



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA COMERCIAL

TÍTULO DEL PROYECTO:

**“INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA EFICIENCIA DEL
SERVICIO DE TAXI DE LA COOPERATIVA JULIO VITERI GAMBOA
EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**

AUTORA:

VIVIANA LISBETH AMBOYA BARAHONA

MILAGRO, SEPTIEMBRE DEL 2013

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Incidencia de la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi de la cooperativa Julio Viteri Gamboa en la Ciudad de Milagro”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **Ingeniera Comercial**.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por la egresada:

Viviana Lisbeth Amboya Barahona con C.I # 092640763-6

TUTOR

Dr. Walter Loor Briones

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Yo: Egr. Viviana Lisbeth Amboya Barahona. , por medio de este documento, entrego el proyecto; **“Incidencia de la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi de la cooperativa Julio Viteri Gamboa en la Ciudad de Milagro”**, del cual me responsabilizo ser autora del mismo y tener la asesoría personal del Dr. Walter Loo Briones.

Milagro,septiembre del 2013.

Viviana Lisbeth Amboya Barahona
C.I. 092640763-6

CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de INGENIERA COMERCIAL otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA CIENTIFICA	[]
DEFENSA ORAL	[]
TOTAL	[]
EQUIVALENTE	[]

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR SECRETARIO

DEDICATORIA

El presente trabajo se lo dedico a Dios, por haberme brindado sabiduría y salud para poder culminar con esta nueva meta de mi vida.

A mis padres El Sr. José Amboya y Sra. Maryuri Barahona por ser mi apoyo y mi guía en todo momento de mi vida.

A mi esposo Mauricio Olivo Contrás, quien ha sido mi gran apoyo incondicional en cada etapa de mi vida.

A mi hija Saray Viviana Olivo Amboya que es razón de mi vida.

Viviana Amboya Barahona

AGRADECIMIENTO

Agradezco en primer lugar a Dios todo poderoso por ser mi guía espiritual y darme la inteligencia para poder realizar mi sueño tan anhelado.

A mis padres ya que con su ayuda incondicional han contribuido para culminar con este arduo trabajo.

A mi esposo quien ha estado a mi lado apoyándome en todo momento.

A mis maestros por haberme compartido sus conocimientos en toda mi etapa estudiantil

Viviana Amboya Barahona

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Msc.

Jaime Orozco Hernández

RECTOR DE LA UNEMI

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **“Incidencia de la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi de la cooperativa Julio Viteri Gamboa en la Ciudad de Milagro”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, septiembre del 2013

Viviana Amboya Barahona

C.I. 092640763-6

PAGINAS PRELIMINARES

Pagina de caratula o portada -----	i
Pagina de constancia de aceptacion por el tutor -----	ii
Pagina de declaracion de autoria de la investigacion -----	iii
Pagina de certificacion de la defensa (calificacion) -----	iv
Pagina de dedicatoria -----	v
Pagina de agradecimiento -----	vi
Pagina de cesion de derechos del autor a la UNEMI -----	vii
Indice General-----	viii
Indice de cuadros -----	ix
Indice de figuras -----	x
Resumen-----	xi

INDICE GENERAL

“Incidencia de la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi de la cooperativa
Julio Viteri Gamboa de la Ciudad de Milagro”

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA	Pag.
1.1 PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	
1.1.1 Problematización -----	1
1.1.2 Delimitación del problema-----	2
1.1.3 Formulación del problema de investigación-----	3
1.1.4 Sistematización del problema de investigación -----	3
1.1.5 Determinación del tema-----	3
1.2 OBJETIVOS -----	3
1.2.1 Objetivo General-----	3
1.2.2 Objetivos Específicos -----	3
1.3 JUSTIFICACIÓN -----	4

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL	Pag.
2.1 MARCO TEORICO -----	5
2.1.1 Antecedentes históricos -----	8
2.1.2 Antecedentes referenciales-----	8
2.1.3 Fundamentación -----	9
2.2 MARCO LEGAL -----	21
2.3 MARCO CONCEPTUAL -----	27
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES -----	30
2.4.1 Hipótesis General -----	30
2.4.2 Hipótesis particulares -----	30
2.4.3 Declaración de variables -----	30

2.4.4Operacionalizacion de las variables-----	31
---	----

CAPÍTULO III

MARCO METODOLOGICO	Pág.
3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL -----	32
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA -----	33
3.2.1 Caracteristicas de la Población-----	33
3.2.2Delimitacion de la poblacion-----	33
3.2.3Tipo de muestra -----	34
3.2.4Tamaño de la muestra -----	34
3.2.5Proceso de seleccion -----	34
3.3LOS METODOS Y LAS TECNICAS -----	34
3.3.1 Metodos teoricos -----	34
3.3.2Metodos empiricos-----	35
3.3.3Tecnicas e instrumentos -----	35
3.4PROCESAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION -----	35

CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOSPág.

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL -----	36
4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVAS -	37
4.3 RESULTADOS -----	53
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS. -----	54

CAPITULO V

PROPUESTA	Pág.
5.1 TEMA -----	55
5.2 JUSTIFICACION -----	56
5.3 FUNDAMENTACIÓN -----	56
5.4 OBJETIVOS -----	59
5.4.1 Objetivo general -----	59

5.4.2 Objetivos específicos	59
5.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA	59
5.6 ESTUDIO FACTIBILIDAD	60
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	75
5.7.1 Actividades	85
5.7.2 Recursos, análisis financiero	86
5.7.3 Impacto	90
5.7.4 Cronograma	91
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta	91
CONCLUSIONES	92
RECOMENDACIONES	93
BIBLIOGRAFIA	94
ANEXOS	100

INDICE DE CUADROS

CUADRO 1	
Operacionalización de las variables -----	31
CUADRO 2	
Promedio de edades de los usuarios. -----	37
CUADRO 3	
Promedio de edades por sexo-----	38
CUADRO 4	
Nivel académico de usuario-----	39
CUADRO 5	
Estatus económico de los usuarios -----	40
CUADRO 6	
Utilización del servicio de taxis -----	41
CUADRO 7	
Tipo de taxi que utilizan las personas -----	42
CUADRO 8	
Razones por las que usan los taxis. -----	43
CUADRO 9	
Importancia de la comunicación -----	44
CUADRO 10	
Grado de comunicación que brindan los taxistas -----	45
CUADRO 11	

Victimas del índice delincencial -----	46
CUADRO 12	
Confiabilidad de los taxis que circulan sin control-----	47
CUADRO 13	
Aspectos que toman en cuenta las personas la abordar un taxi -----	48
CUADRO 14	
Criterio de los usuarios con respecto a los permisos que tienen que tener los taxis. -----	49
CUADRO 15	
Criterio de los usuarios sobre la comunicación que deben emplear los conductores al momento de abordar estos taxis. -----	50
CUADRO 16	
Conocimiento de los usuarios sobre el servicio de central telefónica en los taxis. -----	51
CUADRO 17	
Disposición de los usuarios en la utilización de nuevo servicio con central telefónica.	52
CUADRO 18	
Verificación de las hipótesis generales y particulares-----	54
CUADRO 19	
Barreras de entradas -----	76
CUADRO 20	
Productos sustitutos-----	76
CUADRO 21	
Determinantes de la rivalidad-----	77

CUADRO 22	
Poder de los compradores -----	77
CUADRO 23	
Negociacion con los proveedores -----	78
CUADRO 24	
Resumen del Analisis del Sector Comercial,Nivel de Atractividad -----	78
CUADRO 25	
Analisis FODA -----	79
CUADRO 26	
MatrizFO-FA-DO-DA -----	80
CUADRO 27	
Factores internos - externos -----	81
CUADRO 28	
Recursos materiales -----	86
CUADRO 29	
Inversion-----	87
CUADRO 30	
Costos de Implementación -----	88
CUADRO 31	
Índice de ingresos generados por medio de la central.-----	89
CUADRO 32	
Ingresos adicionales percibidos con la propuesta-----	90

CUADRO 33

Cronograma ----- 91

INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1

Promedio de edades de los usuarios----- 37

FIGURA 2

Promedio de edades por sexo----- 38

FIGURA

Nivel académico de usuario----- 39

FIGURA 4

Estatus económico de los usuarios ----- 40

FIGURA 5

Utilización del servicio de taxis----- 41

FIGURA 6

Tipo de taxi que utilizan las personas ----- 42

FIGURA 7

Razones por las que usan los taxis ----- 43

FIGURA 8

Importancia de la comunicación ----- 44

FIGURA 9

Grado de comunicación que brindan los taxistas ----- 45

FIGURA 10

Victimas del índice delincencial ----- 46

FIGURA 11

Confiabilidad de los taxis que circulan sin control----- 47

FIGURA 12	
Aspectos que toman en cuenta las personas al abordar un taxi -----	48
FIGURA 13	
Criterio de los usuarios con respecto a los permisos que tienen que tener los taxis. -----	49
FIGURA 14	
Criterio de los usuarios sobre la comunicación que deben emplear los conductores al momento de abordar estos taxis-----	50
FIGURA 15	
Conocimiento de los usuarios sobre el servicio de central telefónica en los taxis. -----	51
FIGURA 16	
Disposición de los usuarios en la utilización de nuevo servicio con central telefónica	54
FIGURA 17	
Mapa de ubicación-----	60
FIGURA 18	
Organigrama Estructural -----	68
FIGURA 19	
Organigrama Funcional -----	69
FIGURA 20	
Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter -----	75
FIGURA 21	
Logotipo -----	82

FIGURA 22

Tarjeta de Presentacion----- 84

FIGURA 23

Volante ----- 85

ANEXOS

ANEXO 1

Formato de la Encuesta ----- 101

ANEXO 2

Fomato de la entrevista dirigida a los taxistas-----104

ANEXO 3

Permiso para registro de patente-----105

ANEXO 4

Permiso de Funcionamiento por parte del Cuerpo de Bombero de Milagro-----106

ANEXO 5

Comprobante de Pago de Predios-----109

ANEXO 6

Comprobante de Ingreso a Caja-----109

ANEXO 7

Comprobante de Pago de Patente-----110

ANEXO 8

Permiso de Urbanismo.Arquitectura y Construccion-----111

ANEXO 9

Formulario-----112

ANEXO 10

Certificado de Uso de Suelo-----113

ANEXO 11

Fotos-----114

RESUMEN

En la ciudad de Milagro la cooperativa de taxi “Julio Viteri Gamboa” no cuenta con un servicio de central telefónica razón por la cual los usuarios no se sienten seguros al abordar vehículos que se dedican a prestar el servicio de taxi.

Para ello se ha desarrollado todo el trabajo de investigación a través de tres, capítulos en los cuales se realiza el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivo, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una reseña histórica del problema a tratar, donde se va a encontrar toda información para una mejor comprensión, así mismo la hipótesis y variables la cuales fueron comprobadas por medio de la encuesta realizada a los usuarios que a diario utilizan este tipo de transporte de taxi.

En el marco metodológico se determinó la población para el cálculo de la muestra donde se utilizó la encuesta como instrumento investigativo dirigida a los usuarios que a diario utilizan este medio de transporte, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que no existe una buena comunicación entre los usuarios y las personas que ofertan el servicio de taxi, información relevante para afianzar con certeza la propuesta de implementar en sistema de central telefónica en la Cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa la misma que está compuesta por su misión, visión, manuales, con el respectivo diseño de un logotipo, el cual representa la identidad de esta organización.

Por último realice una proyección de gastos, ingresos e inversión para poder llevar a cabo la propuesta, donde se demostró la rentabilidad de implementar este sistema a la cooperativa.

ABSTRACT

In Milagro City taxi cooperative "Julio Viteri Gamboa" does not have a telephone service which is why users do not feel safe to address vehicles that are dedicated to providing the taxi service.

For this we have developed all the research through three chapters that takes the approach of the issues raised, their target delineation, formulation and corresponding justification has also performed a historical review of the problem at, where you will find all information for a better understanding, also the hypothesis and the variables which were tested through the survey of daily users who use this type of taxi transportation.

In the methodological framework determined the universe, ie a portion of the population for the calculation of the sample where the survey was used as a research tool aimed at users who daily use this means of transport, once the data obtained in this tool proceeded to make the interpretation of the results, ie the collection, tabulation and analysis of the research instrument, where it was known that there is good communication between users and the people who offer taxi service, relevant information to strengthen certainly implement the proposed telephone system in Taxi Cooperative Julio Viteri Gamboa the same which is composed of its mission, vision, manual, with the respective design of a logo, which represents the identity of this organization.

Finally we made a projection of expenses, income and investment to carry out the proposal, which showed the profitability of implementing this system to the cooperative.

INTRODUCCION

El presente trabajo esta direccionado a estudiar la transportación pública en la ciudad de Milagro, específicamente a la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa la misma que viene ofreciendo este servicio por más de 23 años en nuestra ciudad.

El primer capítulo consiste específicamente en el análisis del problema, el mismo que se enmarca en la deficiente comunicación que existe entre los usuarios y las personas que ofertan el servicio de taxi; la delimitación se basa en que parte de la ciudad vamos a desarrollar el tema; la formulación, la misma que trata en qué medida afecta la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi que ofrece la cooperativa Julio Viteri Gamboa y sistematización del problema y los objetivos que se espera lograr con la investigación.

El segundo capítulo se refiere al marco teórico, antecedentes históricos y referenciales, el marco conceptual, la fundamentación que nos da amplios conocimientos sobre este estudio de investigación, también se encuentra el marco legal. Se estableció, las variables, las hipótesis y la Operacionalización de las variables.

El tercer capítulo, se describe el tipo y diseño de la investigación, la misma que es de campo y bibliográfica, dentro de la población y muestra se ha establecido el grupo objetivo, así como los diferentes métodos aplicados al proyecto, las técnicas e instrumentos de este trabajo, culminando con el detalle del proceso estadístico que se aplica en la recolección de datos.

En el cuarto capítulo se realiza el análisis de la situación actual, comparativa, evolución, tendencia y perspectiva, los resultados de la encuesta para su posterior verificación.

En el quinto capítulo tenemos la propuesta de nuestro proyecto. Se proporciona información general de la empresa, servicios que se ofrecen y ofrecerán, los objetivos y la ubicación. Podemos encontrar claramente establecida la misión, visión y objetivos generales y específicos que esperamos obtener con la implementación de nuestro proyecto.

Se encuentra el fundamento legal de la constitución de la empresa. Se da a conocer detalladamente cómo está conformado el directorio de la empresa, el personal con

el que disponemos así como los requisitos y funciones que debe cumplir cada uno, para poder realizar eficiente y eficazmente su cargo dentro de la empresa.

A través de este análisis se desarrolla el FODA de la organización el mismo que nos da a conocer los aspectos positivos y negativos de la propuesta se pretende implementar. Con este análisis podemos desarrollar un plan estratégico y aprovechar al máximo las oportunidades que nos ofrece el entorno y combatir las amenazas externas que se nos presenten. Así mismo en este capítulo tenemos el marketing mix el mismo que aplicado correcta y eficazmente nos permitirá un posicionamiento estratégico y beneficioso en el mercado.

Finalmente tenemos las respectivas conclusiones y recomendaciones aplicables a este proyecto esperando con ello, poder contribuir positivamente al desarrollo y crecimiento de nuestra sociedad.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1 Problematización

El Cantón Milagro, Provincia del Guayas se encuentra ubicada la cooperativa de taxi “Julio Viteri Gamboa” la misma que no cuenta con una excelente comunicación con sus usuarios.

Dado el crecimiento geográfico y demográfico que ha tenido la ciudad de Milagro junto con el desarrollo en las actividades financieras y comerciales ha obligado a la población a trasladarse en cualquier momento del día a realizar sus labores, aunque muchas personas no cuentan con vehículo propio, razón por la cual se ven en la necesidad de abordar carros que prestan este servicio y lo hacen con desconfianza en vista que individuos inescrupulosos han utilizado este medio para cometer actos que van en contra de la integridad de las personas, igualmente aquellos que trabajan o estudian en horarios nocturnos y tienen que trasladarse a sus hogares, tienen desconfianza de abordar un carro de alquiler porque ya han sido objetos de asaltos por los mismos taxistas.

En la ciudad, existen grupos de personas que realizan esta actividad sin contar con los respectivos permisos que establece la ley de tránsito incumpliendo con los requisitos tanto del vehículo como la documentación que ellos deben cumplir para realizar esta labor; razón por la que sujetos que tienen antecedentes con la justicia, ven en esta actividad una forma de delinquir.

En la ciudad, se encuentran también aquellos que tienen vehículo propio y que para aumentar sus ingresos realizan esta actividad, pero no forman parte de cooperativa

alguna, solo se dedican a trabajar como taxis informales y no han estado excluidos de ser víctimas de asalto esto se debe a la deficiente comunicación que existe entre el usuario y los que ofertan este servicio ya que los señores taxistas se encuentran haciendo recorrido por otras vías de la ciudad, gastando combustible innecesariamente y el usuario por otro lado necesitando de este servicio por ello optan por tomar un vehículo cualquiera por razón de tiempo y distancia, lo que hace que el problema sea más grande y que siga creciendo la delincuencia e inseguridad, debido que a diario se viven asaltos, secuestros, violaciones y otros atentados en contra de la integridad de la ciudadanía, que han sido cometidos en parte, por individuos que conducían vehículos de alquiler. De continuar esta situación así aumentaría la desconfianza de la ciudadanía con respecto a este tipo de servicio, además se deterioraría la imagen de nuestra ciudad lo que ocasionaría que sea considerada una ciudad de peligro y que no preste la respectiva seguridad al caso.

El problema a ser analizado resulta imperativo para el futuro de las cooperativas de taxi en el medio local para el desarrollo económico de la zona debido a que el área comercial es uno de los sectores más fuertes del Cantón y por ello influye de una manera importante en el desarrollo del mismo, de no encontrarse una solución se corre el riesgo que la economía de los señores que ofertan el servicio de taxi baje de forma considerable ya que con este trabajo sustentan a sus familias.

Demostrar la importancia que tiene este estudio en nuestro Cantón por ello debemos fomentar la eficiencia de la comunicación entre el usuario y los que ofertan el servicio de taxi esto es posible con un servicio de central telefónica para receptor las llamadas de los usuarios y así poder enviar la unidad que este próxima al lugar donde se encuentre el usuario que solicite de nuestros servicios.

1.1.2 Delimitación del problema

País: Ecuador

Región: Costa

Provincia: Guayas

Cantón: Milagro

Sector: Cooperativa Julio Viteri Gamboa

Universo: Según el censo del INEC la población de Milagro cuenta con un estimado de 166634 habitantes, divididos en hombres, 83241 y mujeres, 83393 se tomara en consideración desde los 15 años hasta los 60 años.

1.1.3 Formulación del problema

¿Cómo afecta la comunicación en la eficiencia del servicio de taxi que ofrece la cooperativa Julio Viteri Gamboa de la ciudad de Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

¿De qué manera afecta la inseguridad a los pasajeros que utilizan el servicio de taxis de la cooperativa Julio Viteri Gamboa?

¿Qué relación existe entre la legalización de quienes ofertan el servicio de taxi y la seguridad de los pasajeros que lo utilizan?

¿Cómo afecta la desconfianza en la eficiencia del servicio de taxi que oferta la cooperativa Julio Viteri Gamboa?

¿De qué manera afecta la aplicación de un sistema de central telefónica en la seguridad de los pasajeros de la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa?

1.1.5 Determinación del tema

INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA EFICIENCIA DE SERVICIO DE TAXIS DE LA COOPERATIVA JULIO VITERI GAMBOA DE LA CIUDAD DE MILAGRO

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo general

Determinar cómo afecta la aplicación de un sistema de comunicación en la eficiencia del servicio de taxi que ofrece la cooperativa Julio Viteri Gamboa de la ciudad de Milagro, mediante un sistema integral de central telefónico para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos milagreños.

1.2.2 Objetivos específicos

- ❖ Establecer de qué manera afecta la inseguridad a los pasajeros que utilizan el servicio de taxi de la Cooperativa de Taxi Julio Viteri Gamboa.

- ❖ Determinar qué relación existe entre la legalización de quienes ofertan el servicio de taxi y la seguridad de los pasajeros que lo utilizan
- ❖ Analizar como incide la legalización de quienes ofertan el servicio de taxi y los pasajeros que la utilizan.
- ❖ Determinar cómo afecta la desconfianza en la eficiencia del servicio de taxi que oferta la Cooperativa Julio Viteri Gamboa.
- ❖ Indagar de qué manera afecta la aplicación de un sistema de central telefónica en la seguridad de los pasajeros de la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La presente investigación se da debido a la falta de comunicación en la eficiencia del servicio de taxi que existe en la Cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa en la ciudad de Milagro.

Dado al crecimiento poblacional de la ciudad, ha ido creciendo la actividad comercial por lo que muchas personas necesitan trasladarse de un lugar a otro, en cualquier momento del día a realizar actividades personales o de negocio, al no contar con vehículo propio se ven en la necesidad de utilizar los servicios de taxis que circulan en la ciudad, muchos de los cuales no brinda la seguridad esperada, pues, la delincuencia ha ido incrementándose cada día más, y ha hecho que los ciudadanos no tengan confianza en los medios de transporte en que se trasladan .

Estos son los motivos que impulsan a la presente investigación para contribuir luego con sugerencias y propuestas de solución. Por lo tanto, para comprobar la viabilidad de esta investigación se utilizará una herramienta investigativa conocida como la encuesta, en la cual se desarrollará un cuestionario con preguntas orientadas a conocer necesidades, exigencias y expectativas que tienen los ciudadanos del Cantón Milagro, para en lo posterior realizar los análisis respectivos y buscar las soluciones más factibles para hacer efectivo este estudio.

Este trabajo busca fomentar y promover la comunicación entre taxistas y usuarios para que de esta manera se sientan cómodos y confiables al bordar este servicio para ello se ha empleado una metodología de campo y bibliográfica, para poder obtener información relevante que fundamente el marco teórico de la investigación.

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 Antecedentes históricos

La cooperativa “**JULIO VITERI GAMBOA**” tiene su jurisdicción en el cantón Milagro y fue fundada el 15 de Abril de 1988 cuenta con acuerdo Ministerial No. 2819 del 21 de Diciembre de 1988. Y está organizada por leyes estatutos en la cual tiene derechos cooperativos económicos, sociales y participativos autónomos y están unidos mediante procesos y acuerdos voluntarios para hacer frente a sus necesidades aspiraciones económicas, sociales y culturales además cuenta con bienestar integral colectivo y personal que son controladas y gestionadas democráticamente.

Según Garibaldi (1965), los antecedentes del cooperativismo son muy remotos y se ubican en la época de Babilonia, como un medio para la explotación de las tierras en forma común, el cooperativismo en el siglo XX surge por la necesidad de organizar una sociedad equitativa en cuanto al aspecto económico, a través de procedimientos de propiedad comunitaria y trabajo colectivo.

El autor Garibaldi también reseña los comienzos del cooperativismo en Inglaterra, con la Revolución Industrial, la instalación de nuevas fábricas requirió del hombre asalariado que venía del campo a la ciudad, y tuvo que vivir en condiciones infrahumanas, desarrollándose así dos clases sociales, la burguesía social conformada por los industriales y la clase obrera, esta última en la búsqueda de

mejores condiciones, dio inicio a ideas gremiales que conllevaron a germinar un movimiento cooperativo que no tenía una orientación técnica precisa, ya que su objetivo común era la recuperación de sus derechos perdidos, organizándose para obtener beneficios en grupo, esto en 1844 se conoció como el cooperativismo de consumo de Gran Bretaña, extendiéndose a Europa y después por todo el mundo, con la aparición de asociaciones, federaciones, y uniones cooperativistas que coadyuvaron a las entidades afiliadas en actividades económicas, empresariales, de promociones, educación y representación social.

Estas organizaciones fueron introduciendo pautas y normas en las prácticas de negocios, obteniendo tanto éxito que se extendió por todo el mundo como un ejemplo de negocio, con una aplicación de principios aún vigentes, que más tarde fueron denominados los principios universales del cooperativismo.

Historia de las Telecomunicaciones y Tipos de Centrales Telefónicas

La comunicación siempre ha sido un tema muy importante para el hombre y al mismo tiempo un punto que ha conseguido la atención y la investigación de los humanos para satisfacer la necesidad continua de comunicarse.

Verdaderamente las comunicaciones tienen una larga historia que se remonta a tiempos del Tam Tam y las señales de humo, en este artículo vamos a dar unos cuantos saltos en el tiempo con el fin resumir un poco la historia hasta los tiempos actuales.

Haciendo un poco de historia en el tema de las comunicaciones nos tendríamos que remontar al siglo XVIII y al telégrafo, fue este el verdadero percusor de las comunicaciones actuales y de las centralitas telefónicas que hoy conocemos.

Posteriormente al Telégrafo y gracias a Alexander Gramham Bell apareció el teléfono (1876) y aunque cueste de creer, la aparición del teléfono no produjo un gran impacto y su desarrollo fue más lento que el de otros descubrimientos.

Como curiosidad apuntare que la primera prueba que se realizó en España con teléfonos se hizo en Barcelona el 1877.

Las primeras centrales telefónicas eran las centrales telefónicas manuales, la primera que hubo en España data de 1881 y se instaló en Madrid, donde cada teléfono tenía su propia alimentación mediante una pila seca y una operadora (aquí ya aparece la figura de la operadora) conectaba manualmente con un cable a dos interlocutores que necesitaban hablar.

Después pasamos a las centrales telefónicas semiautomáticas y automáticas con tecnología electro mecánica que realizaban la conmutación mediante selectores mecánicos y relés, en España la primera central automática se instala en Cataluña en 1923.

Posteriormente (mediados de los años 60, aunque en España se retrasaría un poco más) aparecieron las centrales telefónicas electrónicas en las que los componentes mecánicos desaparecieron y la conmutación se realizaba mediante circuitos analógicos.

