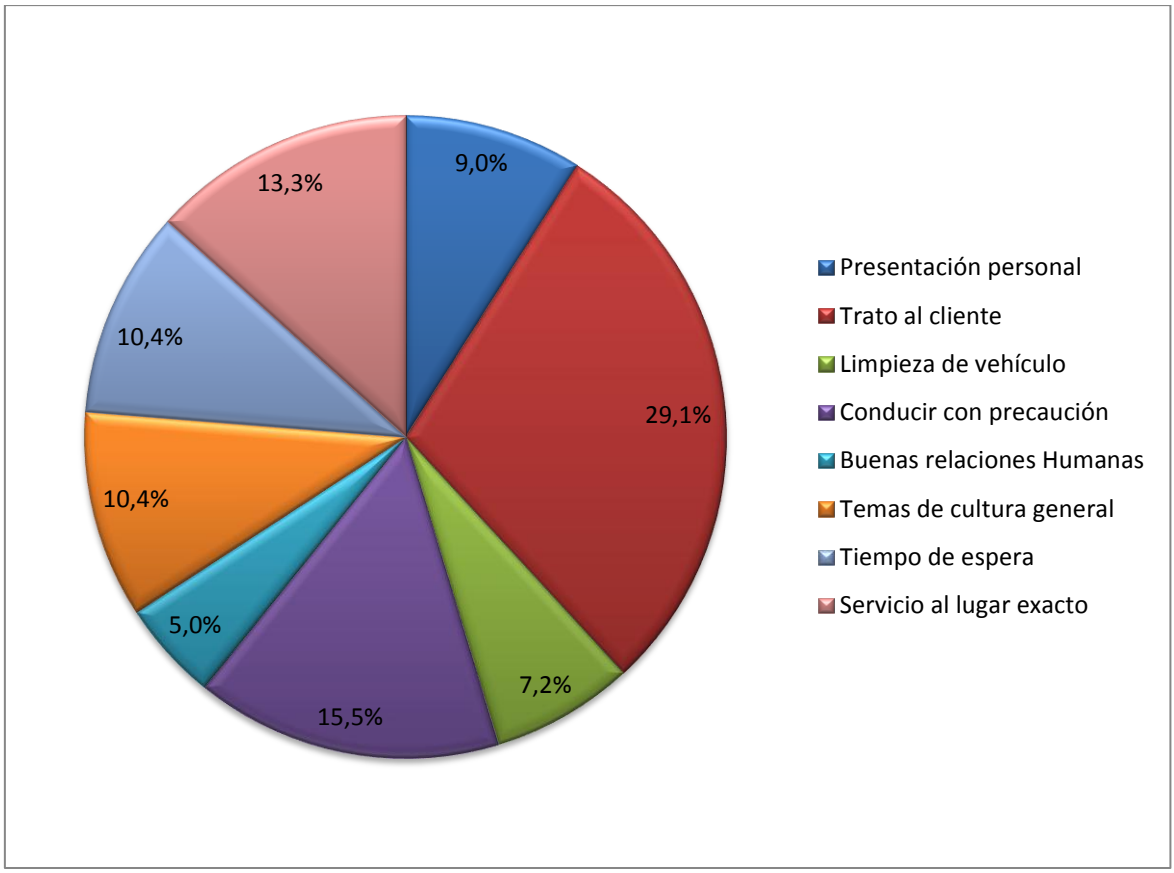

Figura 11 Servicios que deben mejorar los taxis.
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De las 278 personas encuestadas, el 29% de las personas consideran que para mejorar el servicio deben enfocarse en mejorar el trato al cliente, desde el momento que ingresa al vehículo un saludo cordial para que se sienta cómodo y a gusto, mostrar la mejor versión de la persona a sus clientes, ser amable, agradecer por utilizar el servicio; el 15,5% consideran que los choferes deben conducir con precaución para sentirse más seguras al utilizar el taxi, sin tener miedo de que en algún momento choque contra otro vehículo incluso lleguen a perder la vida, con el mismo porcentaje las personas consideran que es muy importante que el taxi los deje en el lugar exacto donde se solicitó el servicio, sin excusas por el tráfico; con un 10% las personas consideran que el tiempo de espera debe disminuir al solicitar un taxi; así mismo deben mejorar en temas de cultura general, el 9% considera que la presentación personal del chofer es importante, y un 5% de las personas considera que las buenas relaciones humanas deben ser mejoradas por los señores taxistas.