Hace aproximadamente 17 en España años empezaron a sustituirse las centrales electrónicas por centrales digitales, pero en estas primeras centrales telefónicas lo que era digital eran los componentes electrónicos de la central ya que se incorporaban microprocesadores, disponían de terminales o teléfonos digitales (de comunicación digital propietaria con la central), pero en nuestro país no sería hasta aproximadamente finales de los 80 cuando aparecerían las primeras líneas digitales RDSI.

Posteriormente aparecieron centrales digitales con posibilidad de utilizar tanto líneas como extensiones analógicas y/o digitales y centrales telefónicas RDSI, que utilizaban extensiones RDSI (S0) en las que se podían conectar cualquier tipo de terminales RDSI y enlaces RDSI o analógicos, estos últimos equipos no tuvieron una gran aceptación debido al precio elevado de los terminales y la dificultad del

cableado RDSI ya que necesitaba instalación en BUS, con las dificultades que esto conlleva.

A día de hoy las centrales telefónicas, en su gran mayoría son equipos digitales basados en un procesador en los cuales se puede incorporar cualquier tipo de equipamiento, extensiones analógicas, digitales o RDSI , líneas analógicas, digitales o RDSI y otros equipamientos*.

Y el que producto estrella (a nivel comercial) en cuanto a centralitas telefónicas del siglo XXI:

Las centralitas telefónicas IP, las centrales IP o bien son IP al 100%, es decir, se trata de un procesador con una conexión Ethernet que utiliza el protocolo IP para transmitir voz, datos y video, y además se puede equipar con diferentes interfaces o gateways para conectarlos con tecnología analógica o RDSI y las centrales telefónicas híbridas*, que son las últimas que hemos mencionado, a las que además de los equipamiento de líneas y extensiones digitales o analógicos se les puede proporcionar equipamiento IP.

Con lo cual podemos resumir las centrales telefónicas en la siguiente tabla:

Tipos de Centrales Telefónicas:

Centrales Telefónicas Manuales (Muy antiguas, son piezas de museo)

Centrales Telefónicas Semi-Automáticas y Automáticas (Muy Antiguas)

Centrales Telefónicas Electrónicas (Equipamientos desfasados tecnológicamente)

Centrales Telefónicas IP (Es la última tecnología en comunicaciones, todavía la podemos considerar una tecnología emergente en nuestro país.)

España ha sido un país que ha estado en una evolución continua en cuanto a comunicaciones se refiere, siempre con una diferencia de tiempo con respecto a Estados Unidos y a otros países que tecnológicamente nos han superado.

Durante muchos años Telefónica fue el único operador del país y al mismo tiempo el regulador o limitador de la tecnología disponible para los usuarios finales y para las empresas.

Las Telecomunicaciones están en un buen momento y en una constante evolución y mejora, actualmente podemos decir que estamos en un momento de aprobación de nuevas tecnologías en el cual, la tecnología que venza todas las barreras de implantación se convertirá en dominante y provocará una migración masificada de tecnologías, nos referimos a la Telefonía IP.¹

2.1.2 Antecedentes referenciales.

Institución: UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

Tema: DISEÑO, MEJORA E IMPLEMENTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN EN LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIÓN HERNÁN CEVALLOS U. CONSORCIO RADIO TAXI PAISA.

Autores: Bacuilima Yunga, Henry N. & Cevallos Larrea, Hernán G.

Fecha: dic-2009

Resumen:

GESTION DE CALIDAD La técnica empleada en el Sistema Radio Taxi Paisa para realizar la medición del trabajo es el “Muestreo de Trabajo”. La distribución del tiempo de trabajo por parte de los secretarios-recepcionistas para poder realizar diferentes actividades se muestra en la figura

Entre las herramientas complementarias para el control de la calidad en las operaciones de Taxi Paisa se encuentran, el control perdida de servicio y los diagramas de flujo. El plan de calidad del Sistema Radio Taxi Paisa se basa

¹FORO DE COMUNICACIONES PARA EMPRESAS: *HISTORIA DE LAS TELECOMUNICACIONES Y TIPOS DE CENTRALES TELEFÓNICAS*.EXTRAIDO EL 22 DE JULIO DEL 2013.

<http://foro.tecnicasprofesionales.com/index.php?topic=3.0>.

fundamentalmente en un método matricial, para el control de la calidad del servicio se ha tomado la inspección de las siguientes actividades: Atención al cliente por el teléfono, Clasificación del tipo de servicio (Estándar, Encomienda, Reserva), Recopilación de datos para el servicio, Asignación de la carrera a una unidad y el Transporte del cliente o encomienda.

EVALUACION DEL PROGRAMA El Sistema Radio taxi Paisa realiza un análisis de la varianza basada en 3 factores que influyen en el servicio. Los factores a analizar son: recepcionistas, turnos de trabajo y días de la semana. El objetivo del estudio es determinar la interrelación e interdependencia entre los factores seleccionados para ofrecer el servicio. ²

“Institución: UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

Tema: IMPLEMENTACIÓN DE UNA CENTRAL TELEFÓNICA DE VOZ SOBRE INTERNET (VOIP) BASADO EN SOFTWARE LIBRE PARA LA EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET SPEEDY COM CÍA. LTDA.

Autores: Tirado Cárdenas, Santiago Daniel

Fecha: 2009

Resumen:

En el presente informe se muestra la implementación de una central de voz sobre internet basada en software libre de Linux para la red interna de la empresa Speedy Com. Las aplicaciones que se permitirán a través de la central para la red interna están orientadas a brindar comunicación por voz, video y mensajería instantánea, con la finalidad de otorgar nuevos servicios y respaldar a la central existente en la empresa cuando esta colapse. La implementación y puesta en marcha de este proyecto está dirigida particularmente a la red interna de la empresa y a los directivos o jefes de la misma. Actualmente la Compañía cuenta con una central telefónica, la cual no provee servicios de mensajería instantánea, video llamadas, grabaciones de llamadas, backup automático, los cuales son importantes para mayor control y seguridad dentro de las funciones de la empresa, por lo que se

² BACUILIMA, Henry & CEVALLOS, Hernán: DISEÑO, MEJORA E IMPLEMENTACIÓN DE LOS SISTEMAS DE ADMINISTRACIÓN EN LA EMPRESA DE TELECOMUNICACIÓN HERNÁN CEVALLOS U. CONSORCIO RADIO TAXI PAISA.2009.

propone la utilización del software Elastix de licencia GPL, el cual además de tener todas las bondades de las que carece la actual central tiene propiedades de actualización y aplicaciones de software. En este informe también se realizó un análisis de factibilidad técnica y económica, los cuales muestran cómo se implementó el proyecto y la inversión necesaria para la adquisición de los equipos y como la central significara un ahorro económico en los gastos de la empresa a mediano plazo.³

Institución: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Tema: “ESTUDIO DE IVR (RESPUESTA INTERACTIVA DE VOZ) CON ACCESO A BASE DE DATOS”

Autores: GABRIELA ROSANA OBANDO ALVARADO

Fecha: 2009

Resumen:

Este proyecto de tesis consiste en el estudio, diseño e implementación de un sistema IVR para la empresa Eléctrica EMELNORTE S.A. de la ciudad de Ibarra.

Para esto se realizó un previo estudio teórico de las tecnologías IVR para luego proceder al desarrollo del proyecto en fases de diseño e implementación.

Gracias a la arquitectura de una PBX 3COM V5000 implementada en un proyecto anterior, podemos continuar con el proceso de instalación de un sistema IVR, para lo que fue necesario considerar la configuración de un servidor de requerimientos que almacenara la logística del sistema IVR y lela acceso a los servidores de base de datos de Emelnorte. Una vez concluido este proceso, el sistema será sometido a varias pruebas de funcionalidad y de esta manera obtener beneficios para los abonados y determinar la eficiencia del sistema de información a la comunidad.⁴

2.1.3 Fundamentación

³ CÁRDENAS, Santiago: IMPLEMENTACIÓN DE UNA CENTRAL TELEFÓNICA DE VOZ SOBRE INTERNET (VOIP) BASADO EN SOFTWARE LIBRE PARA LA EMPRESA PROVEEDORA DE INTERNET SPEEDY COM CÍA. LTDA.2009. <http://repo.uta.edu.ec/handle/123456789/300>

⁴ OBANDO, Gabriela: “ESTUDIO DE IVR (RESPUESTA INTERACTIVA DE VOZ) CON ACCESO A BASE DE DATOS”.2009. <http://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/607/1/Tesis%20de%20Grado.pdf>.

FUNDAMENTACION CIENTIFICA

Inseguridad

Se conoce como inseguridad a la sensación o estado que percibe un individuo o un conjunto social respecto de su imagen, de su integridad física y/o mental y en su relación con el mundo.

Existen diversas causas y entornos en donde puede referirse a la inseguridad.

Por ejemplo, la percepción de inseguridad suele estar íntimamente vinculada con la psiquis y el estado mental de un individuo. De acuerdo con sus vivencias, experiencias, entorno relacional y aspectos de personalidad, un individuo puede sentirse más o menos seguro frente al mundo respecto de su imagen, sus características físicas y mentales y su identidad. Suele considerarse que aquellas personas más introvertidas o reservadas respecto de su imagen pública son aquellas que padecen algún desorden de inseguridad o baja autoestima, por ejemplo, en cuanto a su aspecto físico o, por caso, en relación con determinados elementos de su personalidad y/o forma de pensar. Sin embargo, muchos psicólogos también interpretan que una imagen pública de excesiva confianza puede íntimamente ocultar un estado de disconformidad o inseguridad con uno mismo. (ABC)⁵

Factores que contribuyen a la inseguridad

Esta violencia, que tiene su origen en las actividades de la delincuencia organizada y cuyas manifestaciones hemos descrito, es una realidad compleja, difícil de explicar en una sencilla relación de causalidad; es también una realidad multidimensional, que toca distintos ámbitos de la vida, en los que debemos descubrir los factores que contribuyen a su existencia y sobre los que se debe intervenir, para prevenirla, atenuar sus efectos y atender a las personas más vulnerables.

⁵ <http://www.definicionabc.com/social/inseguridad.php#ixzz2kdmRiCLw>

En la actividad económica

La economía es uno de los ámbitos en los que debemos buscar los factores que contribuyen a la existencia de la violencia organizada. La desigualdad y la exclusión social, la pobreza, el desempleo, los bajos salarios, la discriminación, la migración forzada y los niveles inhumanos de vida, exponen a la violencia a muchas personas: por la irritación social que implican; por hacerlas vulnerables ante las propuestas de actividades ilícitas y porque favorecen, en quienes tienen dinero, la corrupción y el abuso de poder.

Si bien, en este contexto, este modelo de economía ha propiciado el crecimiento económico de algunos sectores productivos en algunas regiones del país, también ha originado, en otras regiones, el deterioro de sectores vulnerables, que apenas han podido subsistir o que han sido excluidos de una economía moderna que no se interesa por aspectos fundamentales de la vida social y económica como son el derecho al trabajo, la conservación de los recursos naturales y la preservación del medio ambiente.

Pobreza y desigualdad

La pobreza ha crecido. En el contexto de la crisis financiera mundial los resultados conseguidos en años, por la implementación de programas para la superación de la pobreza, han retrocedido en meses. No sólo se incrementan las formas de pobreza tradicional y de injusticia social que ya existían, sino que aparecen nuevas categorías sociales que se empobrecen y surgen nuevas pobrezas. Esta situación no puede ocultarse tras la generalidad de las estadísticas, la pobreza adquiere en la vida real rostros muy concretos.

Insuficiencia de las reformas económicas

Las reformas que se han hecho para situar la economía del país en el conjunto de la economía global en poco tiempo se han vuelto insuficientes. Las exigencias para la integración equitativa del país en mercados más amplios nos han rebasado. La formación profesional ha quedado fuera del alcance de una gran mayoría de

mexicanos. Crece constantemente el número de jóvenes que no estudian ni trabajan, con lo que se incrementa la migración y la economía informal.

Desempleo y subempleo

Según datos del INEGI, en el tercer trimestre de 2009 el número de personas desocupadas y sin posibilidad de obtener un ingreso llegó a 2.9 millones de mexicanos, lo que significó una desocupación del 6,2 % de la población económicamente activa. En las zonas más urbanizadas, con cien mil y más habitantes, alcanzó 7.6 %. En el mismo período, en el año anterior, la tasa de desocupación fue de 4.2 %. En el tercer trimestre de 2009, el 28.2 % de la población económicamente activa trabajaba en el sector informal.

El porcentaje de jóvenes que, incluso teniendo estudios, no tiene acceso a empleos estables y remunerados es muy alto. Esto hace que muchos de ellos, ante la falta de alternativas, sean oferta laboral para la demanda de quienes se dedican al narcomenudeo o a la delincuencia organizada. La precariedad del trabajo y el subempleo también están entre los factores que explican la violencia urbana.

En la vida política

En medio de la crisis de inseguridad y violencia, se van organizando grupos sociales que de distintas maneras buscan hacer sentir su frustración social ante las insuficientes garantías de seguridad que tienen los ciudadanos y ante la impunidad en que quedan muchos delitos del crimen organizado. Muchas personas, al dolor de haber perdido un ser querido o a su condición de víctimas inocentes, añaden la impotencia de respuestas parciales, en ocasiones contradictorias y hasta cómplices de las instancias de servicio público. Cuando la frustración de estos grupos sociales es capitalizada por actores políticos para sus propios fines, aumenta el riesgo de reivindicaciones violentas y el peligro para la sociedad.⁶

Calidad de los servicios

6

Servicio de Taxi

En el transcurso de los últimos años, Milagro ha progresado a pasos agigantados, haciendo gala de su habitual dinamia, generada por su gente y por sus instituciones, convirtiendo a esta tierra privilegiada de siempre en un emporio de riqueza, cultura y de trabajo por excelencia, hoy en día.

Ubicada en una zona de excepción, el cantón Milagro se halla enlazado a los demás sectores del país a través de una red vial de primer orden. Su proximidad a Guayaquil, puerto principal, le ha dado muchas ventajas, ya que mantiene una activa relación comercial, laboral y cultural que le ha permitido desarrollarse como una urbe moderna.

En cuanto al servicio de taxis, alrededor de 600 unidades están agrupadas en once cooperativas, las que se encuentran afectadas por la existencia de unidades “piratas”, taxis amigos y taxi motos, que circulan efectuando el mismo servicio y hacia lugares más aislados de la ciudad, especialmente en horas de la noche y madrugada.

El taxi es un vehículo de alquiler con conductor (taxista) que se utiliza en el servicio de transporte de uno o un grupo pequeño de pasajeros por contrato. Usualmente, en modos de transporte público, los lugares donde se recoge y se deja el pasajero se deciden por el proveedor (oferente), mientras que en el caso del taxi, el usuario (demandante) los determina. Es decir, a diferencia de los otros tipos de transporte público, como son las líneas del metro, tranvía o del autobús, el servicio ofrecido por el taxi se caracteriza por ser *puerta a puerta*. La palabra «taxi», según el Diccionario de la Real Academia Española, es una forma abreviada de la palabra «taxímetro», que a su vez deriva del griego τάξις, «tasa» y el griego μέτρον, que significa «medida».

El origen de la palabra taxi, tiene diferentes acepciones; La palabra universal que identifica a los automóviles que se dedican a dar servicio de transporte dentro de las ciudades sin una ruta determinada es Taxi. Proviene de un apellido alemán y específicamente de la familia Von Taxis. Fue Franz Von Taxis quien fue el creador del concepto Taxi, cuando creó la primera línea de coches de posta entre Holanda Y Francia, a solicitud del Káiser Maximiliano I, para el transporte de correo entre sus

residencias de Onsbruck y Bruselas, en el año de 1490. En el año de 1504, Franz Von Taxis monopolizaba ya las rutas en España. Fue tal el éxito de estos vehículos y del servicio que prestaban, que la familia Von Taxis, fue elevada al rango de Condes en el siglo XVII, recibiendo también el título de Cartero Maestro.

El color amarillo fue elegido en la ciudad de Nueva York pues era un color fácil de distinguir entre la masa de automóviles. En la ciudad de México todavía encontramos algunos "sitios" en donde además de dar el servicio de transporte de personas y sus pertenencias dentro de la jurisdicción del Distrito Federal, también ofrecen el servicio de "delivery" en el mismo territorio. Podríamos decir que todos aquellos que se dedican al transporte de personas o corren sin ruta fija y por un pago determinado de dinero, son taxistas, ya sea dentro de una entidad (estado, departamento, municipio) o a nivel internacional.

Hoy el servicio se ha diversificado y especializado y como hemos visto en algunas ciudades europeas, hay taxis especializados en el transporte de mujeres, niños y personas de la tercera edad; también están los taxis que dan servicio exclusivo de los aeropuertos, centrales de autobuses o estación del ferrocarril, a las ciudades; los que trabajan sin una base fija, o los que se ubican en sitios fijos; los hay que cobran con taxímetro (que mide tiempo y distancia) o los que cobran determinada cantidad acordada entre el chofer y el cliente.

Cualquiera que sea la variante, sin duda los taxistas prestan un servicio invaluable a la ciudadanía que no está exenta alguna vez de abusos por parte de los prestadores del servicio. Ser taxista se ha convertido en una noble actividad de sobrevivencia para muchos profesionistas desempleados y fuente de enriquecimiento para quienes han sabido administrar su trabajo y reinvertir productivamente sus ganancias.

La actividad de taxista incluso ha sido productiva para quienes la trabajan de manera ilegal, sin los permisos y placas correspondientes, es decir, bajo la forma de piratería, que es una competencia no sólo ilegal sino desleal respecto a quienes sí cumplen con los requisitos de ley. También se ha convertido en una actividad laboral de alto riesgo en ciudades en donde la delincuencia ha alcanzado niveles elevados y donde el tráfico es intenso y caótico. Ahí los taxistas están expuestos a asaltos, robo de sus unidades, secuestros, o accidentes de tráfico debido a la alta cantidad de

conductores que tienen licencia pero no los conocimientos y habilidades para conducir un vehículo.⁷

A lo que se deben sumar largas y extenuantes jornadas laborales, muchas veces superiores a las 12 horas de trabajo diario para poder sacar la cuota diaria para sobrevivir. Pero esos riesgos y dificultades que los taxistas afrontan todos los días, no hacen sino ennoblecer y dignificar la labor social de taxista.

La calidad en los servicios

Desde tiempos remotos se ha entendido que la filosofía y las técnicas de calidad solo eran aplicables a empresas industriales. Pero desde siempre han existido organizaciones que se han distinguido de la competencia por una mejor política de servicios que los ha llevado a conseguir una ventaja diferencial en el mercado. Actualmente, por el alto nivel de vida que ha alcanzado la humanidad, los servicios se han desarrollado abarcando grandes esferas.

El servicio es un proceso cuya finalidad es la plena satisfacción del cliente la cual será medida de inicio a fin, independientemente de los aspectos meramente materiales, la gestión de compra, operaciones y el funcionamiento de los factores que interactúan en el proceso.

Johnston,(1997) expresa que en las empresas de prestación de servicios existe la calidad de los productos, es decir, la calidad de los tangibles que serían las anexiones que son provistas para el uso o consumo del cliente en el sistema. También hace referencia a la calidad de los intangibles, que sería la forma en que se ofrece el servicio y el trato que se le da al cliente. Por lo visto, este autor integra los dos aspectos para definir dicho constructo.

La calidad en la prestación de servicios interrelaciona aspectos comunes de la propia actividad, de orden económico, técnico-organizativo, socio-cultural y socio-psicológico. Existen elementos que interactúan en el proceso de prestación del servicio como son: los humanos, representados por los miembros del colectivo de trabajo que atiende a los usuarios; de organización, descritos por aspectos

⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Taxi>

dinámicos cualitativos de la organización (procedimientos, turnos, vías, métodos de trabajo, etc.); de ambiente, formulados por condiciones físicas, higiénicas y estéticas.

Hoy se aceptan diez factores claves en la calidad del servicio:

1. Escuchar al cliente para definir los servicios y su calidad.
2. Educación y capacitación de los empleados como clientes internos para satisfacer mejor a los clientes externos.
3. Medir el impacto de la lealtad del cliente.
4. Establecer canales permanentes de comunicación con el cliente.
5. Evaluación de los procesos y productos internos para conocer si cumple con las expectativas, las necesidades y los deseos del cliente.
6. Compararse con los mejores para determinar cuáles son las áreas potenciales de mejoramiento.
7. Darle mayor poder de decisión y autoridad a los empleados para asumir los riesgos complaciendo al cliente.
8. Integración real y no formal al plan de mejoramiento de la empresa.
9. Reconocimiento a las personas que apliquen consecuentemente las filosofías gerenciales mediante el establecimiento de políticas de estímulos.
10. Medir periódicamente el esfuerzo y los resultados obtenidos en particular los progresos alcanzados y la calidad del servicio.

Estos factores deben tenerse en cuenta para lograr una mayor participación en el mercado considerando la calidad del servicio y distinguiendo entre producto de calidad y servicio de calidad. Un producto de calidad es lo ¿qué? el cliente recibe, mientras que un servicio de calidad, se refiere a ¿cómo? lo recibe. El ¿qué? y el

¿cómo? se convierten así en dos grandes desafíos para utilizar la calidad como factor competitivo en la estrategia de crear clientes satisfechos.

La transformación de las empresas y la globalización de las economías, han ocasionado un sinnúmero de problemas y dificultades en el entorno competitivo. Las organizaciones de servicio cada día ocupan un margen más amplio en las economías, por lo que resulta difícil establecer la comparación de un servicio con la competencia, esto es producto del alto nivel de cultura que ha alcanzado la humanidad en esta materia siendo cada vez más exigente, por lo que la clave del éxito hoy, radica en la adopción de un buen Sistema de Gestión de la Calidad que conduzca a mantener determinadas ventajas competitivas en el entorno socioeconómico.

Este sistema de gestión tiene sus efectos sobre el impulso del marketing y de su rendimiento económico, recae también sobre el mantenimiento o aumento de la cuota de mercado y la fidelidad del cliente hacia una marca o producto (Johs, 1996). Además está relacionada con el control de costos por el ahorro de materiales, menos desperdicios y tiempo en los reprocesos, el rendimiento de las inversiones a corto y largo plazo, el nivel de beneficios, la satisfacción y retención de clientes y la publicidad directa entre los consumidores del servicio (Buttle,1996). Las enormes pérdidas de recursos generadas por diversos tipos de desperdicios o fallas, es muestra de una gestión que pierde de vista el alcance de la excelencia en materia de calidad de sus procesos, servicios y productos. Es difícil generar calidad hacia fuera de la organización sin tenerla internamente, sólo generando la excelencia interna es factible posicionarse en la mente de los consumidores como un oferente de productos y servicios con alto valor agregado.” (CEDEÑO MILLARES, 2010).

Usos De Las Redes Telefónicas

Los nodos son parte fundamental en cualquier red de telecomunicaciones, son los encargados de realizar las diversas funciones de procesamiento que requieren cada una de las señales o mensajes que circulan o transitan a través de los enlaces de la red. Desde un punto de vista topológico, los nodos proveen los enlaces físicos entre los diversos canales que conforman la red. Los nodos de una red de telecomunicaciones son equipos (en su mayor parte digitales, aunque pueden tener

alguna etapa de procesamiento analógico, como un modulador) que realizan las siguientes funciones:

a) Establecimiento y verificación de un protocolo.

Los nodos de la red de telecomunicaciones realizan los diferentes procesos de comunicación de acuerdo a un conjunto de reglas conocidas como protocolos; éstos se ejecutan en los nodos, garantizando una comunicación exitosa entre sí, utilizando para ello, los canales que los enlazan.

b) Transmisión.

Existe la necesidad de hacer uso eficiente de los canales, por lo cual, en esta función, los nodos adaptan al canal, la información o los mensajes en los cuales está contenida, para su transporte eficiente y efectivo a través de la red.

c) Interfase.

En esta función el nodo se encarga de proporcionar al canal las señales que serán transmitidas de acuerdo con el medio de que está formado el canal. Esto es, si el canal es de radio, las señales deberán ser electromagnéticas a la salida del nodo, independientemente de la forma que hayan tenido a su entrada y también de que el procesamiento en el nodo haya sido por medio de señales eléctricas.

d) Recuperación.

Si durante una transmisión se interrumpe la posibilidad de terminar exitosamente la transferencia de información de un nodo a otro, el sistema, a través de sus nodos, debe ser capaz de recuperarse y reanudar en cuanto sea posible la transmisión de aquellas partes del mensaje que no fueron transmitidas con éxito.

e) Formateo.

Cuando un mensaje transita a lo largo de una red, pero principalmente cuando existe una interconexión entre redes que manejan distintos protocolos, puede ser necesario que en los nodos se modifique el formato de los mensajes para que todos los nodos

de la red (o de la conexión de redes) puedan trabajar con éste; esto se conoce con el nombre de formateo (o, en su caso, de reformateo).

f) Enrutamiento.

Cuando un mensaje llega a un nodo de la red de telecomunicaciones, debe tener información acerca de los usuarios de origen y destino; es decir, sobre el usuario que lo generó y aquel al que está destinado. Sin embargo, cada vez que el mensaje transita por un nodo y considerando que en cada nodo hay varios enlaces conectados por los que, al menos en teoría, el mensaje podría ser enviado a cualquiera de ellos, en cada nodo se debe tomar la decisión de cuál debe ser el siguiente nodo al que debe enviarse el mensaje para garantizar que llegue a su destino rápidamente. Este proceso se denomina enrutamiento a través de la red. La selección de la ruta en cada nodo depende, entre otros factores, del número de mensajes que en cada momento están en proceso de ser transmitidos a través de los diferentes enlaces de la red.

g) Repetición.

Existen protocolos que entre sus reglas tienen una previsión por medio de la cual el nodo receptor detecta si ha habido algún error en la transmisión. Esto permite al nodo destino solicitar al nodo previo que retransmita el mensaje hasta que llegue sin errores y el nodo receptor pueda, a su vez, retransmitirlo al siguiente nodo.

h) Direccionamiento.

Un nodo requiere la capacidad de identificar direcciones para poder hacer llegar un mensaje a su destino, principalmente cuando el usuario final está conectado a otra red de telecomunicaciones.

i) Control de flujo.

Todo canal de comunicaciones tiene una cierta capacidad de manejar mensajes; cuando el canal está saturado no se deben enviar más por medio de ese canal, hasta que los previamente enviados hayan sido entregados a sus destinos⁸

Perpectivas Futuras De Las Redes Telefónicas

Por medio de una red de televisión por cable se pueden prestar servicios de distribución de señales de televisión a residencias en general, pero últimamente se han iniciado servicios restringidos, como son los servicios de "pago por evento". Es posible que gracias a los avances tecnológicos en diversos campos, en un futuro no muy lejano estén interconectadas las redes de telefonía con las de televisión por cable, y a través de esta interconexión los usuarios podrán explotar simultáneamente la gran capacidad de las redes de cable para televisión y la gran cobertura y capacidad de procesamiento que tienen las redes telefónicas.

La conmutación se puede dar de 2 formas:

- a. Conmutación de circuitos: en la que primero se establece la trayectoria a seguir
- b. Conmutación de paquetes: la cual funciona a través de ráfagas de información.

Las redes telefónicas resultan lentas para la transmisión de una información cada vez más densa, especialmente cuando se trata de gráficos. Los nuevos materiales y las futuras redes telemáticas son la apuesta para sobrepasar el límite actual. Y el usuario debe sobrepasar también la barrera que implica todavía el manejo del

⁸ CENTRAL TELEFONICA: Usos de redes telefónicas. Extraído el 26 de Agosto del 2013. docente.uco.mx/.../TIPOS%20DE%20CENTRALES%20TELEFONICA.

ordenador y de los programas de navegación. Esa barrera es, sin embargo, cada vez menor.⁹

2.2 MARCO LEGAL

El reglamento general de cooperativas en el art. 7 indica:

“Para constituir una cooperativa se deberá, previamente, realizar una Asamblea General, a la que concurrirán las personas interesadas en ella, bajo el asesoramiento de un difusor o experto en la doctrina cooperativista, que hará conocer a los asistentes las ventajas del sistema cooperativo y las conveniencias y posibilidades de organizar la cooperativa”.

- ❖ Designar un Directorio Provisional, como lo establece el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 7:

“En esta Asamblea se estudiara todos los problemas y aspectos relacionados con la Organización, y si la mayoría estimare conveniente formar la cooperativa, se designara un Directorio Provisional, compuesto de un Presidente, tres Vocales, Secretario y Tesorero, que se encargara de formular o hacer redactar el estatuto, de solicitar su tramitación y de obtener la aprobación legal”.

- ❖ Presentar documentaciones para obtener la aprobación del Estatuto de la Cooperativa y Constitución legal, como lo establece el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 9:

“Para obtener la aprobación del estatuto de la cooperativa y su constitución legal, el Directorio Provisional deberá presentar ante el ministerio de Previsión social y cooperativas los siguientes documentos:

- ❖ Una solicitud de aprobación del estatuto, dirigida al Ministro de Previsión Social y cooperativas.
- ❖ Una certificación del técnico, difusor o promotor, que haya asesorado a la cooperativa, de que los miembros de ellas se hallan bien enterados de sus objetivos y de que han recibido suficiente instrucción doctrina.

⁹ CENTRAL TELEFONICA: Perpectivas Futuras De Las Redes Telefónicas. Extraído el 26 de Agosto del 2013. docente.ucol.mx/.../TIPOS%20DE%20CENTRALES%20TELEFONICA.

- ❖ Una copia del acta constitutiva de la Asamblea General en la que se haya designado el Directorio Provisional, con la nomina de sus miembros;
- ❖ El estatuto en tres ejemplares, escrito con claridad, y que contendrá las siguientes especificaciones:
 - a)** Nombre, domicilio y responsabilidad de la cooperativa;
 - b)** Sus finalidades y campo de acción;
 - c)** Los derechos y obligaciones de los socios;
 - d)** Su estructura y organización internas;
 - e)** Las medidas de control y vigilancia;
 - f)** La forma de constituir, pagar o incrementar el capital social;
 - g)** El principio y el término del año económico;
 - h)** El uso y distribución de los excedentes;
 - i)** Las causas de disolución y liquidación de la cooperativa;
 - j)** El procedimiento para reformar el estatuto; y,
 - k)** Las demás disposiciones que se considere necesarias para el buen funcionamiento de la cooperativa, en tanto no se opongan a la Ley y al presente Reglamento;
- ❖ Una certificación del Secretario, al final del estatuto, de que este fue discutido en tres sesiones diferentes y aprobado;
- ❖ Tres copias de la lista de los socios fundadores, con las especificaciones siguientes: nombre, domicilio, estado civil, ocupación y nacionalidad de cada socio; número y valor de los certificados de aportación que suscribe, cantidad que paga de contado, el número de la cedula de identidad y su firma;
- ❖ Certificación de la autoridad competente, al final de la lista a que se refiere el número anterior, de que los miembros de la cooperativa la firmaron en su presencia. Esta certificación la podrá extender el Gobernador, el Jefe Político, el Teniente Político o un funcionario de la Dirección Nacional de Cooperativas;
- ❖ Comprobante del depósito bancario de por lo menos el 50% del valor de los certificados de aportar que hayan suscrito los socios;
- ❖ Plan inicial de trabajo y financiamiento de la cooperativa. En este plan se hará constar: la clase de actividades que va a desarrollar la cooperativa; el capital

inicial que se requiere para realizar tales actividades, indicando los costos de operación; el rendimiento posible de la empresa en el lapso de un año, la manera como se incrementara el capital, a base de cuotas, préstamos o capacitación de intereses o beneficios; las ventajas sociales, culturales y de cualquier otra índole, que obtendrán los socios”.

- ❖ El acta constitutiva del numeral 3, será firmada por todos los socios fundadores de la cooperativa, como lo establece el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 10: “El acta constitutiva, a que se refiere el numeral 3 del artículo anterior, será firmada por todos los socios fundadores de la cooperativa”.
- ❖ Previa a la obtención del comprobante de depósito bancario se deberá abrir una cuenta de integración de capital, con los requisitos que establece la página de internet del banco de Machala.

“son requisitos para la cuenta de integración de capital”

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- ❖ Copia de escritura o estatuto de constitución de la compañía
- ❖ Copia de escritura de aumento de capital o reforma de estatutos, si las hubiere
- ❖ Copia del nombramiento del representante legal
- ❖ Copia del documento de identidad y certificado de votación del representante legal y de las personas autorizadas a firmar la cuenta.
- ❖ Copia del último Balance con la nómina de los accionistas y certificado de cumplimiento de obligaciones
- ❖ Carta suscrita por el representante legal autorizando el registro de firmas autorizadas
- ❖ Copia de la última planilla cancelada de agua, luz o teléfono”

Dentro de los 30 días siguientes a la presentación de la solicitud, la Dirección Nacional de Cooperativas responderá aprobando o reprobando el estatuto de la cooperativa, como lo indica el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 13: “Una vez realizado el estudio de la documentación de la cooperativa, el Ministerio de Previsión Social, de no encontrar impedimento legal alguno y ser viable el plan presentado, expedirá dentro de los treinta días siguientes a la presentación de la solicitud, el Acuerdo de aprobación del estatuto que le concede la personería

jurídica, y ordenara la inscripción de la cooperativa en el Registro que, con tal objeto, llevara la Dirección Nacional de Cooperativas”.

De ser aprobado el estatuto se procederá a inscribir a la cooperativa en el Registro de Cooperativas, como hace referencia el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 13: “Una vez realizado el estudio de la documentación de la cooperativa, el Ministerio de Previsión Social, de no encontrar impedimento legal alguno y ser viable el plan presentado, expedirá dentro de los treinta días siguientes a la presentación de la solicitud, el Acuerdo de aprobación del estatuto que le concede la personería jurídica, y ordenara la inscripción de la cooperativa en el Registro que, con tal objeto, llevara la Dirección Nacional de Cooperativas” en dicho Registro constara datos de vital importancia, como lo indica el artículo 14: “La fecha de inscripción en el Registro de Cooperativas determinara el principio de la existencia legal de las mismas. En dicho Registro constaran los siguientes datos:

- a)** Nombre y domicilio de la cooperativa;
- b)** Grupo y clase de los que pertenece;
- c)** Capital suscrito inicialmente y capital pagado;
- d)** Número de socios fundadores;
- e)** Fecha y numero de inscripción; y
- f)** Firmas del Director Nacional de Cooperativas”.

El nombre de la cooperativa indicado en literal a) no podrá coincidir con el de otra cooperativa, tal como lo establece el artículo 11: “La denominación de una cooperativa no debe coincidir con la de otra de la misma línea que este ya aprobada por el Ministerio de Previsión Social y Cooperativas, ni corresponderá a nombres de personas vivientes, sean o no autoridades”, pudiendo optar también por un régimen de responsabilidad como lo determina el artículo 15: “Las sociedades cooperativas pueden optar los siguientes regímenes de responsabilidad:

- a)** de responsabilidad limitada,
- b)** de responsabilidad suplementada, y
- c)** de responsabilidad ilimitada

La responsabilidad limitada comprende únicamente el capital aportado por los socios a la cooperativa. La responsabilidad suplementada, además del capital aportado por los socios, compromete la parte de los bienes personales de dichos socios a que se extiende la responsabilidad. Y la responsabilidad ilimitada es aquella que no solo compromete el capital aportado por los socios a la cooperativa sino el patrimonio personal de cada uno de ellos”.

El número de socios fundadores indicado en literal d), no podrá ser menor que once, como lo indica el artículo 6: “Ninguna cooperativa se formara con menos de once personas naturales o naturales y jurídicas, o de tres personas jurídicas solamente, con excepción de las cooperativas de consumo de artículos de primera necesidad, a que se refiere el artículo 83 de este Reglamento, que deberán tener un mínimo de cincuenta socios”.

Obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas.

“Los requisitos están indicados en el instructivo para inscribir y actualizar el RUC, que entrega el SRI y son:

- ❖ Formulario RUC 01-A o 01-AB suscritos por el Representante legal.
- ❖ Presentar la original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizados por el organismo de control respectivo.
- ❖ Presentar el original o copia certificada del nombramiento vigente del Representante Legal.
- ❖ Original y copia de uno de los siguientes documentos que acredite la dirección en donde se realice la actividad económica:
 - ❖ Planilla de agua, luz, teléfono o televisión por cable, etc.
 - ❖ Nombres y apellidos completos y numero de RUC del contador”.

Presentar documentaciones para obtener el Permiso de Operación o Habilitación Operacional, tal como lo indica la Ordenanza Metropolitana 0247 en su artículo I.464(4): “Constituida legalmente la compañía o cooperativa de transporte registrada en la EMSAT su representante legal solicitara por escrito a la Gerencia General de EMSAT, se le otorgue el respectivo permiso de Operación. La solicitud contendrá los siguientes datos:

- ❖ Solicitud dirigida al Gerente General de EMSAT,

- ❖ Estatuto o escritura de constitución de la cooperativa o compañía, legalmente registrada,
- ❖ Pago de la tasa de Permiso de Operación,
- ❖ Registro de los representantes legales de las compañías o cooperativas,
- ❖ Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa,
- ❖ Nómina de Accionistas emitida por la Superintendencia de Compañías o la Dirección de Cooperativas, copias de las cédulas, certificados de votación, licencia de conducir, categoría profesional para los socios, además copias certificadas de las licencias profesionales vigentes de las personas que estén autorizadas para la conducción de un vehículo de transporte público,
- ❖ Listado de la flota vehicular especificando la marca, número de motor, chasis, modelo, año de fabricación, factura o matrícula.
- ❖ Certificado de aprobación de la Revisión Técnica Vehicular emitido por la CORPAIRE.
- ❖ Seguro Obligatorio de tránsito, “SOAT”
- ❖ Certificado de la operadora de no adeudar a la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito”.

La contratación del SOAT indicado en el numeral 9, se realizara tal como lo indica el instructivo para contratar el SOAT, existente en la página de internet www.soatecuador.info, que indica:

“El proceso de contratación del seguro es muy sencillo y busca la agilidad en el proceso.

Los únicos requisitos para adquirir el SOAT son:

- ❖ La presentación de la matrícula del vehículo, y
- ❖ El pago del valor correspondiente del seguro.

Opcionalmente puede presentarse la cédula de identidad del contratando o de la persona cuyo nombre se desea que aparezca en el certificado, o el RUC de la empresa o profesional que contrata el seguro, esto para fines tributarios y contables”.

2.3 MARCO CONCEPTUAL

Comunicación telefónica.-Dentro de la comunicación telefónica hay muchas herramientas que pueden ser de gran ayuda y utilidad a la hora de implementarlo en nuestra institución o empresa, por eso existen algunas técnicas y elementos que tenemos que tomar en cuenta al momento de comunicarnos por vía telefónica.

(DEFINICION ABC, 2009)

Seguridad personal.- Seguridad es el conjunto de normas preventivas y operativas, con apoyo de procedimientos, programas, sistemas, y equipos de seguridad y protección, orientados a neutralizar, minimizar y controlar los efectos de actos ilícitos o situaciones de emergencia, que afecten y lesionen a las personas y los bienes que estas poseen. (DEFINICION ABC, 2009)

Integridad personal.- La integridad personal permite nombrar a la total o amplia gama de aptitudes poseídas por una persona.

Una persona íntegra es aquella que no se queda en una sola actividad, sino que se mueve por las distintas áreas del conocimiento. Un gran ejemplo de persona íntegra es Leonardo Da Vinci, quien se destacó como pintor artístico, escultor, arquitecto, ingeniero, filósofo, escritor, músico y anatomista. La integridad fue característica en el hombre. Una persona íntegra es aquella que siempre hace lo correcto, al referirnos a hacer lo correcto significa hacer todo aquello que consideramos bien para nosotros y que no afecte los intereses de las demás personas. (DEFINICION ABC, 2009)

Confianza.- La confianza es la seguridad o esperanza firme que alguien tiene de otro individuo o de algo. También se trata de la presunción de uno mismo y del ánimo o vigor para obrar, confianza se requiere, por otra parte, a la familiaridad en el trato. Para la psicología social y la sociología, la confianza es una hipótesis que se realiza sobre la conducta futura del prójimo. Se trata de una creencia que estima que una persona será capaz de actuar de una cierta manera frente a una determina

situación, En este sentido, la confianza puede reforzarse o debilitarse de acuerdo a las acciones de la otra persona. (DEFINICION ABC, 2009)

Seguridad ciudadana.- Podemos iniciar señalando que con relación al concepto propiamente dicho de seguridad ciudadana, no existe una definición exacta de la misma, por ello la normatividad y la doctrina no es uniforme en su conceptualización.

Algunos señalan que el concepto de Seguridad Ciudadana está estrechamente ligado a otros afines y contiene de por sí una alta carga ideológica y política.

La finalidad de este orden consiste en hacer posible que cada uno de los integrantes de la comunidad pueda alcanzar la mayor realización posible en su condición de persona, mediante la promoción de un ambiente de vida caracterizado por la armonía, la paz y la vivencia cotidiana de la seguridad, abriéndose paso así a la expresión de toda la potencialidad que tiene la libertad humana, en su creatividad material o espiritual, lo que da origen a la felicidad. (DEFINICION ABC, 2009)

Taxismo.- Ante la falta de una política de planificación, por parte del Estado y los municipios, para saber cómo crecen las ciudades, por falta de regulación y control sobre las compañías de taxis para saber cómo operan y como prestan el servicio, la dirigencia de ese servicio tomo decisiones a su favor. En el ex Concejo Nacional de Transito, la mayoría de miembros del Directorio era representante de los choferes. Ellos imponían las políticas y el control y la regulación del transporte. Así, empezaron a crecer los taxistas convencionales y luego los ejecutivos. (DEFINICION ABC, 2009)

Taxi ejecutivo.- El taxi es un vehículo de alquiler con conductor (taxista) que se utiliza en el servicio de transporte de uno o un grupo pequeño de pasajeros por contrato. Usualmente, en modos de transporte público, los lugares donde se recoge y se deja el pasajero se deciden por el proveedor, mientras que en el caso del taxi, el usuario los determina. Es decir, a diferencia de los otros tipos de transporte público, como son las líneas del metro, tranvía o del autobús, el servicio ofrecido por el taxi se caracteriza por puerta a puerta. (DEFINICION ABC, 2009)

Compañía.- El termino compañía puede referirse a aquellas sociedades o reuniones de varias personas, que además de elemento humano cuentan con otros técnicos y materiales y cuyo principal objetivo radica en la obtención de utilidades o la prestación de algún servicio a la comunidad, es decir, en este caso, la palabra compañía actúa como un sinónimo del concepto de empresa. (DEFINICION ABC, 2009)

Comunicación.- Se entiende por comunicación a la relación existente entre un emisor y un receptor que transmite a través de señales, y a través de un código común. (DEFINICION ABC, 2009)

Coordinación.- Coordinación se refiere a la acción y efecto de coordinar. Este verbo, a su vez, significa disponer cosas metódicamente o concertar medios y esfuerzos para una acción común. (DEFINICION ABC, 2009)

Eficiencia.- Es la relación entre los recursos utilizados en un proyecto y los logros conseguidos con el mismo. Se entiende que la eficiencia se da cuando utilizan menos recursos para lograr un mismo objetivo. O al contrario, cuando se logran más objetivos con los mismos o menos recursos. (DEFINICION ABC, 2009)

Estrategias.- Las estrategias son los métodos que utilizamos para hacer algo. (DEFINICION ABC, 2009)

Fortalezas.- Son los elementos positivos que posee la organización, estos constituyen los recursos para la consecución de sus objetivos. Ejemplos de fortaleza son: Objetivos claros y realizables, constitución adecuada, capacitación obtenida, motivación, seguridad, conocimientos, aceptación, decisión, voluntad, etc. (DEFINICION ABC, 2009)

Indicadores.- Herramientas para clarificar y definir, de forma más precisa, objetivos e impactos, son medidas verificables de cambio o resultado diseñadas para contar con un estándar contra el cual evaluar, estimar o demostrar el proceso con respecto a metas establecidas. (DEFINICION ABC, 2009)

2.4 HIPOTESIS Y VARIABLES

2.4.1 Hipótesis General

La deficiente comunicación está afectando la calidad del servicio de taxis que oferta la cooperativa Julio Viteri Gamboa a la ciudadanía milagreña.

2.4.2 Hipótesis particulares

- ❖ La inseguridad de los pasajeros inciden en el servicio de taxis de la cooperativa Julio Viteri Gamboa.
- ❖ La aplicación de un sistema de comunicación no permite establecer un método de seguridad para los pasajeros que utilizan el servicio de taxis de la cooperativa Julio Viteri Gamboa.
- ❖ La carencia de los servicios de una central telefónica en la cooperativa Julio Viteri Gamboa incide en la eficiencia de la comunicación con el usuario.
- ❖ La ciudadanía milagreña debido a la carencia de un sistema de central telefónica ha sido sujeto de asalto por parte de personas que utilizan esta actividad para delinquir, les afecta en su integridad personal.

2.4.3 Declaración de variables.

Dependientes

- ❖ Calidad de los servicios.
- ❖ Inseguridad de los pasajeros.
- ❖ Métodos de seguridad.
- ❖ Desarrollo de actividad.

Independientes

- ❖ Comunicación.
- ❖ Población milagreña.
- ❖ Requerimientos legales.
- ❖ Delincuencia.

2.4.4 Operacionalización de las variables

Cuadro 1. Operacionalización de las variables independientes y dependientes.

Variable	Tipo	Concepto	Indicador
Calidad de servicio	Dependiente	El servicio es un proceso cuya finalidad es la plena satisfacción del cliente la cual será medida de inicio a fin	Listado de usuarios de taxis
Comunicación	Independiente	Falta de diálogo entre el usuario y el chofer y también de las cooperativas	Por encuesta y datos estadísticos
Población	Independiente	Población, es un conjunto de individuos de la misma especie que ocupan una misma área geográfica	Datos estadísticos de la población (censo)
Método de seguridad	Dependiente	Conjunto de estrategias para salvaguardar la integridad física de las personas	Control vehicular
Requerimientos legales	Independiente	Requerimientos legales , lo que tiene que cumplirse por mandato de la ley	Leyes y reglamentos vigentes

Inseguridad de la ciudadanía	Dependiente	Inseguridad, implica la existencia de un peligro	Alto índice del número de denuncias
Delincuencia	Independiente	Delincuencia, personas que violan las leyes	Alto índice del número de denuncias
Desarrollo de actividades	Dependiente	Desarrollo de actividades, cumplimiento de actividades que generan una ganancia	Aumento en la recaudación de impuestos

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL

El diseño de investigación es de campo debido a que se obtuvo información directa de un grupo objetivo; también corresponde a una investigación bibliográfica que se ha fundamentado en obtener información ya establecida que permitió fundamentar el marco teórico y posteriormente determinar los componentes que forman parte de la propuesta.

El proyecto es factible porque se logró establecer información que permitió concluir que realmente existe una necesidad o insatisfacción en el mercado, punto a favor para poner en marcha el proyecto propuesto.

Esta investigación es de tipo **documental** porque se analizó los posibles beneficios de la realización de este proyecto.

Descriptiva, porque la investigación desglosa las técnicas básicas que se adoptó con el fin de extraer información significativa que ayudaron a la realización del proyecto.

Correlacional, porque las variables están relacionadas unas a otras.

Explicativa, porque detalla las razones en la falta de este proyecto.

Y **Transaccional**, porque este diseño de investigación permitió la recolección de los datos claramente de la realidad, donde se pudo tomar en cuenta, que los datos no han sido manipulados en ningún momento.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1 Características de la población

Milagro según el INEC cuenta con un estimado de 166634 habitantes conocida como la tierra de las piñas, se encuentra a 45 km de Guayaquil este cantón tiene un alto nivel de progreso debido a su intensa dinámica comercial y la industria agro-productiva, entre las cuales podemos destacar la industria azucarera Valdez, gozando de una muy buena aceptación y posición en el mercado nacional e internacional, Ecoelectric que es una compañía dedicada a la producción de energía a partir del gabazo (residuo de la caña de azúcar).

3.2.2 Delimitación de la población

En el país de Ecuador, región costa, provincia del Guayas, cantón Milagro. Para esto nuestra población fueron los habitantes del Cantón Milagro que cuenta con aproximadamente 166634 habitantes, de los cuales serán objeto de estudio de 15 años a 60 en adelante.

3.2.3 Tipo de muestra

En la presente investigación utilizaremos la muestra no probabilística de este modo seleccionaremos a los individuos u objetos por causas relacionadas a la misma.

3.2.4 Tamaño de la muestra

$$n = \frac{NPQ}{\frac{(N-1)E^2}{Z^2} + PQ}$$
$$n = \frac{166634 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{\frac{(16634-1) \cdot (0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5) \cdot (0,5)}$$
$$n = \frac{166634 \cdot 0,25}{\frac{166633 \cdot 0,0025}{3,84} + 0,25}$$
$$n = \frac{41658,5}{\frac{416,58}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{41658,5}{108,49} \quad 0,25$$

$$n = \frac{41658,5}{108,74}$$

$$n = 383$$

3.2.5 Proceso de selección

El proceso de selección utilizado fue la tómbola, ya que al realizar la encuesta se escogió al azar a las personas.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS

3.3.1 Métodos teóricos

Para el desarrollo del proyecto de investigación se utilizó métodos teóricos tales como:

Inductivo.- Porque se tomó criterios y opiniones individuales mediante encuestas y entrevistas de todas las personas que han sido víctimas de actos ilícitos, para llegar a nuestra conclusión general.

Deductivo.- La aplicación de este método permitió analizar las causas por las cuales no se brinda un buen servicio de transportación y comunicación.

Síntesis.- Porque se analizó las causas y efectos donde se encuentran las variables y dependientes.

Estadístico.- A través de este método se tabulo la información recopilada.

3.3.2 Métodos empíricos

Para el desarrollo del proyecto de investigación se utilizó los métodos empíricos tales como:

Encuesta.- La encuesta se la realizó tomando una muestra de una determinada población, con la finalidad de obtener diferentes respuestas para la investigación.

Entrevista.- Nuestra entrevista será un dialogo con diferentes personas que conozcan del tema, objeto de estudio, con el fin de conocer sus ideas para sacar nuestras propias conclusiones y recomendaciones.

Muestreo.- Es una técnica que se utilizó para obtener el número proporcional de personas de acuerdo a la población a la que se debe realizar la investigación

Estudio documental.-Es documental porque se tomó información de libros (diversos autores), de revistas, internet, documentos históricos y otros medios que sirvan de ayuda para nuestra investigación.

3.3.3 Técnicas e instrumentos de la Investigación

Con la finalidad de alcanzar el objetivo propuesto en este proyecto se recurrió a las técnicas de la encuesta y la entrevista, las mismas que se van a desarrollar con personas que conocen del tema, objeto de investigación.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN

El procedimiento de la investigación se realizó por medio de una entrevista la cual se inició a través de una conversación seria que tiene como propósito extraer información relevante sobre la problemática planteada. Los datos obtenidos fueron procesados y analizados respectivamente para así obtener los resultados concernientes a la encuesta la cual nos permitirá realizar de manera más fácil la representación gráfica por medio de pasteles, barras o líneas.

CAPITULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Milagro es un cantón que mantiene un crecimiento constate en todos sus aspectos, tanto en la infraestructura, educación, política, y lo más relevante en su población, la misma que en la actualidad vive un alto movimiento tanto en su ámbito comercial como laboral.

Por lo tanto se ven exigidas las personas a transportarse de un lugar a otro, teniendo entonces que hacer uso tanto de un vehículo propio como privado.