A continuación, los usuarios indican los servicios que les gustaría que brinden los taxistas en la ciudad de Loja:

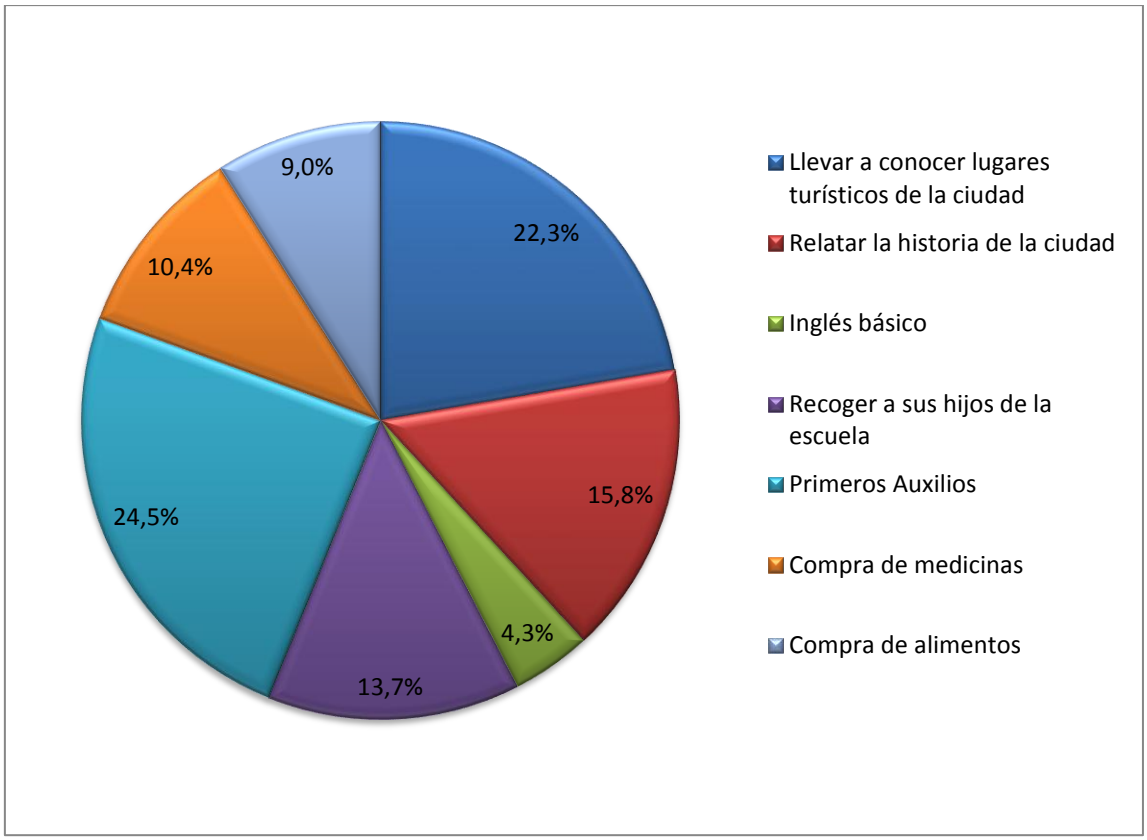

Figura 12 Servicios que les gustarían que brinden los taxis
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De las 278 personas encuestadas, les gustaría que brinden servicios adicionales los señores taxistas, el 22,3% llevar a conocer lugares turísticos de la ciudad, como la puerta de la ciudad, los parques de la ciudad, senderos, zoológico, iglesias, miradores, incluso Malacatos, Vilcabamba, y los cantones de la ciudad, fomentando así el turismo de Loja; así mismo el 24,5% es muy importante que se capaciten en primeros auxilios, y prestarlos en un momento de emergencia, el 15,8% de las personas les gustaría que los taxistas relaten la historia de la ciudad, su fundación, su independencia, fechas importantes de la ciudad; el 13,7 de las personas les gustaría que recojan a sus hijos de la escuela, por falta de tiempo sus padres no pueden recogerlos; el 10,4% de las personas les gustaría que presten el servicio de compra de medicinas que ya es de gran ayuda para los que no tienen vehículo propio, el 9% les gustaría la compra de alimentos y el 4,3% le gustaría que los señores taxistas sepan ingles básico para las personas extranjeras.