Sin embargo el alto índice de delincuencia ha hecho de un modo de delinquir el asalto, robo y, etc., que han puesto en peligro la integridad de la ciudadanía.

Por lo tanto se ha establecido una problemática para identificar las causas e efectos que originan este problema, con el objeto de buscar las mejores soluciones y satisfacer esta necesidad de mercado a través de una eficiente comunicación entre el usuario y los que ofertan el servicio de taxi en la ciudad de Milagro.

Por lo tanto se ha establecido a utilización de un instrumento investigativo conocido como la encuesta, con el objeto de conocer las necesidades y expectativas de esta sociedad.

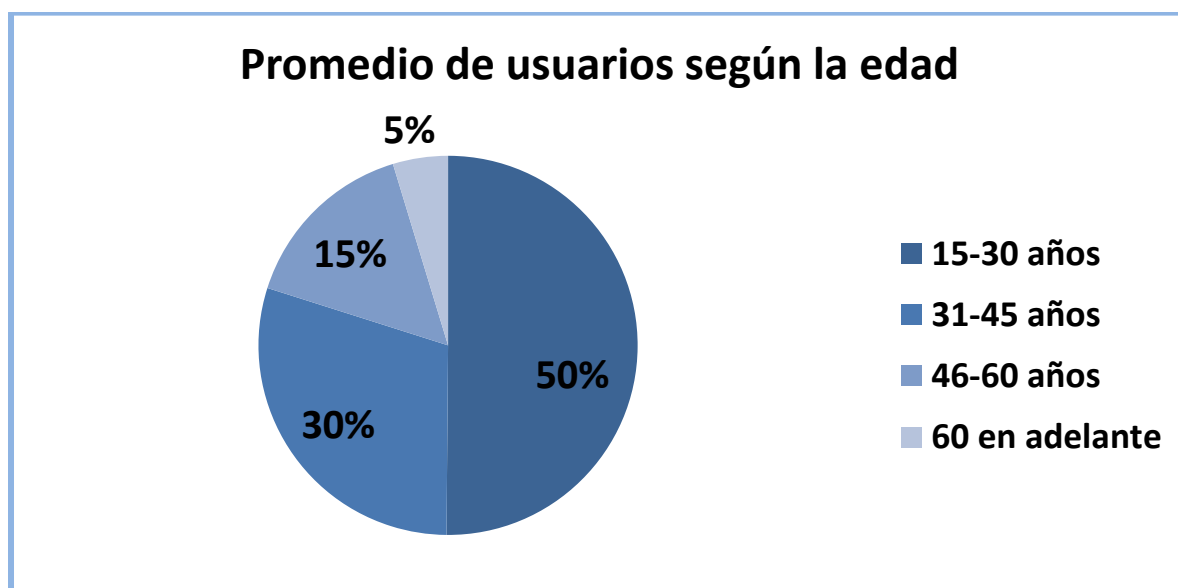
A continuación se podrá observar información relevante que permitirá fundamentar esta propuesta.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

Cuadro 2. Promedio de edades de los usuarios

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
15-30 años	192	50%
31-45 años	114	30%
46-60 años	59	15%
60 en adelante	18	5%
TOTAL	384	100%

Figura 1. Promedio de edades de los usuarios



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

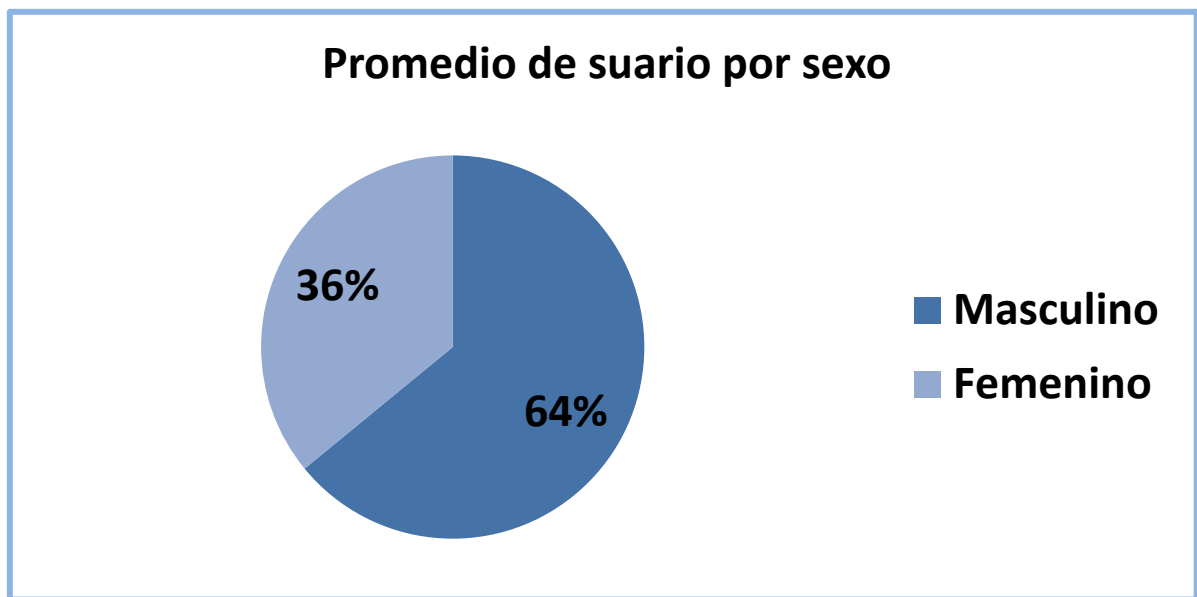
Análisis: El porcentaje más alto de usuarios de taxis en la ciudad de Milagro de la muestra tomada corresponden a edades comprendidas entre 15 y 45 años. Se considera a los trabajadores que laboran en las diferentes instituciones comerciales de la ciudad.

Sexo.

Cuadro 3. Promedio de edades por sexo

Edad por sexo	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Masculino	246	64%
Femenino	138	36%
TOTAL	384	100%

Figura 2. Promedio de edades por sexo



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

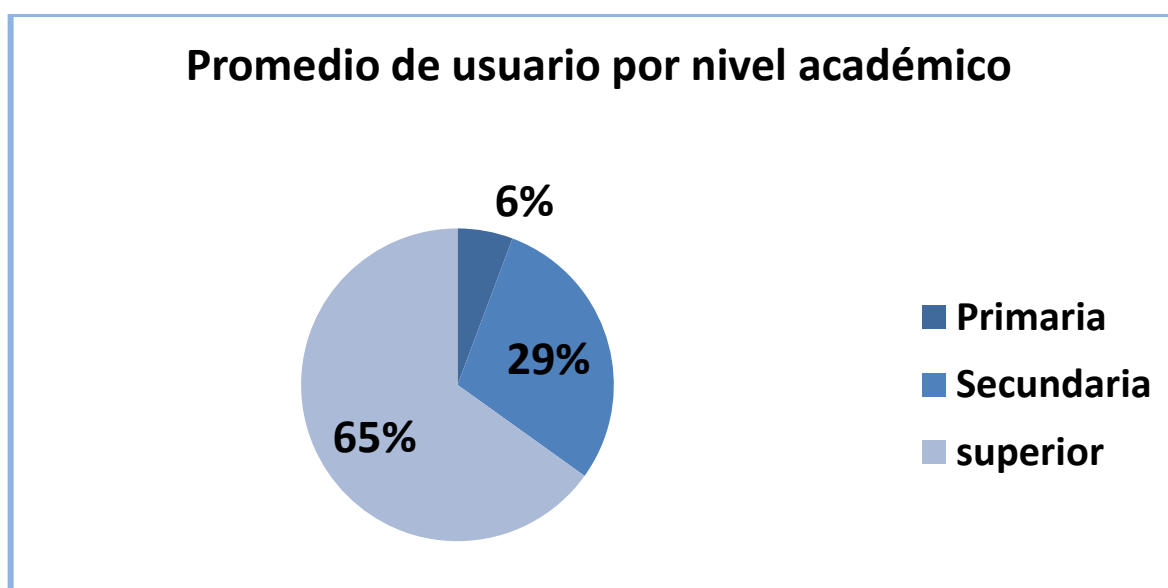
Análisis: La gráfica demuestra con respecto al sexo, tenemos que los mayores usuarios de este medio de transporte son hombres debido a que nos encontramos con un 64% de población, seguido del 36% de la población femenina que usa este servicio.

Instructor.

Cuadro 4. Nivel académico de usuario

Nivel académico	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Primaria	22	6%
Secundaria	112	29%
Superior	250	65%
TOTAL	384	100%

Figura 3. Nivel académico de usuario



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

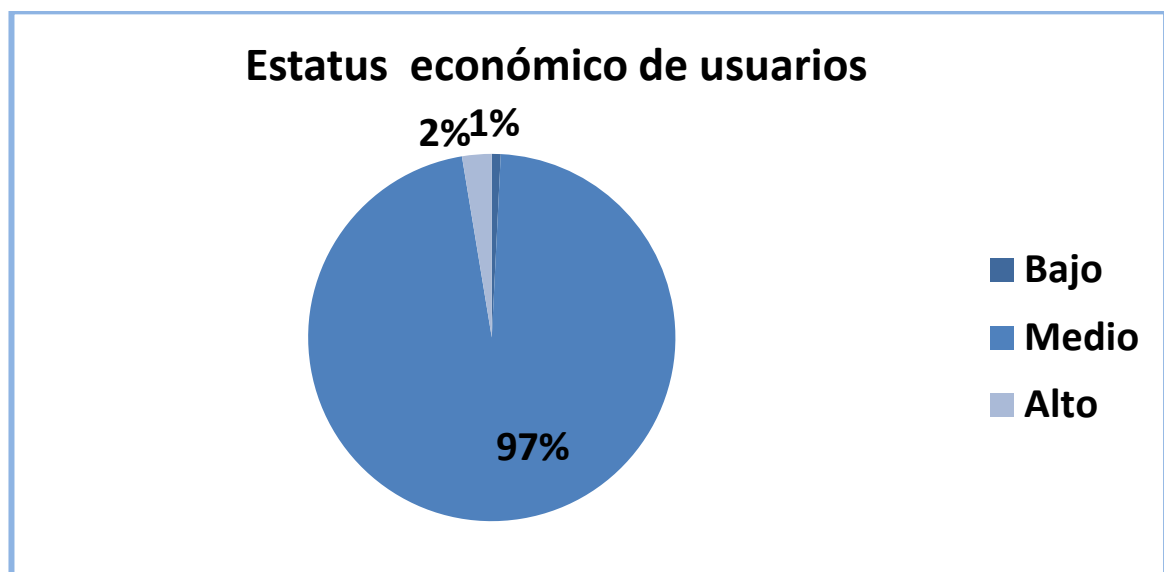
Análisis: En relación al nivel académico nos encontramos con un 65% de la población con preparación superior, también tenemos el 29% con estudios secundarios, siendo así que la última frecuencia nos da a conocer que hay un mínimo de preparación primaria con un 6% de las personas milagreñas.

Económico.

Cuadro 5. Estatus económico de los usuarios

Estatus económico	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Bajo	3	1%
Medio	371	97%
Alto	10	2%
TOTAL	384	100%

Figura 4. Estatus económico de los usuarios



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

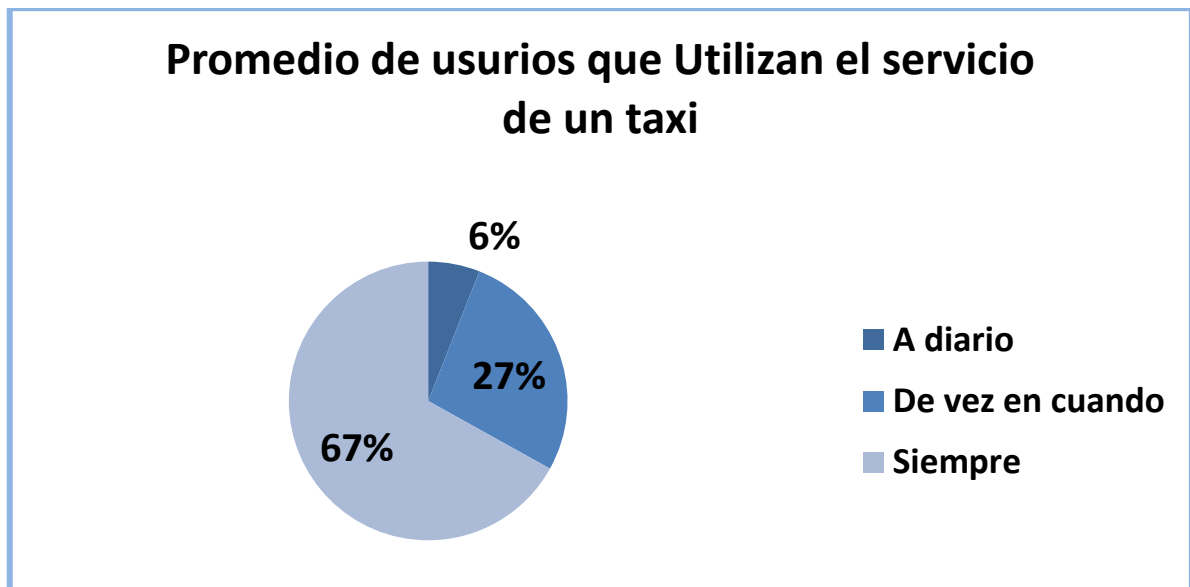
Análisis: Debido al estatus económico tenemos un 97% de la población con un nivel económico medio, seguido del 3% con un nivel económico alto y la última frecuencia nos indica que el 1% de la población tiene un nivel económico bajo.

1. ¿Utiliza usted el servicio de taxi?

Cuadro 6. Utilización del servicio de taxis.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
A diario	23	6%
De vez en cuando	104	27%
Siempre	257	67%
TOTAL	384	100%

Figura 5. Utilización del uso de taxis.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

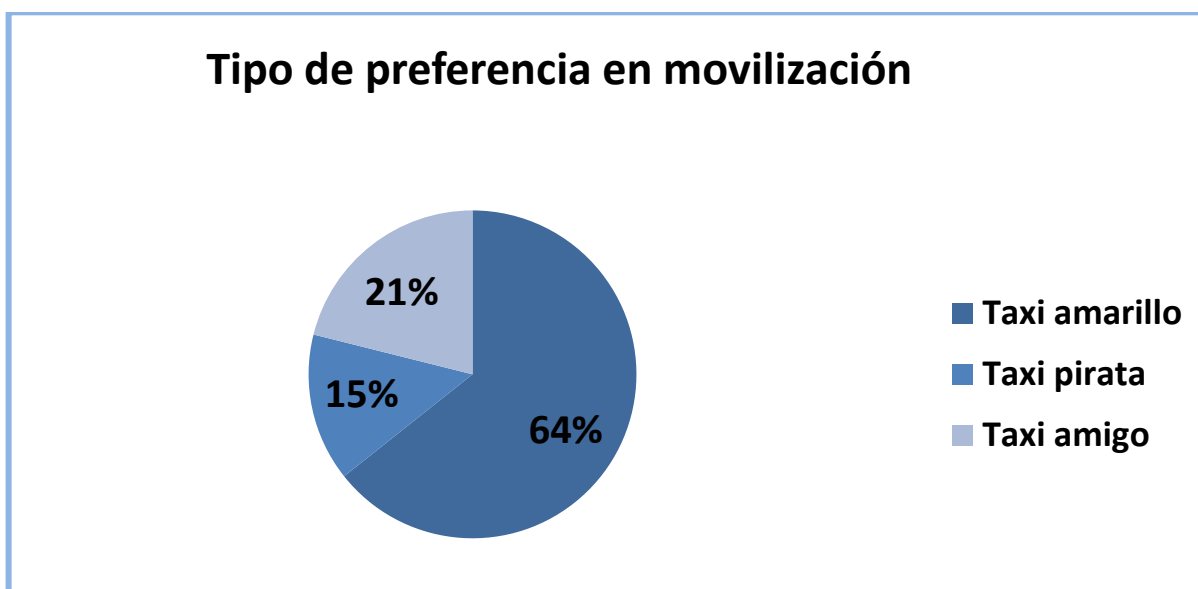
Análisis: En esta pregunta nos reveló que el 6% de la ciudadanía milagreña utiliza el servicio de taxi a diario, seguido el 27% de las personas toman un taxi de vez en cuando y el 67% de los mismos siempre.

2. ¿Qué tipo de taxi prefiere?

Cuadro 7. Tipo de taxi que utilizan las personas.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Taxi amarillo	247	64%
Taxi pirata	56	15%
Taxi amigo	81	21%
TOTAL	384	100%

Figura 6. Tipo de taxi que utilizan las personas.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

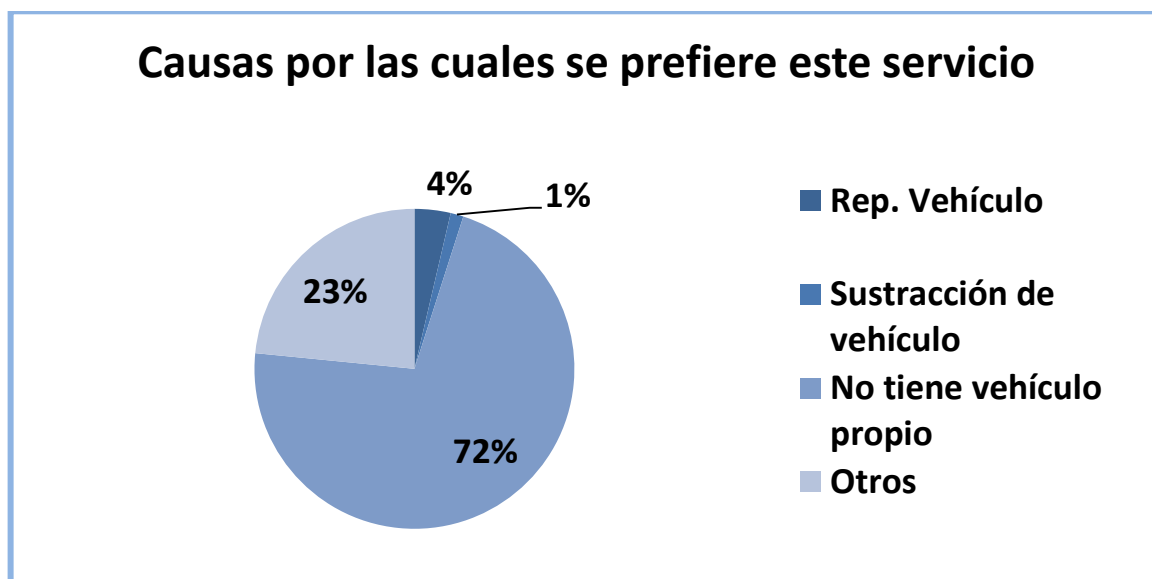
Análisis: El tipo de taxi que prefiere la ciudadanía milagreña es el taxi amarillo con un 64%, seguido el 15% de las personas toman taxi pirata y el 21% de los mismos prefieren taxi amigo. La información recabada demuestra que las personas se inclinan por las líneas de cooperativa taxis, ante la presencia de seudos taxistas que no brindan un buen servicio.

3. ¿Por qué razón usa este tipo de servicio?

Cuadro 8. Razones por las que usan los taxis.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Rep. Vehículo	14	4%
Sustracción de vehículo	5	1%
No tiene vehículo propio	275	72%
Otros	90	23%
TOTAL	384	100%

Figura 7. Razones por las que usan los taxis.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

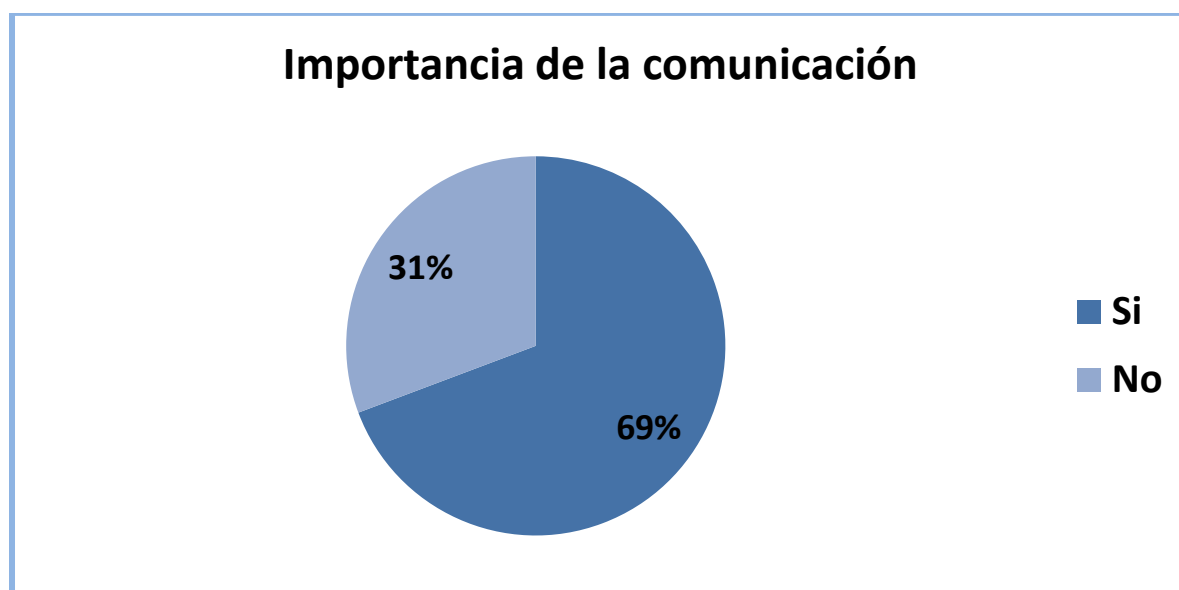
Análisis: En la ciudad de Milagro el 4% de la población utiliza el servicio de taxi por reparación de su vehículo, seguido tenemos el 1% por sustracción del mismo, además que la mayor parte concierne al 72% que usa este servicio porque no tiene vehículo propio, y en la última frecuencia tenemos un 23% de la ciudadanía milagreña que usa este servicio por otras causas no definidas.

4. ¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y los que ofertan el servicio es importante?

Cuadro 9. Importancia de la comunicación.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	266	69%
No	118	31%
TOTAL	384	100%

Figura 8. Importancia de la comunicación.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

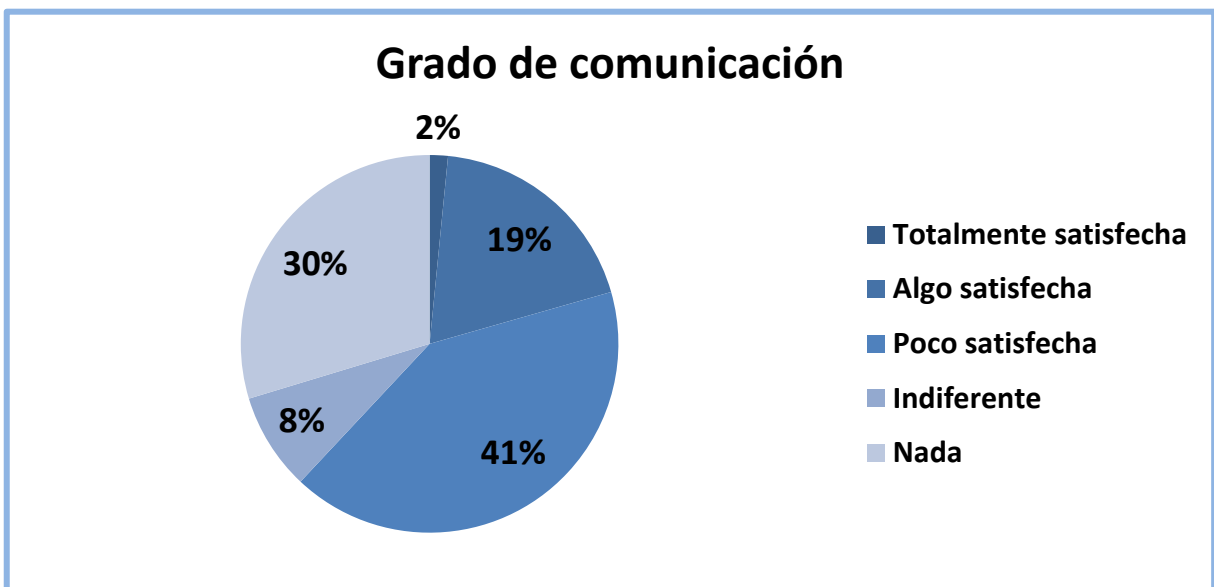
Análisis: En esta pregunta nos revelo que el 69% de la ciudadanía milagreña cree que es muy importante la comunicación y el 31% de las personas cree que no es importante. Independientemente de las respuestas de los encuestados, la comunicación es un medio necesario en el servicio de transportación, sobre todo el trato que el conductor pueda darle al usuario.

5. ¿Cuál es el grado de comunicación que brinda al usuario el servicio de taxi?

Cuadro 10. Grado de comunicación que brindan los taxistas.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Totalmente satisfecha	6	2%
Algo satisfecha	73	19%
Poco satisfecha	159	41%
Indiferente	32	8%
Nada	114	30%
TOTAL	384	100%

Figura 9. Grado de comunicación que brindan los taxistas.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

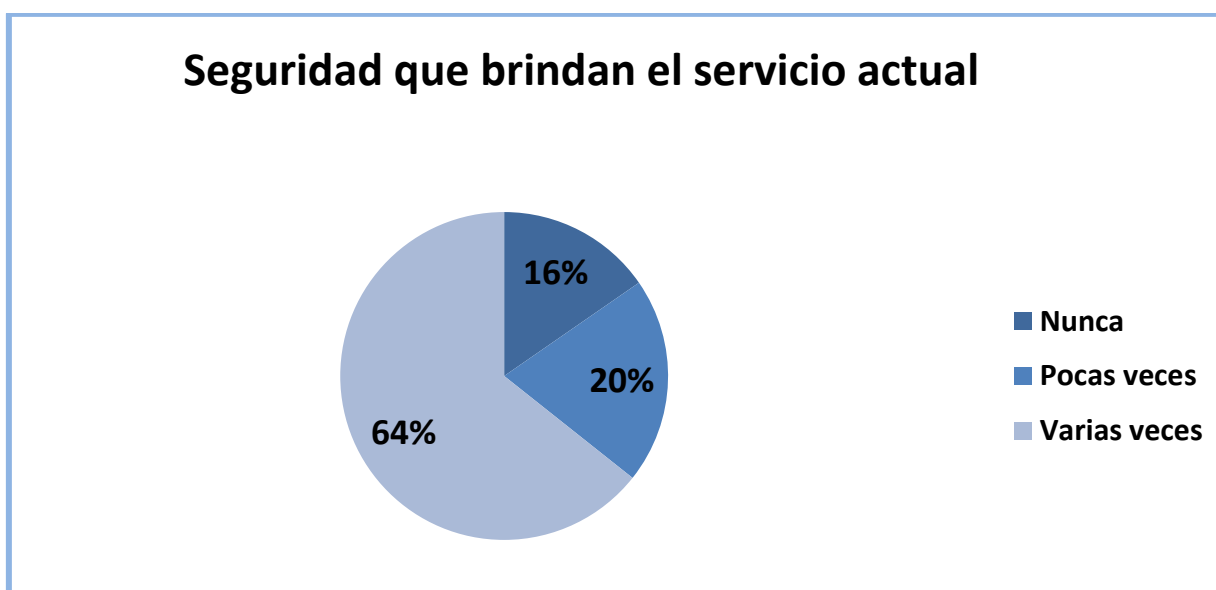
Análisis: Para determinar qué tan satisfechos se encuentran los usuarios con estos tipos de servicios se formuló la pregunta, ¿Cuál es el grado de comunicación que brinda al usuario el servicio de taxi? La misma que nos indicó que el 2% se encuentran totalmente satisfechos, seguido del 19% que se encuentran algo satisfechos, además tenemos al 41% de la población que se encuentran poco satisfechos, tenemos el 8% de las personas que se encuentran indiferentes y un 30% de la población no sienten nada de satisfacción respecto a la comunicación que da el servicio utilizado.

6. ¿Alguna vez ha sido víctima de asalto en los taxis?

Cuadro 11. Víctimas del índice delincencial.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Nunca	59	16%
Pocas veces	78	20%
Varias veces	247	64%
TOTAL	384	100%

Figura 10. Víctimas del índice delincencial.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

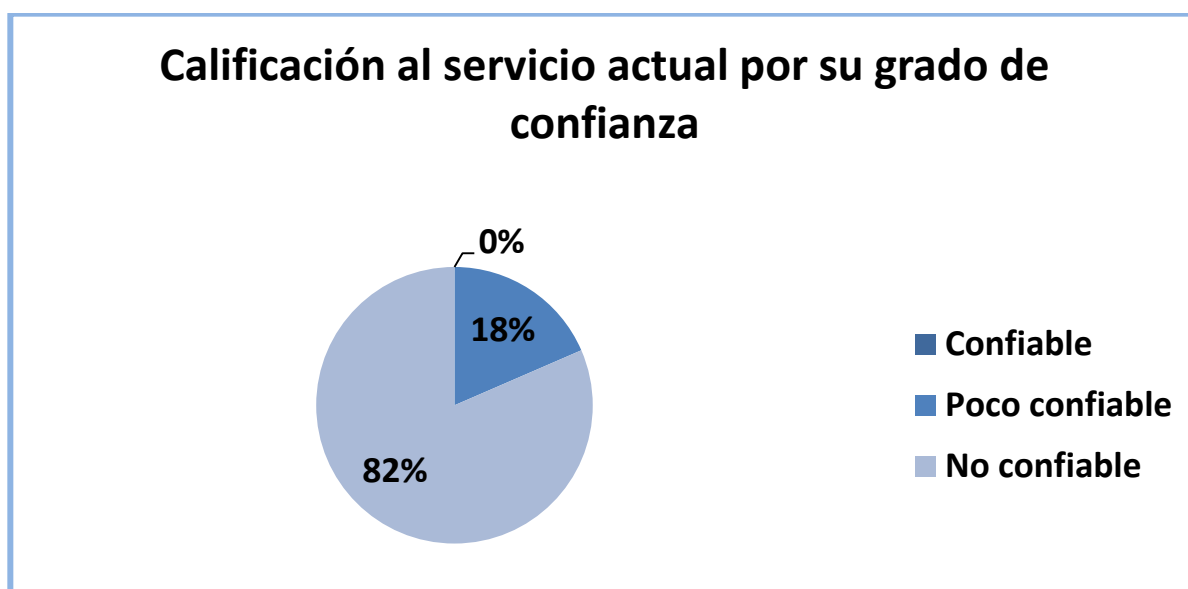
Análisis: En esta pregunta nos indica que el 15% de la población nunca ha sido víctimas de asaltos en los taxis, seguido tenemos el 20% de los mismo que responden pocas veces y por ultimo tenemos con 64% de la población que varias veces han sido sujetos de asaltados en los taxis. El alto índice delincencial ha hecho que las personas soliciten los servicios de personas conocidas que brindan el servicio de taxi amigo.

7. Cree usted que los taxis informales que circulan sin control son:

Cuadro 12. Confiabilidad de las taxis que circulan sin control.

Clase	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Confiable	0	0%
Poco confiable	71	18%
No confiable	313	82%
TOTAL	384	100%

Figura 11. Confiabilidad de las taxis que circulan sin control.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

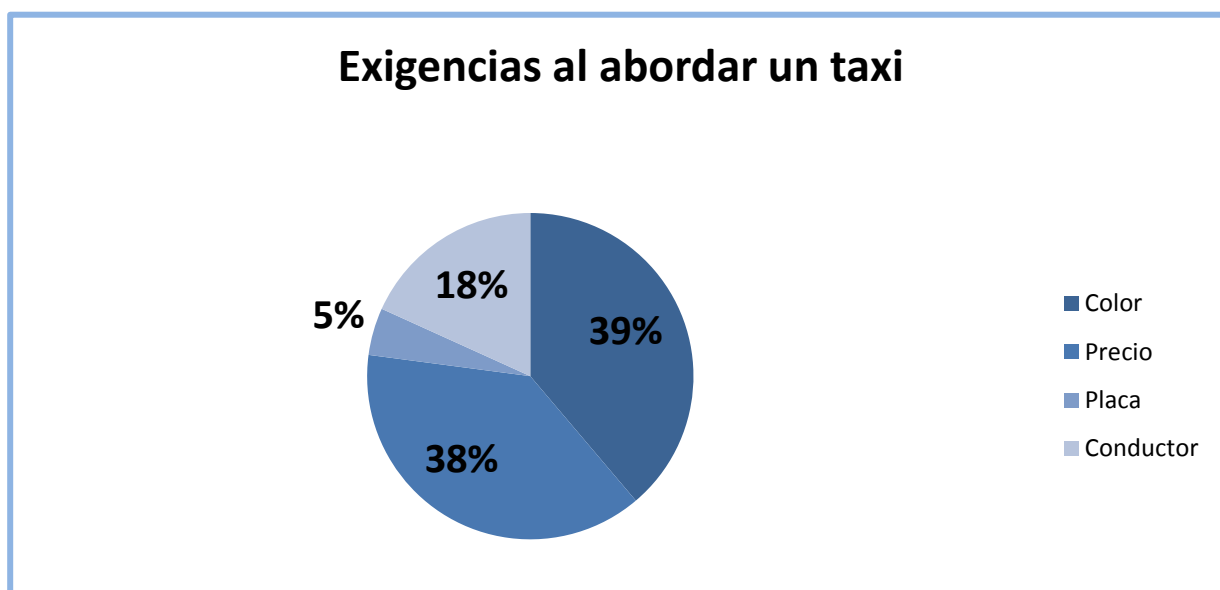
Análisis: En esta pregunta tenemos con un 0% para la alternativa confiable lo cual indica que en su totalidad la población no confía en los taxis informales, seguido tenemos el 18% de los mismo que responden poco confiable y por ultimo tenemos con 82% de la población que responden no confiable.

8. ¿Al momento de abordar un taxi que es lo que toma en cuenta?

Cuadro 13. Aspectos que toman en cuenta las personas al abordar un taxi.

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Color	149	39%
Precio	147	38%
Placa	18	5%
Conductor	70	18%
TOTAL	384	100%

Figura 12. Aspectos que toman en cuenta las personas al abordar un taxi.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

Análisis: En esta pregunta se determina que es lo primero que toma en consideración las personas al momento de abordar un taxi así tenemos que el 39% se fijan en el color del vehículo para determinar, seguido del 38% que toman en consideración el precio, además tenemos al 5% de la población que se fijan en las placas del mismo y un 18% de las personas se fijan en el conductor.

9. ¿Le gustaría que el taxi que va a abordar tenga sus permisos adecuados y en reglas?

Cuadro 14. Criterio de los usuarios con respecto a los permisos que tienen que tener los taxis.

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
No	384	100%
Si	0	0%
Tal vez	0	0%
TOTAL	384	100%

Figura 13. Criterio de los usuarios con respecto a los permisos que tienen que tener los taxis.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

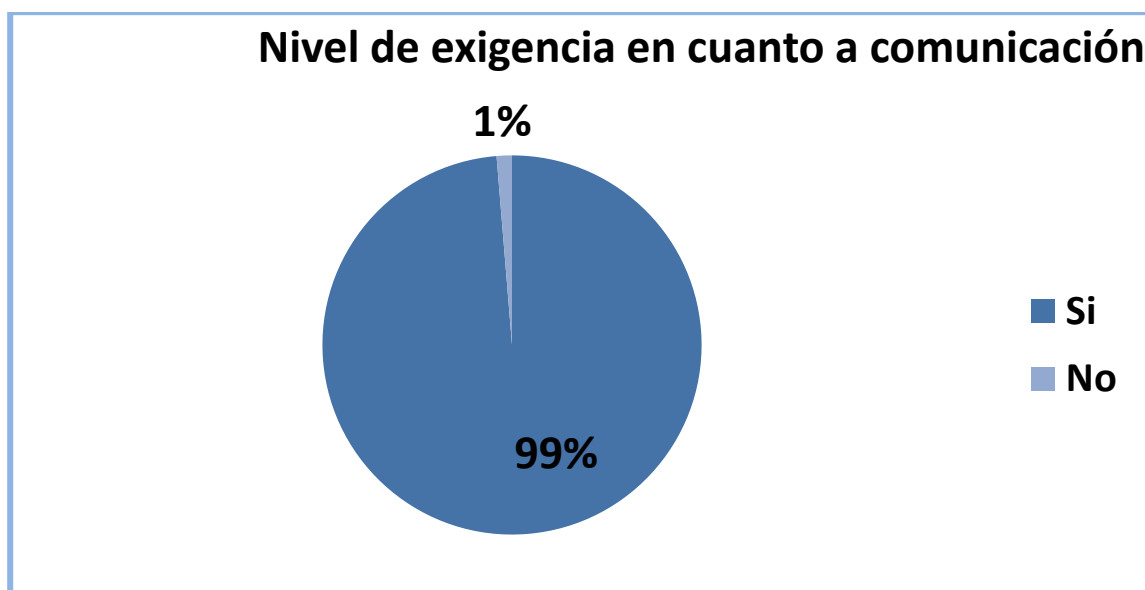
Análisis: Esta pregunta nos indica que al 100% de la población de Milagro le gustaría abordar en taxis que tengan sus permisos adecuados y en reglas. La información recabada demuestra que los usuarios prefieren abordar carros que cumplan con todos los requisitos o parámetros legales para ejercer este oficio.

10. ¿Le gustaría que una cooperativa de taxis ofrezca una comunicación adecuada al momento de abordar este servicio?

Cuadro 15. Criterio de los usuarios sobre la comunicación que deben emplear los conductores al momento de abordar estos taxis.

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	379	99%
No	5	1%
TOTAL	384	100%

Figura 14. Criterio de los usuarios sobre la comunicación que deben emplear los conductores al momento de abordar estos taxis.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

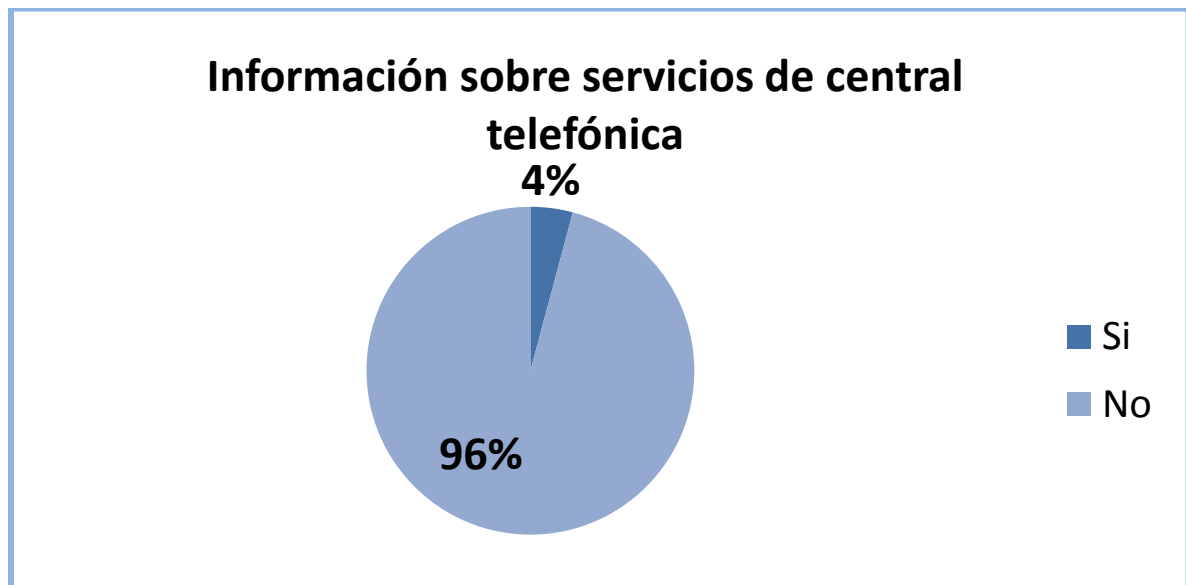
Análisis: Esta pregunta nos revela que al 99% de la población de Milagro le gustaría que una cooperativa de taxis ofrezca al usuario una comunicación adecuada al momento de abordar un taxi, también tenemos el 1% de las personas que responden no.

11. ¿Alguna vez usted ha escuchado en esta ciudad que existe cooperativa de taxis que le brinde un buen servicio de central telefónica?

Cuadro 16. Conocimiento de los usuarios sobre el servicio de central telefónica en los taxis.

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	16	4%
No	368	96%
TOTAL	384	100%

Figura 15. Conocimiento de los usuarios sobre el servicio de central telefónica en los taxis.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

Análisis: Aquí tenemos un 4% de la población que responde si a esta pregunta, seguido del 96% de la población que responde que no han escuchado en esta ciudad la existencia de una cooperativa de taxis con servicio de central telefónica.

12. ¿Si este nuevo servicio sale al mercado estaría dispuesto (a) a utilizarlo?

Cuadro 17. Disposición de los usuarios en la utilización de nuevo servicio con central telefónica.

Edad	Frecuencia absoluta	Porcentaje
Si	364	95%%
No	0	0%
Tal vez	20	5%
TOTAL	384	100%

Figura 16. Disposición de los usuarios en la utilización de nuevo servicio con central telefónica.



Fuente: Datos obtenidos de usuarios de cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa

Elaborado por: Viviana Amboya

Análisis: Esta pregunta nos indica que el 95% de la población de Milagro está dispuesto a utilizar este servicio, siendo así que un 5% de las personas responden tal vez. Esto demuestra el alto índice de aceptación de esta propuesta.



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES
ESPECIALIZACIÓN: INGENIERIA COMERCIAL

FECHA: 06 de Agosto del 2013

ENTREVISTADOR: Viviana Amboya

ENTREVISTADOS:

SR. Víctor Sotomayor
SR. Kléber Moyo lema
SR. Mario Mindiolaza
SR. Pedro Moncayo

PROFESION: Taxistas

PREGUNTAS:

- 1. ¿Qué tiempo tiene realizando la actividad de taxista?**
 - a. Tiene en esta actividad 5 años
 - b. Tiene en esta actividad 15 años
 - c. Tiene en esta actividad 12 años
 - d. Tiene en esta actividad 20 años

- 2. ¿El vehículo con el que realiza este servicio es propio o alquilado?**
 - a. Propio
 - b. Propio
 - c. Alquilado
 - d. Propio

- 3. ¿Cuenta usted con todos los requisitos para realizar esta labor?**
 - a. No
 - b. Si
 - c. Si
 - d. Si

4. ¿Forma usted parte de alguna cooperativa?

- a. No
- b. Si cooperativa “LA DOLOROSA”
- c. Si cooperativa “LA NUEVA FE”
- d. Si cooperativa “TERMINAL TERRESTRE”

5. ¿Ha sufrido usted de asaltos cuando se ha encontrado laborando como taxista?

- a. Si en dos ocasiones, por los mismos pasajeros, me cogieron para una carrera y me llevaron para los canteros engañado y ahí procedieron al asalto
- b. Si llevando una carrera en la noche más o menos a las 11:30 PM por la ciudadela las piñas unos sujetos me cerraron el camino con unos troncos en el cual tuve que detenerme con la carrera que llevaba, ahí me robaron a mí y a los pasajeros, quitándonos dinero en efectivo y prendas de valor para luego darse a la fuga en moto
- c. Sí, he sufrido asaltos por tres ocasiones dos veces en el día y una vez en la noche, he sido asaltado en circunstancias en que vengo dejando la carrera que llevo, en las tres veces que me han asaltado siempre se me han llevado dinero, celular y en una ocasión hasta la memoria del carro, esta actividad también es complicada; debido a que uno por hacer carreras vamos a donde nos contratan sin darnos cuenta que hay zonas que son de alto peligro
- d. Si en una sola ocasión y en la noche por la ciudadela 22 de noviembre a lo que regreso dejando una carrera

6. ¿Cómo ve usted el aumento de los taxistas informales?

- a. El aumento de los taxis informales a evolucionado en una gran cantidad lo cual me parece muy mal porque se da oportunidad a la delincuencia ya que muchos sujetos aprovechan esta situación para delinquir
- b. Muy mal porque ocasionan bajas en las carreras a los taxis que pertenecemos a cooperativas
- c. Hay muchos taxistas piratas esto no debería existir solo deberían dejar laborar a los carros que son taxis amarillo y pertenecientes a

cooperativas, estos nos perjudican a nosotros bastante tanto económicamente como moralmente

- d. Que con el tiempo se ha ido incrementando en un gran porcentaje esto de los taxis informales, ha de ser por la falta de trabajo que cualquier carro lo dedican al taxismo cosa que no es legal, nos afecta mucho a los que pertenecemos a cooperativas

7. ¿Le gustaría a usted que exista una seguridad garantizada al usuario cuando aborda un taxi?

- a. Si sería una excelente idea que existiera seguridad al momento de tomar un taxi así podríamos viajar con toda confianza
- b. Claro que si sería ventajoso para el usuario
- c. Si sería bueno
- d. Sería muy bueno eso al viajar quien no quiere sentirse seguro

8. ¿cree usted que los asaltos que se realizan en los taxis es en complicidad con los conductores de los mismos?

- a. La mayoría de los casos que yo escuchado no, los conductores también resultan ser victimas
- b. Muchas de las veces no, los conductores no tenemos nada que ver en los asaltos ocasionados al llevar la carrera; aunque si se ha escuchado el caso donde los mismos conductores son cómplices de los malos sujetos llamados delincuentes, se podría decir que esta entre el 50% si y 50% no
- c. Muchas veces si se da esos casos en que los asaltos surgen en complicidad con el mismo conductor esto más se escucha en los taxis informales, estos taxis hacen quedar mal a todos porque ya mencionan taxi y nos involucran a todos no sean o no, por eso estos taxis piratas deben desaparecer porque en este tipo de vehículo es donde más peligro se corre
- d. Para mi opinión no

9. ¿Qué piensa usted sobre los permisos ilegales que poseen algunos conductores de taxis?

- a. Que es una situación mala, que debe existir un mejor control por parte de los miembros de la CTG, todo esto son actos ilícitos que dan lugar a muchas fechorías
- b. Pienso que está mal porque todo conductor debe tener sus respectivos permisos pero legalmente para poder realizar esta labor
- c. Que es algo ilícito lo que hacen deben ser honestos en esta profesión
- d. Que hacen mal andar con permisos ilegales porque en algún momento lo detectan y ellos mismo se perjudican

10. ¿Cree usted que al implementar en la cooperativa Julio Viteri un sistema de central telefónica tenga acogida en el mercado?

- a. Claro que sí, sería una idea fabulosa tener en nuestra ciudad una cooperativa que brinde este tipo de servicio.
- b. Si, ahí tal vez hasta nos baja más las carreras a nosotros que trabajamos recorriendo por las calles
- c. Por su puesto es muy bueno ya que aquí en milagro no hay una cooperativa con este tipo de servicio
- d. Si sería bueno que exista una cooperativa con ese servicio en esta ciudad

4.3 RESULTADO

- ❖ Siempre utilizan el servicio de taxi
- ❖ Prefieren el taxi amarillo
- ❖ Utilizan este servicio porque no tienen vehículo propio
- ❖ La comunicación es importante en el servicio de taxi
- ❖ Se sienten poco satisfechos del grado de comunicación que brinda el servicio utilizado
- ❖ Varias veces han sido sujetos de asaltos en este medio de transporte
- ❖ Los taxis informales son no confiables para la ciudadanía milagreña
- ❖ Al abordar este medio de transporte consideran el color del vehículo

- ❖ Si les gustaría a la ciudadanía milagreña poder abordar en taxis que tengan sus permisos adecuados y en reglas
- ❖ A la población de Milagro, si le gustaría contar con una cooperativa de taxis que le brinde un buen servicio de comunicación telefónica.
- ❖ La población milagreña, no tiene conocimiento de la existencia de cooperativas de taxis con servicio de central telefónica.
- ❖ Dicha población está dispuesta a utilizar este nuevo servicio de salir al mercado

Estas conclusiones determinan que la ciudadanía Milagreña está de acuerdo de que exista esta propuesta, por lo tanto se recomienda que es factible poner en marcha este proyecto siempre y cuando se maneje bajo estos parámetros establecidos por la sociedad de este sector, con el objeto de posicionar en un corto tiempo en este mercado potencial.

4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

Cuadro 18. Verificación de las hipótesis generales y particulares.

Hipótesis General	
La deficiente comunicación está afectando la calidad del servicio de taxis que oferta la cooperativa Julio Viteri Gamboa a la ciudadanía milagreña.	La pregunta N° 5 de la encuesta dice: ¿Cuál es el grado de comunicación que brinda al usuario el servicio de taxi? Lo que respalda a la hipótesis, debido a que el 64% de la población milagreña ha sido víctima de asaltos en los taxis lo que ocasiona inseguridad e intranquilidad en ellos.
Hipótesis Particulares	
La aplicación de un sistema de comunicación no permite establecer un método de seguridad para los pasajeros que utilizan el servicio de taxis.	Efectivamente es importante la aplicación de un sistema de comunicación ya que de esta manera mejora considerablemente la seguridad de los señores usuarios
De no contar con la respectiva legalización de quienes ofertan el servicio de taxi afecta el normal desarrollo de las actividades de la población milagreña.	La pregunta N° 9 de la encuesta dice ¿Le gustaría que el taxi que va abordar tenga sus permisos adecuados y en reglas? Lo que respalda a la hipótesis debido a que la población asegura que desean abordar en vehículos que tengan sus documentos legales.
La carencia de los servicios de una central telefónica en el servicio de taxi incide en la eficiencia de la comunicación con el usuario.	La pregunta N°4 dice ¿Cree usted que la comunicación en el servicio de taxi es importante? Lo que respalda a la hipótesis servicio debido a que la población asegura que la comunicaciones muy importante para la seguridad de los usuarios
La ciudadanía milagreña debido a la carencia de un sistema de central telefónica ha sido sujeto de asalto por parte de personas que utilizan esta actividad para delinquir, les afecta en su integridad personal.	Obviamente la delincuencia cometida en vehículos de alquiler que incumplen con las disposiciones legales, afecta en el normal desarrollo de las actividades de la población milagreña, por lo tanto están de acuerdo que exista en la cooperativa un servicio de central telefónica además de un servicio profesional que garantice la seguridad a sus usuarios. Esta hipótesis está comprobada en la pregunta N°9 de la encuesta.

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

CAPITULO V

PROPUESTA

5.1 TEMA

“IMPLEMENTAR EN LA COOPERATIVA DE TAXI JULIO VITERI GAMBOA UN SISTEMA DE CENTRAL TELEFÓNICA”

5.2 JUSTIFICACIÓN

El alto índice de delincuencia en esta localidad ha creado desconfianza por parte de la ciudadanía Milagreña en abordar un vehículo para transportarse a sus lugares de destino, cabe mencionar que en la actualidad varias personas inescrupulosas han utilizado la actividad del taxismo para cometer actos que van contra la seguridad de los pasajeros, donde se han producido una serie de asaltos, robos, y violaciones, razón por la cual la sociedad se mantiene en zozobra,

La presente propuesta es implementar un sistema de central telefónica en la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa ubicada en la ciudad de Milagro, debido a que esta localidad no cuenta con este tipo de servicio, por ello, la propuesta es agradable y lo más relevante es que cuenta con una amplia demanda.

Esta nueva alternativa de transportación privada tendrá como objetivo brindar un servicio de calidad, dándoles a las personas seguridad y confianza.