Los usuarios toman o no en cuenta el nombre de la cooperativa a la que pertenece el taxi en el que se trasladan, se presenta a continuación:

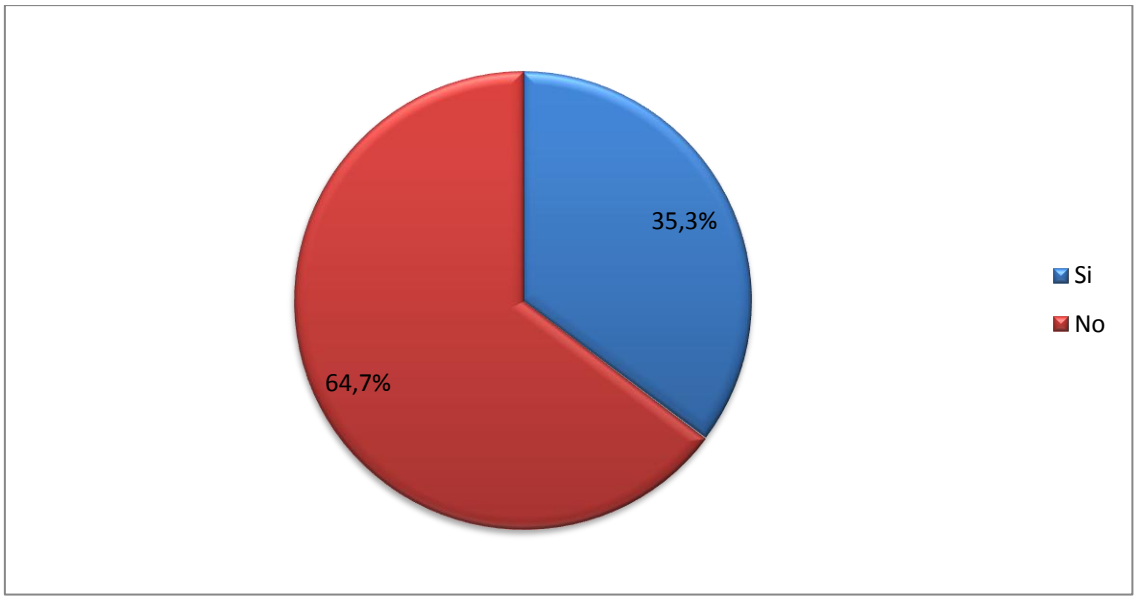

Figura 13 Cooperativa que pertenece al momento de trasladarse
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De las personas encuestadas el 64,7%, no toman en cuenta a que cooperativa pertenece el taxi en el que se trasladan al lugar de su destino porque a muchas veces por costumbre toman el que pasa ese momento, por lo que se puede afirmar que no existe posicionamiento en el tema de cooperativas.

Posteriormente se indica las cooperativas conocidas por los usuarios:

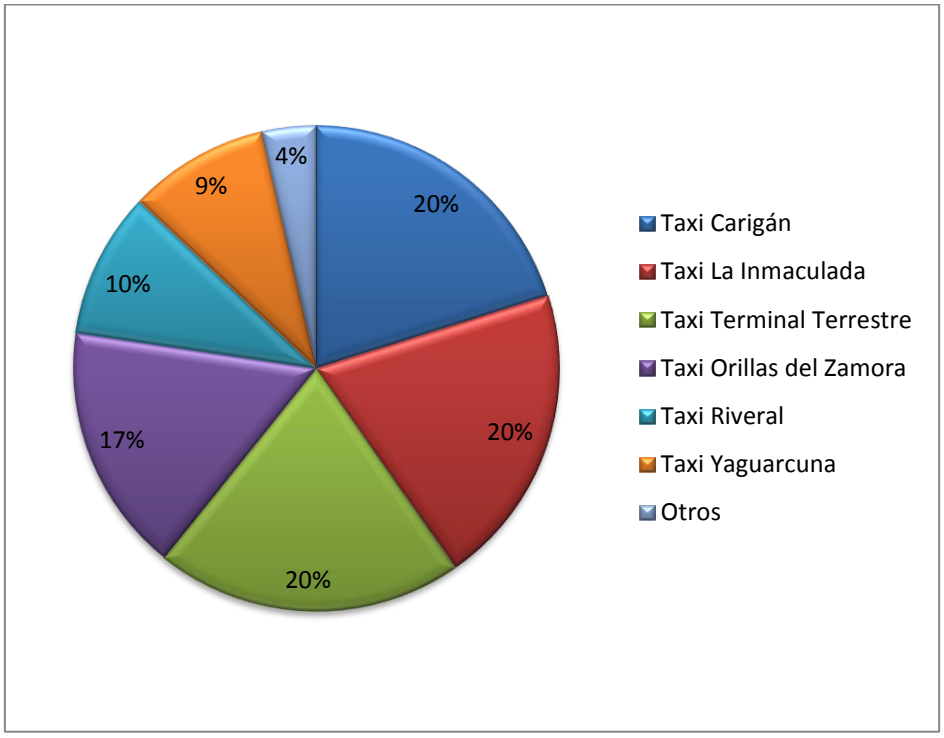

Figura 14 Cooperativas de taxis más conocidas en la ciudad de Loja
Fuente: Encuesta directa
Elaborado: Katherine Guzmán

De acuerdo a la figura 14, no existe posicionamiento en las personas encuestas, porque no tienen preferencia por el servicio de alguna cooperativa de taxis, ya que utilizan el que está a primera mano.

2.4. Matriz FODA

En base al análisis FODA presentado en el capítulo anterior numeral 1.7; el análisis Porter presentado en el numeral 1.8; y el estudio de mercado, a continuación se establecen las estrategias que servirán de ayuda para mejorar el servicio de taxis en la ciudad de Loja.

Tabla 2 Matriz FODA

MATRIZ FODA	**FORTALEZAS – F**	**DEBILIDADES – D**
	1. Aplicación de la tarifa de la carrera mínima, establecida por el GAD Municipal de Loja. 2. Los vehículos cuentan con botón de pánico tanto para conductores y clientes en caso de emergencia, o situaciones de peligro, lo que genera seguridad. 3. Servicio muy utilizado para trasladarse de un lugar a otro. 4. Facilidad para prestar servicios adicionales.	1. Disminución de clientes, por el incremento de la competencia formal e informal. 2. Falta de interés de capacitarse por parte de los taxistas 3. Dificultad para brindar un buen servicio en horas pico. 4. Falta de programas para el mejoramiento del servicio, por parte de los directivos de las cooperativas. 5. Rotación alta de personal, ya que algunos taxistas no son propietarios de las unidades. 6. Servicio catalogado como regular

OPORTUNIDADES – O	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
1.Acceder a capacitaciones 2. Mejorar el acondicionamiento de las unidades y presentación de los choferes. 3.Innovación constante del servicio 4. Vías en buen estado 5. Brindar nuevos servicios 6. Generar ingresos por publicidad móvil y servicios de recorridos turísticos. 7. Fácil accesibilidad a la tecnología. 8. Poder de negociación con los proveedores	• Incrementar el uso del taxi en la ciudad de Loja, aprovechando las nuevas tecnologías de información.(F3;O7 • Establecer rutas de servicios, frecuentes a lugares periféricos.(F3;O4) • Establecer paquetes de recorrido a lugares turísticos de la ciudad (F3;06) • Ubicar en las unidades cargadores de celular. (F4;O7) • Ofrecer música suave y un volumen adecuado. (F4;O2) • Incrementar el número de vehículos apropiados para llevar mujeres embarazadas, asientos de niños y personas con capacidades especiales. (F3;O2)	• Crear un programa de atención al cliente para optimizar el servicio brindado, con capacitaciones en inglés básico, relaciones humanas, primeros auxilios, asistencia mecánica, defensa personal, turismo y gastronomía.(D2;A5) • Los directivos de las cooperativas deben establecer un programa de capacitación anual a los socios, dentro de su plan de trabajo(D4;O1) • Formar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, hosterías y bares, que permitan incrementar los clientes para el servicio de taxis (D1; O6) • Brindar publicidad móvil para promocionar productos de