La propuesta se justifica puesto que a través del estudio de mercado se pudo conocer que la mayoría de los ciudadanos han sido presa de la delincuencia a través del uso de este tipo de transporte, razón por la que requieren de la existencia de una cooperativa de taxi que les garantice seguridad, por ello nuestra propuesta tendrá la acogida aceptación de la población milagreña.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Inseguridad

Se conoce como inseguridad a la sensación o estado que percibe un individuo o un conjunto social respecto de su imagen, de su integridad física y/o mental y en su relación con el mundo.

Existen diversas causas y entornos en donde puede referirse a la inseguridad.

Por ejemplo, la percepción de inseguridad suele estar íntimamente vinculada con la psiquis y el estado mental de un individuo. De acuerdo con sus vivencias, experiencias, entorno relacional y aspectos de personalidad, un individuo puede sentirse más o menos seguro frente al mundo respecto de su imagen, sus características físicas y mentales y su identidad. Suele considerarse que aquellas personas más introvertidas o reservadas respecto de su imagen pública son aquellas que padecen algún desorden de inseguridad o baja autoestima, por ejemplo, en cuanto a su aspecto físico o, por caso, en relación con determinados elementos de su personalidad y/o forma de pensar. Sin embargo, muchos psicólogos también interpretan que una imagen pública de excesiva confianza puede íntimamente ocultar un estado de disconformidad o inseguridad con uno mismo. (ABC)¹⁰

Factores que contribuyen a la inseguridad

Esta violencia, que tiene su origen en las actividades de la delincuencia organizada y cuyas manifestaciones hemos descrito, es una realidad compleja, difícil de explicar en una sencilla relación de causalidad; es también una realidad multidimensional, que toca distintos ámbitos de la vida, en los que debemos descubrir los factores que contribuyen a su existencia y sobre los que se debe intervenir, para prevenirla, atenuar sus efectos y atender a las personas más vulnerables.

¹⁰ <http://www.definicionabc.com/social/inseguridad.php#ixzz2kdmRiCLw>

En la actividad económica

La actividad económica es uno de los ámbitos en los que debemos buscar los factores que contribuyen a la existencia de la violencia organizada. El desempleo, los bajos salarios, la discriminación, la migración forzada y los niveles inhumanos de vida, exponen a la violencia a muchas personas: por la irritación social que implican; por hacerlas vulnerables ante las propuestas de actividades ilícitas y porque favorecen, en quienes tienen dinero, la corrupción y el abuso de poder.

Si bien, en este contexto, este modelo de economía ha propiciado el crecimiento económico de algunos sectores productivos en algunas regiones del país, también ha originado, en otras regiones, el deterioro de sectores vulnerables, que apenas han podido subsistir o que han sido excluidos de una economía moderna que no se interesa por aspectos fundamentales de la vida social y económica como son el derecho al trabajo, la conservación de los recursos naturales y la preservación del medio ambiente.

Pobreza y desigualdad

La pobreza ha crecido. En el contexto de la crisis financiera mundial los resultados conseguidos en años, por la implementación de programas para la superación de la pobreza, han retrocedido en meses. No sólo se incrementan las formas de pobreza tradicional y de injusticia social que ya existían, sino que aparecen nuevas categorías sociales que se empobrecen y surgen nuevas pobrezas. Esta situación no puede ocultarse tras la generalidad de las estadísticas, la pobreza adquiere en la vida real rostros muy concretos.

Insuficiencia de las reformas económicas

Las reformas que se han hecho para situar la economía del país en el conjunto de la economía global en poco tiempo se han vuelto insuficientes. Las exigencias para la integración equitativa del país en mercados más amplios nos han rebasado. La formación profesional ha quedado fuera del alcance de una gran mayoría de mexicanos. Crece constantemente el número de jóvenes que no estudian ni trabajan, con lo que se incrementa la migración y la economía informal.

Desempleo y subempleo

Según datos del INEGI, en el tercer trimestre de 2009 el número de personas desocupadas y sin posibilidad de obtener un ingreso llegó a 2.9 millones de mexicanos, lo que significó una desocupación del 6,2 % de la población económicamente activa. En las zonas más urbanizadas, con cien mil y más habitantes, alcanzó 7.6 %. En el mismo período, en el año anterior, la tasa de desocupación fue de 4.2 %. En el tercer trimestre de 2009, el 28.2 % de la población económicamente activa trabajaba en el sector informal.

El porcentaje de jóvenes que, incluso teniendo estudios, no tiene acceso a empleos estables y remunerados es muy alto. Esto hace que muchos de ellos, ante la falta de alternativas, sean oferta laboral para la demanda de quienes se dedican al narcomenudeo o a la delincuencia organizada. La precariedad del trabajo y el subempleo también están entre los factores que explican la violencia urbana.

En la vida política

En medio de la crisis de inseguridad y violencia, se van organizando grupos sociales que de distintas maneras buscan hacer sentir su frustración social ante las insuficientes garantías de seguridad que tienen los ciudadanos y ante la impunidad en que quedan muchos delitos del crimen organizado. Muchas personas, al dolor de haber perdido un ser querido o a su condición de víctimas inocentes, añaden la impotencia de respuestas parciales, en ocasiones contradictorias y hasta cómplices de las instancias de servicio público. Cuando la frustración de estos grupos sociales es capitalizada por actores políticos para sus propios fines, aumenta el riesgo de reivindicaciones violentas y el peligro para la sociedad.¹¹

11

Calidad de los servicios

Servicio de Taxi

En el transcurso de los últimos años, Milagro ha progresado a pasos agigantados, haciendo gala de su habitual dinamia, generada por su gente y por sus instituciones, convirtiendo a esta tierra privilegiada de siempre en un emporio de riqueza, cultura y de trabajo por excelencia, hoy en día.

Ubicada en una zona de excepción, el cantón Milagro se halla enlazado a los demás sectores del país a través de una red vial de primer orden. Su proximidad a Guayaquil, puerto principal, le ha dado muchas ventajas, ya que mantiene una activa relación comercial, laboral y cultural que le ha permitido desarrollarse como una urbe moderna.

En cuanto al servicio de taxis, alrededor de 600 unidades están agrupadas en once cooperativas, las que se encuentran afectadas por la existencia de unidades “piratas”, taxis amigos y taxi motos, que circulan efectuando el mismo servicio y hacia lugares más aislados de la ciudad, especialmente en horas de la noche y madrugada.

El taxi es un vehículo de alquiler con conductor (taxista) que se utiliza en el servicio de transporte de uno o un grupo pequeño de pasajeros por contrato. Usualmente, en modos de transporte público, los lugares donde se recoge y se deja el pasajero se deciden por el proveedor (oferente), mientras que en el caso del taxi, el usuario (demandante) los determina. Es decir, a diferencia de los otros tipos de transporte público, como son las líneas del metro, tranvía o del autobús, el servicio ofrecido por el taxi se caracteriza por ser *puerta a puerta*. La palabra taxi, según el Diccionario de la Real Academia Española, es una forma abreviada de la palabra taxímetro, que a su vez deriva del griego τάξις, tasa y el griego μέτρον, que significa medida.

El origen de la palabra taxi, tiene diferentes acepciones; La palabra universal que identifica a los automóviles que se dedican a dar servicio de transporte dentro de las ciudades sin una ruta determinada es Taxi. Proviene de un apellido alemán y específicamente de la familia Von Taxis. Fue Franz Von Taxis quien fue el creador del concepto Taxi, cuando creó la primera línea de coches de posta entre Holanda Y Francia, a solicitud del Káiser Maximiliano I, para el transporte de correo entre sus

residencias de Onsbruck y Bruselas, en el año de 1490. En el año de 1504, Franz Von Taxis monopolizaba ya las rutas en España. Fue tal el éxito de estos vehículos y del servicio que prestaban, que la familia Von Taxis, fue elevada al rango de Condes en el siglo XVII, recibiendo también el título de Cartero Maestro.

El color amarillo fue elegido en la ciudad de Nueva York pues era un color fácil de distinguir entre la masa de automóviles. En la ciudad de México todavía encontramos algunos "sitios" en donde además de dar el servicio de transporte de personas y sus pertenencias dentro de la jurisdicción del Distrito Federal, también ofrecen el servicio de "delivery" en el mismo territorio. Podríamos decir que todos aquellos que se dedican al transporte de personas o corren sin ruta fija y por un pago determinado de dinero, son taxistas, ya sea dentro de una entidad (estado, departamento, municipio) o a nivel internacional.

Hoy el servicio se ha diversificado y especializado y como hemos visto en algunas ciudades europeas, hay taxis especializados en el transporte de mujeres, niños y personas de la tercera edad; también están los taxis que dan servicio exclusivo de los aeropuertos, centrales de autobuses o estación del ferrocarril, a las ciudades; los que trabajan sin una base fija, o los que se ubican en sitios fijos; los hay que cobran con taxímetro (que mide tiempo y distancia) o los que cobran determinada cantidad acordada entre el chofer y el cliente.

Cualquiera que sea la variante, sin duda los taxistas prestan un servicio invaluable a la ciudadanía que no está exenta alguna vez de abusos por parte de los prestadores del servicio. Ser taxista se ha convertido en una noble actividad de sobrevivencia para muchos profesionistas desempleados y fuente de enriquecimiento para quienes han sabido administrar su trabajo y reinvertir productivamente sus ganancias.

La actividad de taxista incluso ha sido productiva para quienes la trabajan de manera ilegal, sin los permisos y placas correspondientes, es decir, bajo la forma de piratería, que es una competencia no sólo ilegal sino desleal respecto a quienes sí cumplen con los requisitos de ley. También se ha convertido en una actividad laboral de alto riesgo en ciudades en donde la delincuencia ha alcanzado niveles elevados y donde el tráfico es intenso y caótico. Ahí los taxistas están expuestos a asaltos, robo de sus unidades, secuestros, o accidentes de tráfico debido a la alta cantidad de

conductores que tienen licencia pero no los conocimientos y habilidades para conducir un vehículo.¹²

A lo que se deben sumar largas y extenuantes jornadas laborales, muchas veces superiores a las 12 horas de trabajo diario para poder sacar la cuota diaria para sobrevivir. Pero esos riesgos y dificultades que los taxistas afrontan todos los días, no hacen sino ennoblecer y dignificar la labor social de taxista.

La calidad en los servicios

Desde tiempos remotos se ha entendido que la filosofía y las técnicas de calidad solo eran aplicables a empresas industriales. Pero desde siempre han existido organizaciones que se han distinguido de la competencia por una mejor política de servicios que los ha llevado a conseguir una ventaja diferencial en el mercado. Actualmente, por el alto nivel de vida que ha alcanzado la humanidad, los servicios se han desarrollado abarcando grandes esferas.

El servicio es un proceso cuya finalidad es la plena satisfacción del cliente la cual será medida de inicio a fin, independientemente de los aspectos meramente materiales, la gestión de compra, operaciones y el funcionamiento de los factores que interactúan en el proceso.

Johnston,(1997) expresa que en las empresas de prestación de servicios existe la calidad de los productos, es decir, la calidad de los tangibles que serían las anexiones que son provistas para el uso o consumo del cliente en el sistema. También hace referencia a la calidad de los intangibles, que sería la forma en que se ofrece el servicio y el trato que se le da al cliente. Por lo visto, este autor integra los dos aspectos para definir dicho constructo.

La calidad en la prestación de servicios interrelaciona aspectos comunes de la propia actividad, de orden económico, técnico-organizativo, socio-cultural y socio-psicológico. Existen elementos que interactúan en el proceso de prestación del servicio como son: los humanos, representados por los miembros del colectivo de trabajo que atiende a los usuarios; de organización, descritos por aspectos

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/Taxi>

dinámicos cualitativos de la organización (procedimientos, turnos, vías, métodos de trabajo, etc.); de ambiente, formulados por condiciones físicas, higiénicas y estéticas.

Hoy se aceptan diez factores claves en la calidad del servicio:

1. Escuchar al cliente para definir los servicios y su calidad.
2. Educación y capacitación de los empleados como clientes internos para satisfacer mejor a los clientes externos.
3. Medir el impacto de la lealtad del cliente.
4. Establecer canales permanentes de comunicación con el cliente.
5. Evaluación de los procesos y productos internos para conocer si cumple con las expectativas, las necesidades y los deseos del cliente.
6. Compararse con los mejores para determinar cuáles son las áreas potenciales de mejoramiento.
7. Darle mayor poder de decisión y autoridad a los empleados para asumir los riesgos complaciendo al cliente.
8. Integración real y no formal al plan de mejoramiento de la empresa.
9. Reconocimiento a las personas que apliquen consecuentemente las filosofías gerenciales mediante el establecimiento de políticas de estímulos.
10. Medir periódicamente el esfuerzo y los resultados obtenidos en particular los progresos alcanzados y la calidad del servicio.

Estos factores deben tenerse en cuenta para lograr una mayor participación en el mercado considerando la calidad del servicio y distinguiendo entre producto de calidad y servicio de calidad. Un producto de calidad es lo ¿qué? el cliente recibe, mientras que un servicio de calidad, se refiere a ¿cómo? lo recibe. El ¿qué? y el

¿cómo? se convierten así en dos grandes desafíos para utilizar la calidad como factor competitivo en la estrategia de crear clientes satisfechos.

La transformación de las empresas y la globalización de las economías, han ocasionado un sinnúmero de problemas y dificultades en el entorno competitivo. Las organizaciones de servicio cada día ocupan un margen más amplio en las economías, por lo que resulta difícil establecer la comparación de un servicio con la competencia, esto es producto del alto nivel de cultura que ha alcanzado la humanidad en esta materia siendo cada vez más exigente, por lo que la clave del éxito hoy, radica en la adopción de un buen Sistema de Gestión de la Calidad que conduzca a mantener determinadas ventajas competitivas en el entorno socioeconómico.

Este sistema de gestión tiene sus efectos sobre el impulso del marketing y de su rendimiento económico, recae también sobre el mantenimiento o aumento de la cuota de mercado y la fidelidad del cliente hacia una marca o producto (Johs, 1996). Además está relacionada con el control de costos por el ahorro de materiales, menos desperdicios y tiempo en los reprocesos, el rendimiento de las inversiones a corto y largo plazo, el nivel de beneficios, la satisfacción y retención de clientes y la publicidad directa entre los consumidores del servicio (Buttle,1996). Las enormes pérdidas de recursos generadas por diversos tipos de desperdicios o fallas, es muestra de una gestión que pierde de vista el alcance de la excelencia en materia de calidad de sus procesos, servicios y productos. Es difícil generar calidad hacia fuera de la organización sin tenerla internamente, sólo generando la excelencia interna es factible posicionarse en la mente de los consumidores como un oferente de productos y servicios con alto valor agregado.” (CEDEÑO MILLARES, 2010).

Las Telecomunicaciones y Tipos de Centrales Telefónicas

La comunicación siempre ha sido un tema muy importante para el hombre y al mismo tiempo un punto que ha conseguido la atención y la investigación de los humanos para satisfacer la necesidad continua de comunicarse.

Posteriormente al Telégrafo y gracias a Alexander Graham Bell apareció el teléfono (1876) y aunque cueste de creer, la aparición del teléfono no produjo un gran impacto y su desarrollo fue más lento que el de otros descubrimientos.

Como curiosidad apuntare que la primera prueba que se realizó en España con teléfonos se hizo en Barcelona el 1877.

Las primeras centrales telefónicas eran las centrales telefónicas manuales, la primera que hubo en España data de 1881 y se instaló en Madrid, donde cada teléfono tenía su propia alimentación mediante una pila seca y una operadora (aquí ya aparece la figura de la operadora) conectaba manualmente con un cable a dos interlocutores que necesitaban hablar.

Después pasamos a las centrales telefónicas semiautomáticas y automáticas con tecnología electro mecánica que realizaban la conmutación mediante selectores mecánicos y relés, en España la primera central automática se instala en Cataluña en 1923.

Posteriormente (mediados de los años 60, aunque en España se retrasaría un poco más) aparecieron las centrales telefónicas electrónicas en las que los componentes mecánicos desaparecieron y la conmutación se realizaba mediante circuitos analógicos.

Hace aproximadamente 17 en España años empezaron a sustituirse las centrales electrónicas por centrales digitales, pero en estas primeras centrales telefónicas lo que era digital eran los componentes electrónicos de la central ya que se incorporaban microprocesadores, disponían de terminales o teléfonos digitales (de comunicación digital propietaria con la central), pero en nuestro país no sería hasta aproximadamente finales de los 80 cuando aparecerían las primeras líneas digitales RDSI.

Posteriormente aparecieron centrales digitales con posibilidad de utilizar tanto líneas como extensiones analógicas y/o digitales y centrales telefónicas RDSI, que utilizaban extensiones RDSI (S0) en las que se podían conectar cualquier tipo de terminales RDSI y enlaces RDSI o analógicos, estos últimos equipos no tuvieron una gran aceptación debido al precio elevado de los terminales y la dificultad del cableado RDSI ya que necesitaba instalación en BUS, con las dificultades que esto conlleva.

A día de hoy las centrales telefónicas, en su gran mayoría son equipos digitales basados en un procesador en los cuales se puede incorporar cualquier tipo de equipamiento, extensiones analógicas, digitales o RDSI , líneas analógicas, digitales o RDSI y otros equipamientos*.

Y el que producto estrella (a nivel comercial) en cuanto a centralitas telefónicas del siglo XXI:

Las centralitas telefónicas IP, las centrales IP o bien son IP al 100%, es decir, se trata de un procesador con una conexión Ethernet que utiliza el protocolo IP para transmitir voz, datos y video, y además se puede equipar con diferentes interfaces o gateways para conectarlos con tecnología analógica o RDSI y las centrales telefónicas híbridas*, que son las últimas que hemos mencionado, a las que además de los equipamiento de líneas y extensiones digitales o analógicos se les puede proporcionar equipamiento IP.

Con lo cual podemos resumir las centrales telefónicas en la siguiente tabla:

Tipos de Centrales Telefónicas:

Centrales Telefónicas Manuales (Muy antiguas, son piezas de museo)

Centrales Telefónicas Semi-Automáticas y Automáticas (Muy Antiguas)

Centrales Telefónicas Electrónicas (Equipamientos desfasados tecnológicamente)

Centrales Telefónicas IP (Es la última tecnología en comunicaciones, todavía la podemos considerar una tecnología emergente en nuestro país.)

España ha sido un país que ha estado en una evolución continua en cuanto a comunicaciones se refiere, siempre con una diferencia de tiempo con respecto a Estados Unidos y a otros países que tecnológicamente nos han superado.

Durante muchos años Telefónica fue el único operador del país y al mismo tiempo el regulador o limitador de la tecnología disponible para los usuarios finales y para las empresas.

Las Telecomunicaciones están en un buen momento y en una constante evolución y mejora, actualmente podemos decir que estamos en un momento de aprobación de nuevas tecnologías en el cual, la tecnología que venza todas las barreras de implantación se convertirá en dominante y provocará una migración masificada de tecnologías, nos referimos a la Telefonía IP.¹³

Central Telefónica

Figura 17. Central telefónica



Fuente: <http://serviciosdetelecomunicaciones.com/que-es-una-central-telefonica/>

Una Central Telefónica, es un Equipo Electrónico que realiza intercomunicaciones de VOZ y AUDIO, dispone de puertos para instalar líneas telefónicas públicas y

¹³FORO DE COMUNICACIONES PARA EMPRESAS: *HISTORIA DE LAS TELECOMUNICACIONES Y TIPOS DE CENTRALES TELEFÓNICAS*.EXTRAIDO EL 22 DE JULIO DEL 2013.

<http://foro.tecnicasprofesionales.com/index.php?topic=3.0>.

puertos para conectar teléfonos, establece las conexiones entre las líneas telefónicas públicas con las extensiones telefónicas internas distribuidas en una Edificación, Empresa, Comercio, Hotel, Domicilio o cualquier lugar donde esté instalada una Central Telefónica, red de telefonía y teléfonos.

También se conoce a una Central Telefónica como un Equipo de Conmutación, que sirve para operar llamadas telefónicas, entre otras Centrales Telefónicas de diferentes jerarquías o categorías, con el propósito de Intercomunicar por VOZ y AUDIO entre dos sitios distantes.

Las Centrales Telefónicas Públicas son las que proporcionan las líneas telefónicas a las Empresas Privadas, dependiendo del número de líneas telefónicas públicas y el número de personas de la empresa privada que van a operar las llamadas telefónicas, se configura el tamaño de una Central Telefónica Privada, la distribución de la Red Telefónica y los modelos de Teléfonos para ejecutar las llamadas telefónicas entre la Empresa Privada y el Mundo exterior.

Cuando una extensión de una Central Telefónica privada, realiza una llamada telefónica con el mundo exterior, esta llamada tiene un costo, de acuerdo a; Duración, Distancia, Línea Pública, tipo de llamada y horario.

Cuando dos extensiones de una central telefónica privada establecen una llamada interna, esta llamada no tiene costo en dinero.

Cuando ingresa una llamada desde el mundo exterior a la Central Telefónica, el costo de la llamada la paga el que llama, no el que recibe la llamada.

Según la dimensión y naturaleza de la Empresa Privada, es necesaria la cantidad y tipos de líneas telefónicas públicas.

El número de puertos destinados a la conexión de las líneas telefónicas, no son iguales a la cantidad de puertos para las extensiones internas de la Central Telefónica.

Primeramente se considera el número de personas que van a operar las llamadas telefónicas entrantes y / o salientes, para solicitar el número de líneas telefónicas públicas.

Luego y de acuerdo a fórmulas de tráfico de llamadas, horarios de atención, duración media de conversaciones telefónicas, es que se configura la cantidad de puertos para conectar las líneas telefónicas en una Central Telefónica.

Para una Pequeña o Mediana Empresa, los fabricantes de las centrales telefónicas ya tienen dimensionadas las cantidades de puertos para líneas telefónicas públicas y la cantidad de puertos destinados para las extensiones internas, comúnmente el número de personas que operan las llamadas telefónicas, es casi 3 veces mayor al número de líneas telefónicas públicas necesarias.

Por ello es que existen modelos de centrales telefónicas con capacidades como:

Central Telefónica para 3 líneas y 8 extensiones (8 es casi 3 veces mayor que 3).

Central Telefónica para 6 líneas de calle y 16 extensiones (16 es casi 3 veces mayor que 6).

Central Telefónica para 8 líneas de calle y 24 extensiones (24 es 3 veces mayor que 8).¹⁴

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General de la propuesta

Implementar en la cooperativa de taxis Julio Viteri Gamboa un sistema de central telefónica en la ciudad de Milagro, a través de elementos necesarios a potenciar la participación de esta nueva alternativa en el mercado, contribuyendo con la tranquilidad de los habitantes de la ciudad de Milagro.

5.4.2 Objetivos específicos de la propuesta

- ❖ Definir la estructura organizacional para el funcionamiento de la empresa.
- ❖ Elaborar manuales de funciones, para una mejor distribución de las labores contables y operativas de la cooperativa
- ❖ Proponer la adquisición de un sistema informático de alta tecnología, que optimice el manejo de la información contable.

¹⁴ SERVICIO DE TELECOMUNICACIONES: Central telefónica. Extraído el 27 de Agosto del 2013. <http://serviciosdetelecomunicaciones.com/que-es-una-central-telefonica/>

- ❖ Proponer la implantar el sistema de central telefónica.
- ❖ Solicitar la incorporación de recurso humano capacitado para atender la asistencia del servicio de taxi por medio de las llamadas.

5.5 UBICACIÓN

La cooperativa de taxi funciona en local propio, el mismo que se encuentra ubicado en:

PAIS: Ecuador

REGIÓN: Costa

PROVINCIA: Guayas

CANTÓN: Milagro

CIUDADELA: María Teresa

CALLES: Ing. Guillermo Robles Florencia Manuel Orbe Villarroel

Figura 17. Mapa de ubicación.



5.6 FACTIBILIDAD

Aspecto social.- Mejorar el estatus de vida de la población milagreña.

Aspecto económico.- Abrirá nuevas fuentes de trabajo con lo que se moverá la economía de la ciudad.

Aspecto tributario.- Generara más tributo para el Estado

Aspecto Legal.- Considerar la normativa nacional y local vigente relacionada con el proyecto

Requisitos para formar una cooperativa

Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- ❖ Copia de escritura o estatuto de constitución de la compañía
- ❖ Copia de escritura de aumento de capital o reforma de estatutos, si las hubiere
- ❖ Copia del nombramiento del representante legal
- ❖ Copia del documento de identidad y certificado de votación del representante legal y de las personas autorizadas a firmar la cuenta.
- ❖ Copia del último Balance con la nómina de los accionistas y certificado de cumplimiento de obligaciones
- ❖ Carta suscrita por el representante legal autorizando el registro de firmas autorizadas
- ❖ Copia de la última planilla cancelada de agua, luz o teléfono”

Dentro de los 30 días siguientes a la presentación de la solicitud, la Dirección Nacional de Cooperativas responderá aprobando o reprobando el estatuto de la cooperativa, como lo indica el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 13: “Una vez realizado el estudio de la documentación de la cooperativa, el Ministerio de Previsión Social, de no encontrar impedimento legal alguno y ser viable el plan presentado, expedirá dentro de los treinta días siguientes a la presentación de la solicitud, el Acuerdo de aprobación del estatuto que le concede la personería jurídica, y ordenara la inscripción de la cooperativa en el Registro que, con tal objeto, llevara la Dirección Nacional de Cooperativas”.

De ser aprobado el estatuto se procederá a inscribir a la cooperativa en el Registro de Cooperativas, como hace referencia el Reglamento General de Cooperativas en su artículo 13: “Una vez realizado el estudio de la documentación de la cooperativa, el Ministerio de Previsión Social, de no encontrar impedimento legal alguno y ser viable el plan presentado, expedirá dentro de los treinta días siguientes a la presentación de la solicitud, el Acuerdo de aprobación del estatuto que le concede la

personería jurídica, y ordenara la inscripción de la cooperativa en el Registro que, con tal objeto, llevara la Dirección Nacional de Cooperativas” en dicho Registro constara datos de vital importancia, como lo indica el artículo 14: “La fecha de inscripción en el Registro de Cooperativas determinara el principio de la existencia legal de las mismas. En dicho Registro constaran los siguientes datos:

- a)** Nombre y domicilio de la cooperativa;
- b)** Grupo y clase de los que pertenece;
- c)** Capital suscrito inicialmente y capital pagado;
- d)** Número de socios fundadores;
- e)** Fecha y numero de inscripción; y
- f)** Firmas del Director Nacional de Cooperativas”.

El nombre de la cooperativa indicado en literal a) no podrá coincidir con el de otra cooperativa, tal como lo establece el artículo 11: “La denominación de una cooperativa no debe coincidir con la de otra de la misma línea que este ya aprobada por el Ministerio de Previsión Social y Cooperativas, ni corresponderá a nombres de personas vivientes, sean o no autoridades”, pudiendo optar también por un régimen de responsabilidad como lo determina el artículo 15: “Las sociedades cooperativas pueden optar los siguientes regímenes de responsabilidad:

- a)** de responsabilidad limitada,
- b)** de responsabilidad suplementada, y
- c)** de responsabilidad ilimitada

La responsabilidad limitada comprende únicamente el capital aportado por los socios a la cooperativa. La responsabilidad suplementada, además del capital aportado por los socios, compromete la parte de los bienes personales de dichos socios a que se extiende la responsabilidad. Y la responsabilidad ilimitada es aquella que no solo compromete el capital aportado por los socios a la cooperativa sino el patrimonio personal de cada uno de ellos”.

El número de socios fundadores indicado en literal d), no podrá ser menor que once, como lo indica el artículo 6: “Ninguna cooperativa se formara con menos de once personas naturales o naturales y jurídicas, o de tres personas jurídicas solamente, con excepción de las cooperativas de consumo de artículos de primera necesidad, a

que se refiere el artículo 83 de este Reglamento, que deberán tener un mínimo de cincuenta socios”.

Obtener el RUC en el Servicio de Rentas Internas.

“Los requisitos están indicados en el instructivo para inscribir y actualizar el RUC, que entrega el SRI y son:

- ❖ Formulario RUC 01-A o 01-AB suscritos por el Representante legal.
- ❖ Presentar la original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizados por el organismo de control respectivo.
- ❖ Presentar el original o copia certificada del nombramiento vigente del Representante Legal.
- ❖ Original y copia de uno de los siguientes documentos que acredite la dirección en donde se realice la actividad económica:
 - ❖ Planilla de agua, luz, teléfono o televisión por cable, etc.
 - ❖ Nombres y apellidos completos y numero de RUC del contador”.

Presentar documentaciones para obtener el Permiso de Operación o Habilitación Operacional, tal como lo indica la Ordenanza Metropolitana 0247 en su artículo I.464(4): “Constituida legalmente la compañía o cooperativa de transporte registrada en la EMSAT su representante legal solicitara por escrito a la Gerencia General de EMSAT, se le otorgue el respectivo permiso de Operación. La solicitud contendrá los siguientes datos:

- ❖ Solicitud dirigida al Gerente General de EMSAT,
- ❖ Estatuto o escritura de constitución de la cooperativa o compañía, legalmente registrada,
- ❖ Pago de la tasa de Permiso de Operación,
- ❖ Registro de los representantes legales de las compañías o cooperativas,
- ❖ Registro Único de Contribuyentes (RUC) de la empresa,
- ❖ Nómina de Accionistas emitida por la Superintendencia de Compañías o la Dirección de Cooperativas, copias de las cédulas, certificados de votación, licencia de conducir, categoría profesional para los socios, además copias

certificadas de las licencias profesionales vigentes de las personas que estén autorizadas para la conducción de un vehículo de transporte público,

- ❖ Listado de la flota vehicular especificando la marca, número de motor, chasis, modelo, año de fabricación, factura o matrícula.
- ❖ Certificado de aprobación de la Revisión Técnica Vehicular emitido por la CORPAIRE.
- ❖ Seguro Obligatorio de tránsito, “SOAT”
- ❖ Certificado de la operadora de no adeudar a la Municipalidad del Distrito Metropolitano de Quito”.

La contratación del SOAT indicado en el numeral 9, se realizara tal como lo indica el instructivo para contratar el SOAT, existente en la página de internet www.soatecuador.info, que indica:

“El proceso de contratación del seguro es muy sencillo y busca la agilidad en el proceso.

Los únicos requisitos para adquirir el SOAT son:

- ❖ La presentación de la matrícula del vehículo, y
- ❖ El pago del valor correspondiente del seguro.

Opcionalmente puede presentarse la cedula de identidad del contratando o de la persona cuyo nombre se desea que aparezca en el certificado, o el RUC de la empresa o profesional que contrata el seguro, esto para fines tributarios y contables”.

Requisitos para afiliación a la Cámara de Comercio de Milagro (opcional)

- ❖ Copia del Registro Único del Contribuyente (RUC)
- ❖ Patente Municipal.
- ❖ Copia de Cedula de Ciudadanía.
- ❖ Copia de certificado de votación.

Nuestro proyecto, pues cumple con los requisitos que emana la Ley de Compañía, entre otras, ser mayor de edad, capaz de controlar y obligarse. La Ley Orgánica de

Régimen tributario Interno, Código de Comercio, y demás estamentos necesarios. Para el efecto se requirió realizar los siguientes trámites:

- ❖ Carta dirigida a la Superintendencia de Compañías, solicitando el nombre de la empresa que desea constituir, esta fue solicitada por un abogado.
- ❖ Realizar la apertura de una cuenta corriente en un banco de la localidad, como “Cuenta de Integración de Capital” a nombre de nuestra Compañía, para el efecto se aportó el 50% del capital en constitución.
- ❖ Elaborar ante el Notario público del cantón, la minuta de constitución y elevarla a escritura Pública.
- ❖ Publicar el Extracto que nos entrega la Superintendencia de Compañías, en uno de los principales periódicos de la ciudad.
- ❖ Inscribirla en el Registro Mercantil de Guayaquil la escritura de Constitución.
- ❖ Obtener el Registro Único de Contribuyente, el mismo que lo realizaremos en el Servicio de Rentas Internas.

Para la obtención del permiso legal para el funcionamiento de nuestro negocio es necesario contar con los siguientes documentos habilitantes.

Permiso de funcionamiento municipal, este permiso o documento se lo obtuvo en el Municipio en este caso en la ciudad de Milagro, cumpliendo los siguientes requisitos:

- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ❖ Cedula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ❖ Planilla de Luz
- ❖ Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso del Cuerpo de bomberos, les corresponde a los primeros jefes del cuerpo de bombero del país, conceder permisos anuales, debiendo cancelar la tasa de servicios. Es un documento que da la mencionada entidad del estado una vez que el personal del Cuerpo de Bomberos haya inspeccionado el local, en el cual básicamente se revisa la instalación y se asegura que tengan medios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ❖ Cedula y Papeleta de Votación representante Legal.
- ❖ Planilla de luz.
- ❖ Pago de tasa o permiso, de acuerdo a la Actividad económica.

Permiso de Funcionamientos Ministerio de Salud Pública

Este documento se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud del Guayas previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación

- ❖ Permiso de la Dirección de Higiene Municipal
- ❖ Copia del RUC.
- ❖ Copia Nombramiento Representante Legal.
- ❖ Cédula y Papeleta de Votación Representante Legal.
- ❖ Planilla de luz.
- ❖ El carnet de salud ocupacional por cada uno de los empleados. Con lo que después se puede obtener el respectivo registro sanitario.

Misión de la empresa

Ofrecer seguridad y buscar la satisfacción del cliente, garantizando el cumplimiento y la eficiencia en el servicio de call center. Comprometidos a trabajar arduamente en conjunto con las entidades gubernamentales en beneficio de la sociedad actual, promoviendo un ambiente de trabajo basado en la responsabilidad e integridad y el trabajo en equipo, generando rentabilidad para nuestros asociados

Visión de la empresa

Ser la empresa líder en el servicio de transporte de taxi con central telefónica para la ciudad de Milagro, permanecer en constante crecimiento, consolidarnos como una de las mejores empresas a nivel nacional, atendiendo profesionalmente la demanda de transporte que nuestra sociedad exige.

Objetivo General

Ofrecer un servicio de calidad, garantizando la integridad, confianza y seguridad de los usuarios buscando alcanzar la satisfacción total y con esto un posicionamiento respetable en este mercado.

Objetivos Específicos

- ❖ Proporcionar calidad tanto en el servicio de comunicación telefónica como el servicio del profesional al volante, donde el cliente se sienta seguro de volver a solicitar nuestros servicios.
- ❖ Establecer estrategias de seguridad y salvaguardar la integridad de los clientes.
- ❖ Utilizar herramientas adecuadas de trabajo para mejorar la operatividad de la cooperativa.
- ❖ Emplear sistemas de alta tecnología para optimizar las actividades administrativas y operativas de la cooperativa.

Valores Corporativos

Para poder alcanzar las metas y objetivos que planteamos tendrá que cumplir con los siguientes valores:

- **Calidad de servicio**

Aplicaremos normas de calidad de servicio para los ciudadanos que soliciten los servicios prestados de las taxis de la cooperativa.

- **Honestidad**

Nos mostraremos transparentes con nuestros clientes, ofreciendo los servicios y pagando en el tiempo estimado nuestras obligaciones, es un compromiso adquirido que debe cumplirse para mantenerse en este mercado competitivo.

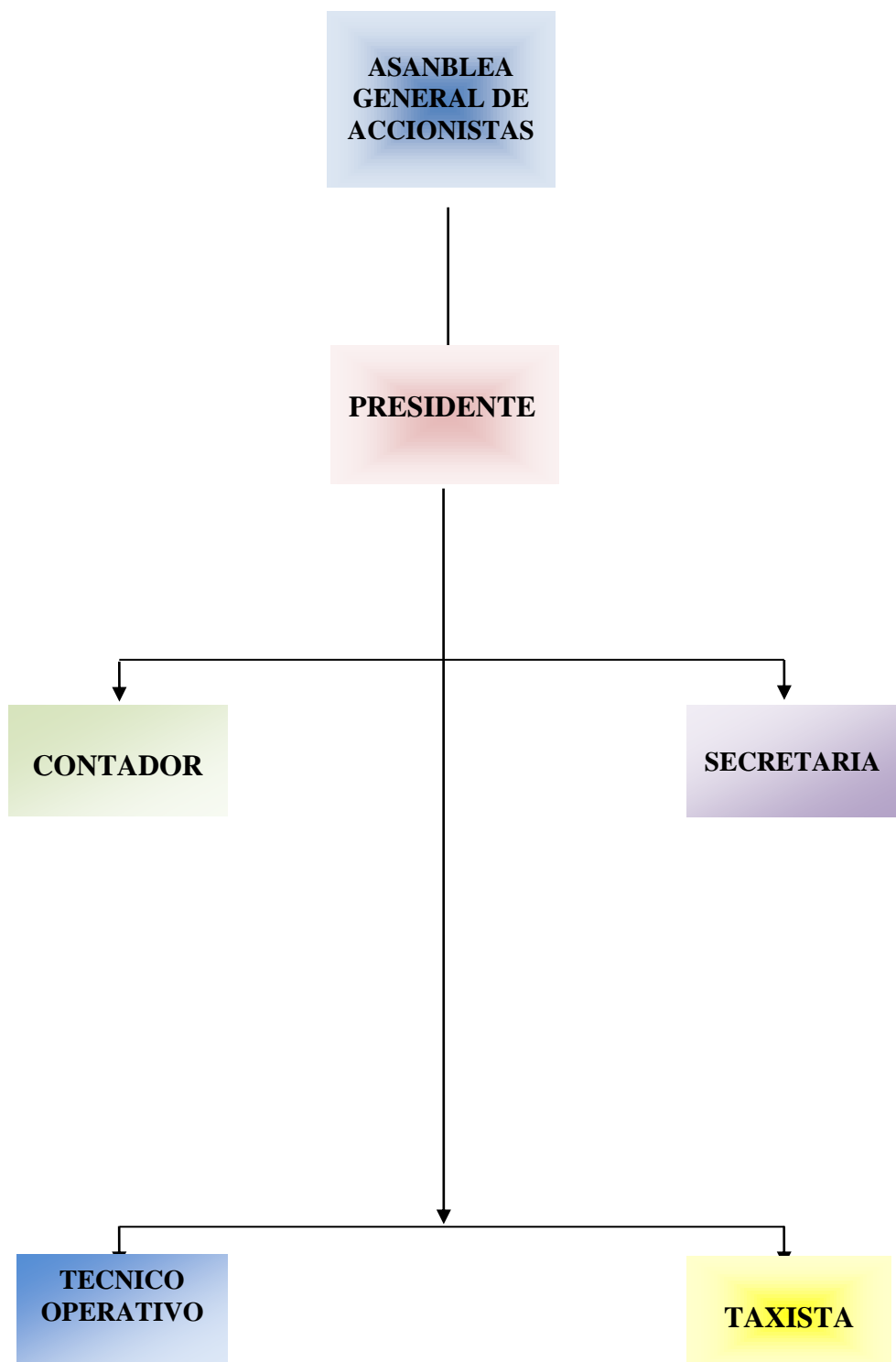
- **Disciplina**

Nos caracterizaremos por ser puntuales en nuestras obligaciones, con nuestra gente, exactos en todos nuestros cumplimientos, atenciones y muestras de amabilidad hacia nuestros consumidores.

- **Responsabilidad Social**

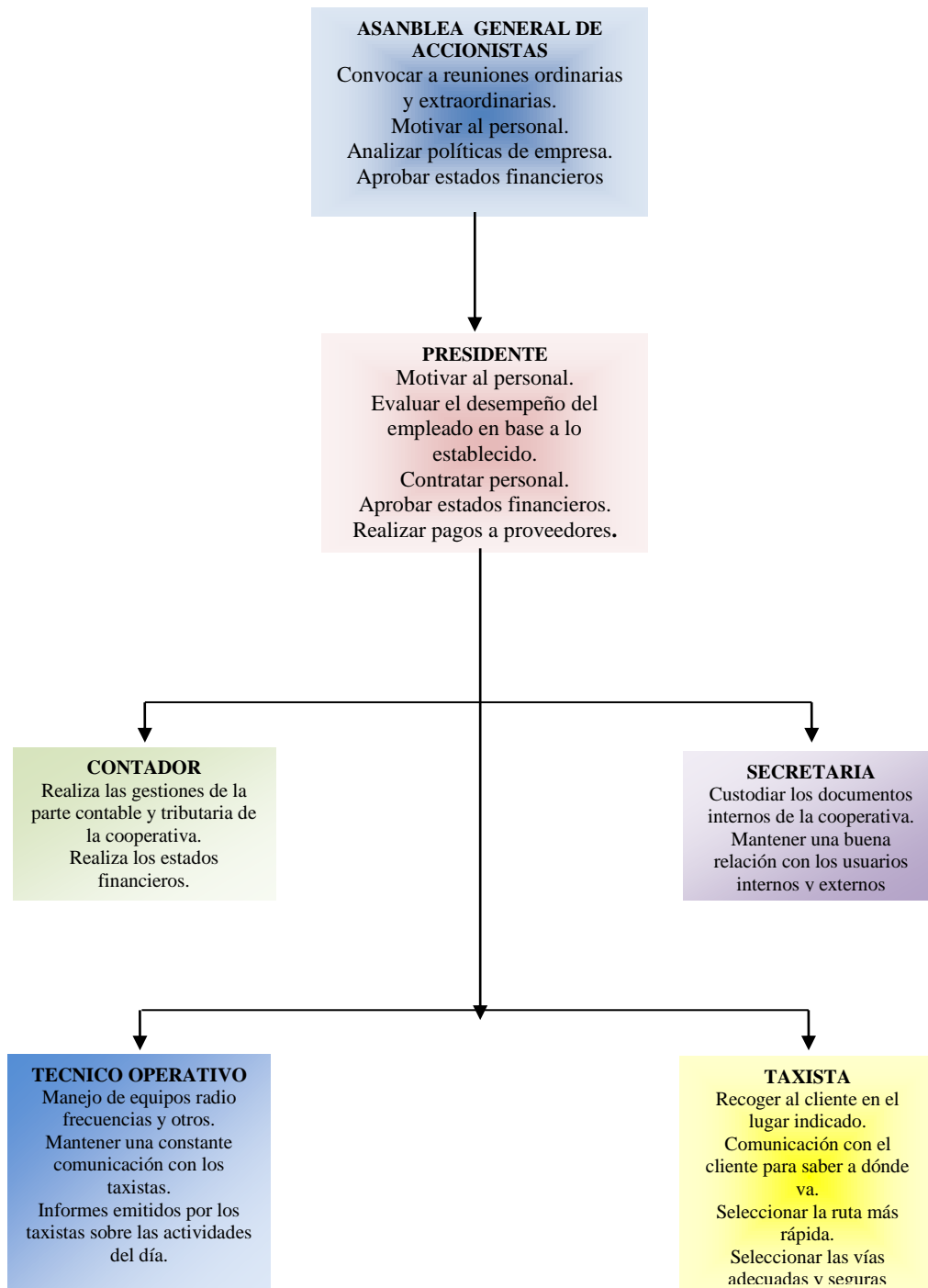
La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Figura 18. Organigrama Estructural



Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

Figura 19. Organigrama Funcional



Elaborado por: Viviana Amboya Barahona



MANUAL DE FUNCIONES

Función del Cargo: Accionistas
Perfil del Cargo
Edad, 25 años en adelante.
Sexo, indistinto
Estado Civil, indistinto
Vehículo propio con documentación en regla
Vehículos con dos años de antigüedad
Capital mínimo de \$800
Documentación en regla
Funciones Específicas
❖ Solicitar sus haberes por el monto de la inversión que han realizado dentro de la cooperativa.
❖ Convocar a reuniones ordinarias y extraordinarias.
❖ Elaborar políticas de Empresa.
❖ Aprobar Estados Financieros.
❖ Realizar inversiones.



Función del cargo: Presidente

Perfil del cargo
Edad, 25 años en adelante
Sexo, masculino
Estado civil, indistinto
Formación académica, mínimo bachiller o título universitario
Funciones Específicas
❖ Dirige y controla al técnico operativo y secretaria.
❖ Evalúa el rendimiento del empleado en base a lo establecido.
❖ Contrata y despide personal.
❖ Realiza pago a proveedores.
❖ Elabora y evalúa las políticas de la empresa.
❖ Asesora en la toma de decisiones económicas.
❖ Encargado de comprar equipos de oficina
❖ Responsable de los ingresos y egresos de la cooperativa



Función del cargo: Secretaria

Perfil del cargo
Edad, 23 a 30 años
Sexo, femenino
Estado Civil, indistinto
Fluidez verbal y escrita.
Capacidad de trabajar en equipo
Formación académica, mínimo Bachiller
Funciones Específicas
❖ Encargada de la central de la cooperativa
❖ Receptar llamadas de los clientes
❖ Ponerse en contacto con la unidad más próxima disponible
❖ Indicar datos de ubicación del cliente al profesional del volante
❖ Indicar especificaciones de la unidad al cliente
❖ Custodiar los documentos internos de la empresa.
❖ Coordinar visitas con los proveedores para la obtención de insumos
❖ Recibir y verificar mercadería
❖ Mantener un buen trato con los clientes.
❖ Encargada de recibir todo objeto de los clientes que se han dejado olvidado en el vehículo
❖ Realizar pagos de servicios básicos
❖ Supervisar al personal de limpieza



Función del cargo: Técnico operativo

Perfil del cargo
Edad de 25 a 30 años
Sexo, masculino
Estado Civil, indistinto
Estudios: Título de Tecnólogo de sistemas o carreras afines.
Experiencia: 1 año de experiencia.
Funciones específica
❖ Verificar el equipo de cómputo y radio frecuencias que estén en buenas condiciones
❖ Requerimiento mensual del mantenimiento de los equipos.
❖ Actualiza los sistemas informáticos periódicamente.
❖ Realiza la revisión y mantenimiento de las instalaciones eléctricas u otras.
❖ Emite informe de revisión, verificación y reparación de los equipos computacionales.
❖ Responsable de los bienes que se encuentran en la oficina administrativa.



Función del cargo: Taxistas

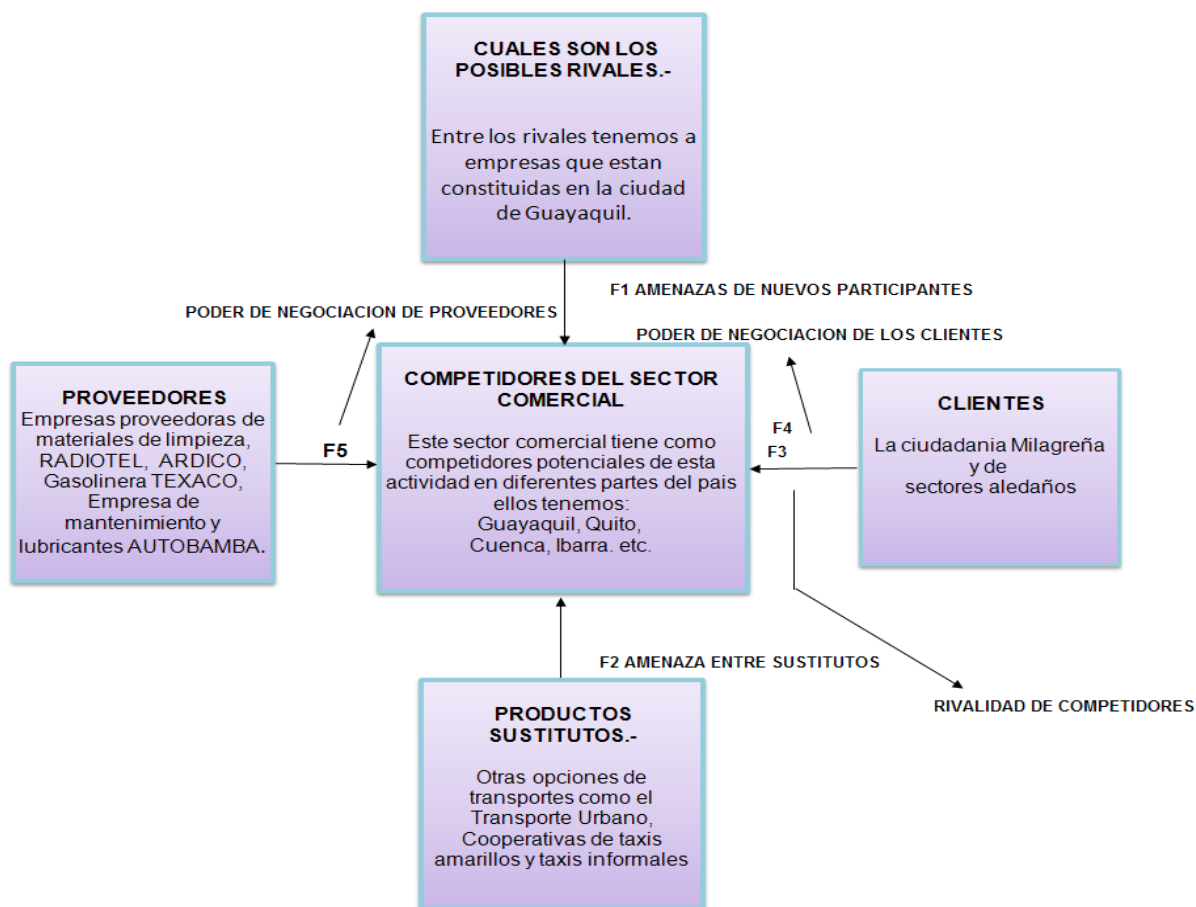
Perfil del cargo
Edad de 22 años en adelante
Sexo, masculino
Estado Civil, indistinto
Documentos personales en regla
Formación académica, mínimo bachiller
Tener licencia profesional de conducir
Funciones Específicas
❖ Recoger al cliente en el lugar indicado
❖ Comunicación con el cliente para saber hacia dónde va
❖ Seleccionar la ruta más rápida
❖ Seleccionar las vías adecuadas y seguras
❖ Trasladar al cliente al lugar solicitado
❖ Cobrar la carrera
❖ Desembarcar absolutamente todas las pertenencias del cliente

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

La cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa con central telefónica está conformada por ciento treinta y nueve taxistas, la cual opera bajo la razón social de Sociedad Anónima, según la Ley se inició con un capital mínimo de \$1.030,46 forman parte de esta organización las personas que cuentan con carros propios, donde los vehículos deben estar en buenas condiciones. Teniendo la responsabilidad de encargarse del mantenimiento de los automotores, gasto que será devengado de los propios conductores, serán monitoreados por la secretaria la que estará en constante comunicación con ellos, indicando siempre su ubicación, además de receptor las llamadas de los clientes para enviar a los taxistas a los establecimientos de los usuarios.

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.

Figura 20



Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

Cuadro 19

F1 BARRERAS DE ENTRADA	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRODUCTO/SERVICIO DIFERENTE		X	
2. ALTOS COSTOS	X		
3. AMENAZA DE NUEVOS PARTICIPANTES	X		
4. PRESTIGIO	X		
SUMA	3	1	0
	75%	25%	0%

El cuadro de las barreras de entrada demuestra un nivel bajo (75%), de existencia, las mismas que facilitan el ingreso de nuevos participantes en este sector comercial, por ello el negocio debe buscar los mejores medios para posicionarse en este mercado.

Cuadro 20

F2 PRODUCTOS SUSTITUTOS	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRECIOS RELATIVOS		X	
2. PROPENCION A CAMBIAR		X	
3. BENEFICIOS ADICIONALES O VENTAJAS SUSTITUTAS		X	
4. COSTO DE INTERCAMBIO			X
SUMA	0	3	1
	0%	75%	25%

La amenaza de sustitución del producto/servicio (75%) es de nivel medio por la aparición de inversionistas o de personas que deseen brindar esta clase de servicios, sin embargo, no representa mayor preocupación pues conocemos el mercado y sus falencias.