	• Ofrecer prensa escrita a los usuarios.(F4;O5)	empresas interesadas, ya sea en la parte interna o externa del vehículo.(D4;O6)
AMENAZAS – A	**ESTRATEGIA FA**	**ESTRATEGIA DA**
1. Inseguridad 2. Incremento de costos de productos complementarios, ejm: repuestos para vehículos. 3. Entrada de nuevos competidores formales e informales 4. Rigurosidad de las leyes de tránsito. 5. Preferencia del servicio sustituto SITU, por prestar un servicio a menor costo.	• Informar a la ciudadanía acerca de los servicios que ofrece las cooperativas en el tema de seguridad. (F2;A1) • Realizar una campaña de concientización a los taxistas para el uso del taxímetro. (F1:A5)	• Capacitar a los dueños y choferes, sobre la ley de tránsito, conducir con precaución, uso del cinturón de seguridad, el exceso de ruido ocasionado por el pito, exceso de velocidad y sus consecuencias. (D5; A1; A4).

Fuente: Autora
Elaboración: Katherine Guzmán M.

CAPITULO 3

Plan estratégico de fortalecimiento organizacional

3.1. Introducción a la Propuesta

Una vez realizado el análisis externo, análisis interno, e investigación de mercados; los mismos que permiten identificar las oportunidades, las amenazas, las fortalezas y las debilidades del servicio que prestan las cooperativas de taxis de la ciudad de Loja, se procede a efectuar la propuesta de un plan de fortalecimiento.

La siguiente propuesta tiene como fin implementar objetivos estratégicos que ayuden a mejorar el servicio de las cooperativas de taxis en la ciudad de Loja, y así lograr la satisfacción de sus clientes.

3.2. Misión

- Prestar un servicio de transporte público, el taxi; con excelencia y calidad, basado en la satisfacción de los clientes de la ciudad de Loja.

3.3. Visión

- Por medio de un servicio de calidad, convertirse en el medio de transporte más utilizado en la ciudad de Loja.

3.4. Valores Institucionales

De acuerdo al análisis de mercado, se han planteado los siguientes valores instituciones para el servicio de taxi, en donde se fundamentará los objetivos que se quieren alcanzar, para lograr la satisfacción de sus clientes.

- Respeto
- Responsabilidad
- Seguridad e higiene
- Disposición de servicio
- Honradez
- Calidad
- Solidaridad
- Compromiso

3.5 Determinación de objetivos estratégicos

Al realizar el análisis de las estrategias para mejorar el servicio del taxi, se plantea los siguientes objetivos estratégicos, en los cuales el Plan de fortalecimiento del servicio de taxis en la ciudad de Loja, se llevara a cabo:

- Capacitar a los profesionales en al menos 5 cursos anuales, para hacer prestación de servicios de calidad a sus clientes.
- Brindar seguridad a la ciudadania, para incrementar en el 10% el servicio de taxi.
- Incrementar el nivel de satisfacción en la calidad del servicio a la ciudadanía, en un 10%.
- Incrementar el uso del taxi en la ciudad de Loja, ofreciendo nuevos servicios en un 10%

3.6 Determinación de estrategias

- Incrementar el uso del taxi en la ciudad de Loja, aprovechando las nuevas tecnologías de información.
- Establecer rutas de servicios, frecuentes a lugares periféricos.
- Establecer paquetes de recorrido a lugares turísticos de la ciudad
- Ubicar en las unidades cargadores de celular.
- Ofrecer música suave y un volumen adecuado.
- Incrementar el número de vehículos apropiados para llevar mujeres embarazadas, asientos de niños y personas con capacidades especiales.
- Crear un programa de atención al cliente para optimizar el servicio brindado, con capacitaciones en inglés básico, relaciones humanas, primeros auxilios, asistencia mecánica, defensa personal, turismo y gastronomía.
- Los directivos de las cooperativas deben establecer un programa de capacitación anual a los socios, dentro de su plan de trabajo
- Formar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, hosterías y bares; que permitan incrementar los clientes para el servicio de taxis.
- Brindar publicidad móvil para promocionar productos de empresas interesadas, ya sea en la parte interna o externa del vehículo.
- Informar a la ciudadanía acerca de los servicios que ofrece las cooperativas en el tema de seguridad.

- Realizar una campaña de concientización a los taxistas para el uso del taxímetro.
- Capacitar a los dueños y choferes, sobre conducir con precaución, uso del cinturón de seguridad, el exceso de ruido ocasionado por el pito, exceso de velocidad y sus consecuencias.

3.7 Indicadores de medición de desempeño organizacional.

3.7.1 Elaboración del Plan Operativo Anual (POA).

OBJETIVO ESTRATEGICO 1: Capacitar a los profesionales en al menos 5 cursos anuales; para hacer prestación de servicios de calidad a sus clientes.

Estrategia	Meta	Táctica	Política	Responsable	Tiempo de Ejecución	Presupuesto
➢ Crear un programa de atención al cliente para optimizar el servicio brindado, con capacitaciones en inglés básico, relaciones humanas, primeros auxilios, asistencia mecánica, defensa personal, turismo y gastronomía. ➢ Los directivos de las cooperativas deben establecer un programa de capacitación anual a los socios, dentro de su plan de trabajo	Personal capacitado al 80% Obtener los permisos emitidos por el GAD Municipal de Loja	Gestionar con el SECAP para llevar a cabo los cursos de atención al cliente, asistencia mecánica y turismo. Por medio de la bolsa global de empleo con el instituto Sudamericano dicten el curso de gastronomía de la ciudad de Loja. Solicitar a la Cruz Roja Ecuatoriana la capacitación de primeros auxilios. Convenio con la escuela de Hotelería y Turismo de la UTPL, para capacitar en temas de turismo.	Se realizaran por los menos 5 cursos de capacitación al año, con un mínimo de 40 horas cada curso. Estas capacitaciones se llevaran a cabo con el fin de satisfacer a los clientes y dar a conocer nuevos servicios.	Gerentes y Presidentes de cada cooperativa o compañía de taxis en la ciudad de Loja	12 meses 1 mes 3 meses	$ 4000

- **OBJETIVO ESTRATEGICO 2.** Incrementar el uso del taxi en la ciudad de Loja, ofreciendo nuevos servicios en un 10%

Estrategia	Meta	Táctica	Política	Responsable	Tiempo de Ejecución	Presupuesto
➢ Ubicar en las unidades un multi-cargador para celulares. ➢ Equipar el número de vehículos apropiados para llevar mujeres embarazadas, asientos de niños y personas con capacidades diferentes. ➢ Establecer paquetes de recorrido a lugares turísticos de la ciudad. ➢ Formar alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, hosterías y bares, que permitan incrementar los clientes para el servicio de taxis.	Unidades confortables para los clientes Fomentar el turismo en la ciudad	• Adquirir multi-cargadores de celulares para el vehículo • Identificar unidades apropiadas para satisfacer las necesidades de mujeres embarazadas, niños protegidos y personas con capacidades diferentes. • Ubicar una cartola visible a los usuarios sobre los paquetes turísticos que ofrece la cooperativa. • Buscar con que empresa se puede llegar a un acuerdo para formar la alianza estratégica.	En 3 meses la mayoría de las unidades deben realizar la instalación de los cargadores Para socios que desean renovar sus unidades lo hagan apropiadas para satisfacer esta parte del mercado. En 6 meses informar a la ciudadanía sobre paquetes turísticos.	Socios y accionistas de las cooperativas o compañía.	3 meses 12 meses 6 meses	$10,00 $0,00 $10,00

➢ Ofrecer música suave y un volumen adecuado ➢ Brindar publicidad móvil para promocionar productos de empresas interesadas, ya sea en la parte interna o externa del vehículo. ➢ Incrementar el uso del taxi en la ciudad de Loja, aprovechando las nuevas tecnologías de información. ➢ Ofrecer prensa escrita a los usuarios.	Incrementar la satisfacción del cliente.	• Ubicar música suave al momento en que el cliente utilice el servicio de taxi. • Brindar el servicio de publicidad móvil para empresas que deseen informar a la ciudadanía sobre sus productos y servicios que ofrecen. • Utilizar redes sociales como Facebook, whatsapp, instagram para dar a conocer sus nuevos servicios a la ciudadanía, y para solicitar el servicio por medio de estos medios de comunicación. • Ubicar periódicos y revistas en las unidades.	• En 3 meses, ofrecer los nuevos servicios a la ciudadania.		3 meses 1 mes	420

- **OBJETIVO ESTRATEGICO 3:** Brindar seguridad a la ciudadanía, para incrementar en el 10% el servicio de taxi.

Estrategia	Meta	Táctica	Política	Responsable	Tiempo de Ejecución	Presupuesto
➢ Informar a la ciudadanía acerca de los servicios que ofrece las cooperativas en el tema de seguridad. ➢ Realizar una campaña de concientización a los taxistas para el uso del taxímetro. ➢ Capacitar a los dueños y choferes, sobre conducir con precaución, uso del cinturón de seguridad, el exceso de ruido ocasionado por el claxon, exceso de velocidad y sus consecuencias.	100% de confianza al utilizar el taxi 100% taxistas mas responsables Mejorar en un 50% la imagen de los taxistas.	• Colocar las cámaras y botón de pánico en las unidades. • Charlas gratuitas a los taxistas de lo importante que es usar el taxímetro, conducir con precaución, uso del cinturón de seguridad, el exceso de ruido y exceso de velocidad • Hacer trípticos para concientizar a los taxistas. • Segmentos informativos en radios más escuchadas por los taxistas.	Para circular un taxi debe tener instaladas las cámaras y botón de pánico	Agencia Nacional de Tránsito	6 meses 12 meses 6 meses	$0,00 $0,00

- **OBJETIVO ESTRATEGICO 4:** Incrementar el nivel de satisfacción en la calidad del servicio a la ciudadanía, en un 10%.

Estrategia	Meta	Táctica	Política	Responsable	Tiempo de Ejecución	Presupuesto
➢ Establecer rutas de servicios, frecuentes a lugares periféricos.	Servicio más eficiente y seguro	• Realizar un mapa de las rutas más cortas para llegar al lugar solicitado	Identificar rutas que se utiliza con mayor frecuencia.	Socios y accionistas de las cooperativas o compañía.	12 meses	$ 0,00

TOTAL $ 4440

CONCLUSIONES

Al finalizar el presente trabajo de investigación “Plan de fortalecimiento del servicio de taxis de la ciudad de Loja”, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El servicio de taxi en la ciudad de Loja, de acuerdo a las encuestas, el 59% (regular 53,6%, malo 5,4%) de la ciudadanía no se encuentran satisfechos con el servicio que prestan los taxis en la actualidad.
- Las encuestas nos indican que el 56,1% son las mujeres quienes utilizan más el servicio de taxis por ser cómodo y seguro.
- El taxi es un medio de transporte muy utilizado en la ciudad de Loja, por la rapidez, ayuda a ahorrar tiempo y deja en el lugar exacto a sus clientes.
- Existe un poder de negociación alto con proveedores, se han logrado convenios para promociones, líneas de crédito, descuentos, que son de gran beneficio para los taxistas.
- A la ciudadanía, le gustaría que el servicio de taxis ofrezca nuevos servicios, como la publicidad móvil, planes turísticos dentro de la ciudad, ubicación de cargadores en las unidades, solicitar el taxi por medio de redes sociales.
- No existe posicionamiento en los clientes por alguna cooperativa de taxi, por lo que ninguna ha logrado diferenciarse por alguna ventaja competitiva.
- En el entorno externo, existen más oportunidades como el acceso a capacitaciones, el incremento de turistas a la ciudad, incremento de las tecnologías de información, etc. Las cuales ayudaran a disminuir las amenazas del servicio de taxis como el incremento de la tarifa, por lo que se las debe aprovechar y mejorar el servicio en base a las oportunidades.
- En el entorno interno, existen más debilidades como la falta de interés para capacitarse, dificultad para brindar un buen servicio en horas pico, etc que fortalezas como el uso del taxímetro que ayuda a dar un servicio a precio justo, la seguridad que hoy en día prestan los taxis a los usuario: por lo que las estrategias deben ir dirigidas a disminuir las debilidades.

RECOMENDACIONES

- La administración de las cooperativas y compañía de taxis, deben enfocarse siempre a lo que el cliente necesita, innovando en unidades y servicios que generan mayor satisfacción.
- Se debe concientizar a los taxistas acerca de la importancia del servicio que prestan a los usuarios, para alcanzar un posicionamiento en el mercado.
- Realizar los convenios con las instituciones propuestas como el SECAP, bolsa de emprendimiento del Municipio, con la Escuela de Turismo de la Universidad Técnica de Loja, Cruz Roja, para las capacitaciones requeridas por la ciudadanía.
- Aprovechar lo propuesto en el plan de fortalecimiento, en el que se describe las estrategias como establecer paquetes de recorrido turísticos de la ciudad, optimizar el servicio con las capacitaciones en relaciones humanas, primeros auxilios, etc. para mejorar el servicio de taxis.
- El Municipio de Loja, debe tener mayor control en la calidad de servicio que brindan los taxis a la ciudadanía, por lo que se debería exigir las horas de capacitaciones para obtener el permiso de circulación.

BIBLIOGRAFIA

Baena, E., Sanchez, J., Montoya O. (2003). *El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas.*

Briedman, P. (2011). *La Planificación Urbanística y Estratégica* (sexta ed.). Lima, Perú.

comercial, Agencia Nacional de Transito. Resoluciones transporte. (s.f.). *gob.com.* Obtenido de www.ant.gob.ec/index.php/transito-7/resoluciones-2014.

Fernandez, A. (2007). *Dirección y planificación Estratégica en las empresas y organizaciones.*

Instituto Ecuatoriano de Normalización. (s.f.). Obtenido de www.inec.gob.ec/tabulados.../1_POBL_PROV_CANT_PARR_AREA.xls

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (2010). Obtenido de http://www.ecuaonline.net/html/leydelconsumidor.html

Ley Orgánica de Transporte Terrestre Transito y Seguridad Vial. (1996). Obtenido de http://www.ant.gob.ec/index.php/ant/base-legal/ley-organica-reformatoria-a-la-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial

Ordenanza reformatoria al título II, de la organización, planificación y regulación de tránsito y transporte terrestre del cantón Loja, del código municipal de vía pública, circulación y transporte. (2012). Obtenido de http://www.loja.gob.ec/documentos/ordenanza-reformatoria-al-titulo-ii-de-la-organizacion-planificacion-y-regulacion -del.

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013). Obtenido de http://www.buenvivir.gob.ec/

Robbins, P. y. (2005). *Historia, teorias, funciones y elementos de la Administración.*

Serna, R. (2009). *Planeación y Labor Estratégica.* Ecuador.

Zabala H. (2005). *Planeación Estratégica.*

ANEXOS

PREGUNTAS / #ENCUESTAS	1	2	3	4	5	6
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

1. **Edad**

   1.18-28 2. 29-39 3. 40-50 4. 50 o mas

2. **Sexo**

   1. Masculino 2. Femenino

3. **¿En qué parroquia vive?**

   1. San Sebastián 2.Sucre 3.Sagrario 4.Valle

4. **¿Qué medio de transporte utiliza con más frecuencia?**

   1. Bus 2.Taxi 3.Vehiculo propio 4.Bicicleta
   5. Motocicleta 6.Ninguno

5. **¿Qué tipo de servicio de taxi usted prefiere?**

   1. Taxi convencional 2.Taxi ejecutivo 3.Radio taxi

6. **Semanalmente ¿Cuántas veces utiliza los servicios de taxi?**

   1.1-5 2.6-11 3.12 y mas

PREGUNTAS / #ENCUESTAS	7	8	9	10	11	12
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

7. ¿Cómo calificaría al servicio de taxi cuando lo utiliza?

1. Bueno 2.Regular 3.Malo

8. ¿Por qué utiliza el taxi?

1. Confianza 2.Rapido 3.Comodidad

9. ¿Qué aspectos considera usted que se debe mejorar para la prestación de servicios de taxi?

1. Presentación personal
2. Conducir con precaución
3. Trato con otros conductores
4. Limpieza de vehículo
5. Buenas relaciones Humanas
6. Temas de cultura general

10. ¿Qué otros servicios le gustaría que brinden los taxistas?

1. Llevar a conocer lugares turísticos de la ciudad
2. Relatar la historia de la ciudad
3. Inglés básico
4. Recoger a sus hijos de la escuela
5. Primeros Auxilios
6. Compra de medicinas
7. Compra de alimentos
8. Otro

11. Usted toma en cuenta a que cooperativa pertenece el taxi al momento de trasladarse.

1. Si 2.No

12. Mencione 1 cooperativa de taxis que usted conozca en la ciudad de Loja

1…….