Cuadro 21

F3 DETERMINANTES DE LA RIVALIDAD	BAJO	MEDIO	ALTO
1. COMPETIDORES DE UN TAMAÑO EQUIVALENTE	X		
2. ESTRATEGIAS	X		
3. CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA		X	
4. CALIDAD/PRECIO	X		
SUMA	3	1	0
	75%	25%	0%

En lo concerniente a los productos y el servicio que brindara el negocio el cuadro presenta un nivel bajo (75%) por la presencia de la rivalidad, sin embargo, no debemos descuidar a nuestra competencia establecer estrategias que potencien nuestra participación

Cuadro 22

F4 PODER DE LOS COMPRADORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRODUCTOS IGUALES			X
2. PRODUCTOS DIFERENCIADOS O UNICOS		X	
3. ELASTICIDAD			X
4. IMAGEN CORPORATIVO	X		
SUMA	1	1	2
	25%	25%	75%

En el momento de adquirir el servicio el poder de compra lo tienen los clientes, debido a la poca existencia de este tipo de negocio, sin embargo, se deberá seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al producto/servicio, para mantenerse en el mercado.

Cuadro 23

F5 NEGOCIACION CON LOS PROVEEDORES	BAJO	MEDIO	ALTO
1. PRESENCIA DE INSUMOS SUSTITUTOS	X		
2. IMPORTANCIA DEL VOLUMEN PARA EL PROVEEDOR		X	
3. IMPACTO DE INSUMOS EN EL COSTO O DIFERENCIACION			X
4. COMPROMISOS CON GRANDES EMPRESAS	X		
SUMA	2	1	1
	50%	25%	25%

Para poder mantener un variado stock de los insumos administradores del negocio deben establecer alianzas con dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles y productos de calidad, así se logrará tener cierto grado de ventaja ante la competencia, y a su vez mantener una buena relación con ellos para poder acceder a la mercadería.

Cuadro 24

RESUMEN DEL ANALISIS DEL SECTOR COMERCIAL, NIVEL DE ATRACTIVIDAD						
	ACTUAL			FUTURO		
MAGNITUD DE LA EMPRESA	BAJO	MEDIO	ALTO	BAJO	MEDIO	ALTO
Barreras de Entrada	3	1	0	0	2	2
Productos Sustitutos	0	3	1	1	2	2
Determinantes de la Rivalidad	3	1	0	2	1	1
Poder de los Compradores	1	1	2	1	2	1
Negociación con los proveedores	2	1	1	1	3	0
Evaluación General	9	7	4	5	10	6
Porcentajes	45%	45%	10%	24%	48%	29%

Hoy en día la existencia de esta clase de negocio tiene un alto índice de crecimiento, por ello la empresa debe optimizar su servicio y marcar la diferencia ante la competencia y así lograr un posicionamiento respetable en este mercado.

Cuadro 25. ANÁLISIS FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
Control de las actividades a realizarse.	Ausencia de un plan estratégico.
Infraestructura propia.	Sistemas informáticos de poca tecnología.
Personal altamente capacitado.	Escasos recursos para publicidad.
Servicio requerido por el mercado.	Limitados recursos tecnológicos de comunicación.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Facilidad en políticas de créditos por parte de las instituciones financieras.	Regulaciones por el ministerio de turismo, SRI, otros.
Que la ciudad sea un destino turístico.	Etapas invernales.
Desarrollo de la actividad comercial y financiera.	Competencia desleal.
Crecimiento poblacional	Incremento de la competencia.

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

Cuadro 26.MATRIZ FO-FA-DO-DA

		Factores Internos		
		Fortalezas	Debilidades	
"Implementar en la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa un sistema de central telefónica"		Control de las actividades a realizarse	Ausencia de un plan estratégico	
		Infraestructura propia.	Sistemas informáticos de poca tecnología.	
		Personal altamente capacitado	Escasos recursos para publicidad	
		Servicio requerido por el mercado	Limitados recursos tecnológicos de comunicación.	
		FO	DO	
		Oportunidades		Desarrollo de la actividad comercial y financiera.
Facilidad política de crédito financiero	El acceso a un crédito bancario sería una oportunidad exitosa en el desarrollo de la cooperativa puesto que sería recomendable mejorar la imagen a través de adecuaciones.			Es necesario que se realice un análisis sobre los sistemas más acordes a la actividad de la cooperativa con el objetivo de lograr una correcta gestión administrativa y financiera, que permita posicionarse en este mercado.
Crecimiento poblacional.	El talento humano encargado de la administración de la cooperativa debe pasar por un adecuado proceso de selección y reclutamiento que vayan acorde al perfil del cargo establecido en el manual de funciones.			Debido a que la tecnología forma parte importante en el desarrollo de toda organización, es necesario comprar equipos de comunicación y sistemas computacionales de alta tecnología, para así mejorar la operatividad de este establecimiento
Que la ciudad sea un destino turístico	El poseer conocimiento en el mercado debe ser vital, puesto que en la actualidad se está fomentado la actividad turística, oportunidad que la cooperativa no puede desaprovechar para incrementar su rentabilidad			Adiestrar a los conductores para que aborden de la manera más estratégica sobre el servicio que se prestará y los beneficios sobre la seguridad de viajar en nuestras unidades.

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

Cuadro 27 Análisis FO-FA-DO-DA

		Factores Externos	
		Fortalezas	Debilidades
	<p>“Implementar en la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa un sistema de central telefónica”</p>	Control de las actividades a realizarse	Ausencia de un plan estratégico
		Infraestructura propia.	Sistemas informáticos de poca tecnología.
		Personal altamente capacitado	Escasos recursos para publicidad
		Servicio requerido por el mercado	Limitados recursos tecnológicos de comunicación.
		FA	DA
Amenazas	Regulaciones por el ministerio de turismo, SRI, Otros.	Para lograr un posicionamiento y reconocimiento en este mercado debe proyectar una buena imagen a la sociedad logrando así ser tomados en cuenta para formar parte de instituciones importantes que den un alto prestigio a la empresa. Creando así credibilidad y lealtad de la ciudadanía al momento de solicitar un medio de transporte.	Como se ha mencionado en las otras estrategias, es muy necesario emplear estrategias publicitarias, las mismas que deben pasar por un adecuado análisis para identificar su nivel de aceptación ante la sociedad y así emplear volantes, trípticos, radio, medios escritos, etc. para dar a conocer la cooperativa en un corto tiempo, haciendo hincapié en el servicio diferenciado que prestará la cooperativa, el de una central telefónica.
	Etapas invernales.	A través del personal capacitado se debe realizar un cronograma de actividades estratégicas que denuncien mejoras en el servicio, para así neutralizar a la competencia desleal	Mantener alianzas comerciales con proveedores informáticos, que además brinden asesoría sobre el manejo de los mismos, con el objetivo de lograr un óptimo trabajo de información y comunicación, la misma que sirva de aporte al desarrollo de esta cooperativa.
	Competencia desleal.	En momento en los que la naturaleza prevalece ante nosotros se necesitará canalizar los gastos para evitar deficiencias económicas cuando tiende a bajar la solicitud de nuestro servicio.	Es importante realizar oportunamente las gestiones pertinentes para no entorpecer alguna gestión de relevancia de la cooperativa, cuando se presenten tales etapas invernales que en muchas ocasiones ha evitado el funcionamiento de entidades que tienen que ver con la razón de la empresa como por ejemplo SRI.
	Incremento de la competencia.	Brindar un servicio de calidad, donde el cliente se sienta totalmente satisfecho, para así ser la primera opción ante las necesidades de transportación que tengan ante la competencia.	Lograr un rápido posicionamiento en el mercado a través de estrategias comerciales tanto administrativas como operativas y de marketing, logrando así la idealización de los clientes, restándole de esta manera participación a la competencia presente y la que desea incursionar en esta actividad.

Elaborado por: Viviana Amboya Barahona

MARKETING MIX

1.- Producto

- ❖ La cooperativa posee taxis de color amarillo, mostrando en ambas partes inferior izquierda el nombre de la entidad.
- ❖ La línea de transportación tendrá un logotipo que deberá poseer cada unidad con el propósito de ser diferenciados de la competencia.
- ❖ Las prendas u objetos que se queden olvidados por los pasajeros serán devueltos, dando así un valor agregado al servicio.
- ❖ Los señores conductores usarán uniforme una camisa color celeste y un pantalón color negro.

A continuación el Logotipo de la Cooperativa

Figura 21. Logotipo



Eslogan :

“Tu seguridad es nuestra garantía”

2.- Precio

El costo por carrera se determinara dependiendo:

- ❖ Al lugar donde valla
- ❖ A la hora que requiera este servicio
- ❖ Dentro de la ciudad se cobrará de \$1.5 a \$3 dólares a cualquier dirección de esta localidad, si existe un tiempo de espera de 10 a 15 minutos se cobrará un dólar adicional.
- ❖ Para carreras a Mariscal sucre, km 26, Yaguachi, Carrizal, la Parroquia Roberto Astudillo se cobrará de \$7.00 a \$10.00 , a excepción de Naranjito se cobrara de \$10.00 a \$15.00
- ❖ Para carreras a la ciudad de Guayaquil, Babahoyo, Simón Bolívar, u otras que tengan un tiempo de transportación de una hora a hora y media \$25.00 a \$30.00
- ❖ Para viajes a ciudades más grandes se establecerá la junta de accionistas.

3.- Plaza

La cooperativa trabajara en todos los rincones de esta localidad, es decir en todo el cantón Milagro, sectores aledaños y otros lugares de este país, dando cobertura donde el cliente solicite

4.- Promoción

Una de las promociones que tenemos es que al utilizar nuestro servicio de taxi con central telefónica irán ganando puntos por cada carrera, al completar 25 puntos en un meses, el control de estos puntos se lo llevara a través del sistema donde se registran las carreras solicitadas, cabe mencionar que cada carrera tendrá un puntaje de 5, una vez completada esta promoción automáticamente se le informara al cliente que la carrera no será cobrara por haber cumplido con la promoción. EL tiempo de duración de la promoción será de seis mese desde que se implemente el servicio de central telefónica en la cooperativa Julio Viteri Gamboa.

Otra promociones que tendremos será de regalar bolígrafos con el logotipo y dirección de la cooperativa. La duración de la promoción será de un mes.

Se empleará publicidades como radial: Voz de Milagro nos dará publicidad en un horario de 12:00 y a las 17:00, a un costo de \$ 30.00, en la ciudad de Guayaquil la radio canela 90,5 FM nos dará publicidad a un costo de \$75,00 en su sintonía a partir de las 8:30 A.M hasta las 5:30 P.M, cinco minutos cada cuarenta minuto.

La publicación será la siguiente:

Radio

Llego la hora de viajar a cualquier hora y lugar, cómodos y seguros con el servicio de central telefónica que brinda la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa, te transporta hasta el destino de tu elección, con solo una llamada te prestamos de inmediato nuestro servicio de taxi en el lugar que se encuentre con precios cómodos y accesibles al alcance de todo bolsillo. Llámanos ahora mismo al 042813941 o al 0989782111 - 0989273049 esperamos por ti.

Figura 22. Tarjeta de presentación



Figura 23. Volante

**TE BRINDAMOS UN SERVICIO DE TAXI CON CENTRAL TELEFÓNICA,
CON TALENTO HUMANO CALIFICADO A SU SERVICIO
LE GARANTIZAMOS SU SEGURIDAD AL DESTINO QUE DISPONGA
DENTRO Y FUERA DE LA CIUDAD**



**SOMOS TU MEJOR
ALTERNATIVA ¿ LLAMANOS?**

**LOS PRECIOS SERAN LOS
SIGUIENTE:**

Dentro de la ciudad se cobrara de \$1.50 a \$3.00 a cualquier lugar del Cantón.

Dentro de la ciudad se cobrara de \$1.50 a \$3.00 a cualquier lugar de esta localidad si existe un tiempo de espera de 10 a 15 minutos se cobrara \$1.00 adicional.

Para carreras a Mariscal Sucre, Km 26, Yaguachi, Carrizal, La Parroquia Roberto Astudillo se cobrara \$ 7.00 a excepción de Naranjito que se cobrara \$ 10.00

Estamos ubicados en la en la Cdla.
María Teresa en las calles: Ing.
Guillermo Robles Florencia y Manuel
Orve Villarroel vía Mariscal Sucre.

LLAMENOS-
042813341/098926407636

5.7.1 Actividades.

A continuación se detallan todas las actividades que hicieron posible el desarrollo de los mismos que consisten en lo siguiente puntos:

- 1) Socialización de la propuesta.
- 2) Contratación de las personas para instalar el servicio de central telefónica.
- 3) Acordar los días de mantenimiento para que todo marche bien.
- 4) Establecer talleres de capacitación para dar a conocer cómo funcionará el sistema de central telefónica.
- 5) Realizar cronograma de posibles rutas de estacionamiento.
- 6) Se contabiliza los movimientos económicos.
- 7) Se presentan los resultad

5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Materiales

ANÁLISIS DE LOS COSTOS E INGRESOS

Cuadro28. Inversión.

INVERSION DEL PROYECTO	
MANUAL DE FUNCIONES	160,00
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	180,00
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	50,00
CAPACITACIONES AL PERSONAL	3475,00
CENTRAL TELFÓNICA	5000,00
TOTAL DE LA INVERSION	8865,00

La inversión del proyecto se envasa en los rubros señalados en el cuadro 29, en donde se especifica lo efectuado para alcanzar un óptimo servicio, por medio de la implementación de una central telefónica como primer medio para diferenciarse de la competencia existente en el mercado.

Cuadro 29. Costos de Implementación,

COSTO DE IMPLEMENTACIÓN						
ADiestRAMIENTO AL TALENTO HUMANO	ACTIVIDAD	TIEMPO DE ADiestRAMIENTO	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	SUBTOTAL
MANUAL DE FUNCIONES	ADiestRAMIENTO AL PERSONAL	3 MESES	53,33	53,33	53,33	160,00
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	ADiestRAMIENTO AL PERSONAL	3 MESES	60,00	60,00	60,00	180,00
ORGANIGRAMA FUNCIONAL	ADiestRAMIENTO AL PERSONAL	1 MES	16,67	16,67	16,67	50,00
CAPACITACIONES AL PERSONAL	ADiestRAMIENTO AL PERSONAL	3 MESES	1158,33	1158,33	1158,33	3475,00
CENTRAL TELFÓNICA	ADiestRAMIENTO AL PERSONAL	1 MES	1666,67	0,00	0,00	5000,00
TOTAL						8865,00

La implementación y sociabilización de la propuesta se tomara un tiempo de tres meses, como se lo indica en el cuadro 30, en donde también se especifica los costos e los cuales se incurrirán.

Cuadro30. Índice de ingresos generados por medio de la central.

INDICE DE INGRESOS GENERADOS POR MEDIO DE LA CENTRAL TELEFONICA																	
DESCRIPCIÓN	TOTAL DE SOCIOS	INDICE DE LLAMADAS POR MEDIO DE LA CENTRAL	TOTAL DE LLAMADAS	COSTO DE CARRERA MÍNIMO	ENR	FEB.	MARZ	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGST.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	ANUAL
SOCIOS DE LA COOPERATIVA	139	15	2085	1,5	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	37530,00
SUMAN					3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	3127,50	37530,00

La cooperativa cuenta con 139 socios, por lo tanto se ha estimado que adicional a las carreras que realizan los conductores, se espera que con la implementación de la central telefónica, se incremente el nivel de carreras, proyectándolas a 15 llamadas con un costo promedio de \$1.50, lo cual le originaría a los socios buenos rendimientos financieros, y sobre todo se trataría de cubrir gran parte de esta plaza a través del servicio ofrecido.

Cuadro 31. Beneficio - Costo

BENEFICIO - COSTO	
	37.530,00
—	
	8.865,00
	<hr/>
	28.665,00

El resultado es positivo lo cual significa que la propuesta beneficiara tanto a la cooperativa como a sus socios.

Cuadro32.Ingreso adicionales percibidos con la propuesta.

DESCRIPCIÓN	TOTAL DE SOCIOS	APORT. ACTUAL	INGRESOS PRECIBIDOS CON LA CUOTA ACTUAL
APORTACIONES ACTUALES	139,00	20,00	2780,00
APORTACION PROPUESTA	139,00	30,00	4170,00
INGRESOS ADICIONALES PERCIBIDOS CON LA PROPUESTA			1390,00

5.7.3 Impacto

A través de esta propuesta se obtendrán los siguientes beneficios:

- ❖ Mediante la aplicación de la propuesta, se beneficiará a la ciudadanía Milagreña los mismos que tendrán la seguridad de dirigirse a sus lugares de destino, sin la preocupación de ser presa de la delincuencia.
- ❖ La cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa cuenta con un personal eficiente, lo cual lograra la optimización de sus servicios con los clientes, maximizando sus utilidades y logrando los objetivos propuestos.
- ❖ Se lograra mayor prestigio, por lo tanto una permanencia en este mercado competitivo.
- ❖ Mayor control en el servicio, de esta manera se podrá asistir de forma inmediata e el caso que se presente una dificultad a los conductores por fallas mecánicas o por el índice delincencial.

5.7.4 Cronograma

Cuadro 33. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES				
DESCRIPCION	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE
1) Sociabilización de la propuesta.				
2) Contratación de las personas para instalar el sistema de central telefónica.				
3) Acordar los días de mantenimiento de la central telefónica para que todo marche bien.				
4) Establecer talleres para capacitar al personal para dar a conocer como funcionara el sistema de central telefónica.				
5) Realizar cronograma de las posibles rutas de estacionamiento.				
6) Se contabiliza los movimientos económicos.				
7) Se presenta los resultados obtenidos.				

5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.

El planteamiento del tema investigativo llevo a la determinación de los objetivos, los cuales se enfocaron en los servicios que ofrece actualmente esta cooperativa, por lo tanto se empleó una técnica investigativa que permitió obtener información adecuada para plantear la propuesta, la cual le permitirá a la cooperativa Julio Viteri Gambo conseguir lo siguiente:

- 1) Porcentaje de clientes o personas que incrementen el uso de los servicios de la Cooperativa.
- 2) Disminución del 20% de robos en los taxis.
- 3) Disminución del 25% de robos a usuarios.
- 4) Posicionamiento de la Cooperativa en esta localidad.

CONCLUSIONES

- 1.** El hecho que las cooperativas no cuentan con un sistema de central telefónica ocasiona inseguridad para pasajeros y choferes.
- 2.** La falta de legalización de los taxis informales ocasiona que la delincuencia e intranquilidad de los usuarios crezca cada día más.
- 3.** La cooperativa no cuenta con servicio d central telefónica lo que dificulta brindar a los usuario0s un servicio de calidad.
- 4.** Dentro de esta sociedad tan exigente las personas se inclinan por abordar taxis y lo hacen con desconfianza porque piensan que van a ser víctimas de la delincuencia.

RECOMENDACIONES

1. Proponer a la cooperativa Julio Viteri Gamboa el organigrama y funcional estructural establecido en la propuesta.
2. Una vez implementada esta propuesta es importante que se maneje bajos los aspectos legales que rigen este tipo de cooperativas, para evitar caer en restricciones legales que afecta las actividades administrativas y operativas de la cooperativa
3. Se recomienda desde el inicio manejar un estándar de calidad en la atención al cliente ya que este aspecto será el que garantice la competitividad en el mercado y la aceptación del negocio; y el crecimiento de socios para llegar a las metas consideradas e incluso superarlas.
4. Se recomienda adquirir un sistema informático de alta calidad que optimicen las gestiones internas y externas de la cooperativa.
5. Se recomienda implementar un plan de capacitación para el personal operativo (taxistas), para de esta manera incentivar al talento humano de la cooperativa, a pesar de ser una de las tareas más complicadas, por lo que; considerando en el medio en que se desenvuelve la Institución se aprecia tantos los incentivos morales como económicos, pero sin perder de vista la finalidad social de la cooperativa.

BIBLIOGRAFIA

- BENJAMÍN, F. E. (2009). *Organización de empresas, análisis, diseño y estructura*. Lexus Editores.
- Bittán, M. (2010). *Desarrollo económico y seguridad personal*. Recuperado el 18 de Agosto de 2013, de <http://www.moisesbittan.com/desarrollo-economico-y-seguridad-personal/>
- CEDEÑO MILLARES, R. D. (4 de Mayo de 2010). *LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS DE TRANSPORTE*. Recuperado el 5 de Abril de 2013, de <http://www.eumed.net/ce/2010a/cmcd.htm>
- CENTRO DE INVESTIGACIONES CIENTIFICA Y TECNOLOGICA & FACULTAD DE ECONOMIA Y NEGOCIOS ESPOL. (11 de Mayo de 2010).
- CHÓEZ GUTIÉRREZ, J., HINOJOSA CAPA, M., VALDIVIESO ULLOA, G., & MARTÍN MORENO, O. (2010). *Repositorio ESPOL*. Recuperado el 1 de 11 de 2012, de <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/16095>
- Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión. (21 de Diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e inversión*. Recuperado el 19 de junio de 2013, de <http://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/codigoproduccion.pdf>
- CODINA, A. (19 de Marzo de 2009). *www.degerencia.com*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2012, de http://www.degerencia.com/articulo/estrategias_y_tacticas_de_influencia_en_las_organizaciones
- CRECE NEGOCIOS. (2010). *NEGOCIO*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-negocio-y-de-empresa/>
- DEFINICIÓN . (2010). *TERMINOS VARIOS*. Recuperado el 12 de Agosto de 2013, de <http://definicion.de/riesgo/>
- DEFINICION ABC. (2009). *AFILIADO*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>
- DEFINICION ABC. (2009). *ALBORES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *AMENAZAS*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *APORTES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *CAPACITACIÓN*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *COMISIÓN*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *COMISIONES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *COMPAÑIA*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *CONSOLIDAR*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *COOPERATIVA*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *COORDINACIÓN*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *EFICIENCIA*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *ESTRATEGIAS*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *FORTALEZAS*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *INDICADORES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICION ABC. (2009). *INJCIDENCIA*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/economia/aporte.php>

DEFINICIÓN BC. (2010). *EMPRESARIAL*. Recuperado el 26 de Junio de 2013, de <http://www.definicionabc.com/social/empresarial.php>

DEFINICIÓN. (2010). *NIVELES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://definicion.de/niveles/>

DEFINICION. (2010). *NUTRIENTES*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://definicion.de/nutricion/>

DEFINICION. (2010). *VARIEDAD*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://definicion.de/variedad/>

EMAGISTER. (2011). *LA COOPERATIVA*. Recuperado el 16 de Agosto de 2013, de <http://www.emagister.com/seguridad-ciudadana-violencia-o-paz-cursos-2227976.htm>

LEXUS. (2009). *ENCICLOPÉDICO COLOR*. México: Lexus.

Ley de Compañías. (5 de noviembre de 1999). *supercias*. Recuperado el 19 de junio de 2013, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIA S.pdf

MONREAL. (2007). *DICCIONARIO OCEANO UNO COLOR*. Chile: Océano grupo Editorial.

QUEZADA CAMBA, V. M. (14 de Septiembre de 2009). *AUDITORÍA DE GESTIÓN A LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS “ZAMORA CHINCHIPE” DE LA CIUDAD DE ZAMORA CHINCHIPE, POR EL PERÍODO DEL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2008*. Recuperado el 4 de Abril de 2013

TAYLOR, F. (2010). *Principios de la administración científica*. Estados unidos: Mc Graw Hill.

<dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/1165/1/56T00265.pdf> -

VARGAS CUEVAS, L. (2010). *Principio de administración*. Facultad de ciencias económicas.

WEDBAND. (2011). *INNOVACIÓN*. Recuperado el 27 de Junio de 2013, de <http://www.webandmacros.com/innovacionconceptos.htm>

www.tecnoark.com. (s.f.). *tecnoark.com*. Recuperado el 1 de Noviembre de 2012, de <http://tecnoark.com/que-es-marketing-mix/4398/>

VILLALBA, Carlos: *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

VOLPENTESTA, Jorge Roberto: *ORGANIZACIONES Y ESTRUCTURAS*. Osmar D. Buyatti, Buenos Aires.

ZAMORA, Miguel Ángel: *TEMÁTICA ESTUDIANTIL*, Editorial, Copyright

A

N

E

X

O

S

ANEXO 1



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

ESPECIALIZACIÓN: INGENIERA COMERCIAL

OBJETIVO: Identificar la eficiencia de comunicación para la creación de una cooperativa de taxis.

INSTRUCCIONES: Marque con una X la respuesta que usted crea pertinente, evitando tachones, borrones y enmendaduras.

PREGUNTAS:

Edad De 15 a 30 años Nivel académico Primaria
 De 31 a 45 años Secundaria
 De 46 a 60 años Nivel superior
 De 60 en adelante

Sexo Masculino Status económico Bajo
 Femenino Medio
Alto

1. ¿Utiliza usted el servicio de taxi?

A diario De vez en cuando Siempre

2. ¿Qué tipo de taxi prefiere?

Taxi amarillo
 Taxi pirata
 Taxi amigo

3. ¿Por qué razón usa este tipo de servicio?

Reparación de su vehículo
 Sustracción del vehículo
 No tiene vehículo propio
 Otros

4. **¿Cree usted que la comunicación entre el usuario y los que ofertan el servicio de taxi es importante?**

Si No

5. **¿Cuál es el grado de comunicación que brinda al usuario el servicio de taxi?**

- Totalmente satisfecha
- Algo satisfecho
- Poco satisfecha
- Indiferente
- Nada

6. **¿Alguna vez ha sido víctima de asalto en los taxis?**

- Nunca
- Pocas veces
- Varias veces

7. **Cree usted ¿Que los taxis informales que circulan sin permiso son?**

- Confiables
- Poco confiables
- No confiables

8. **¿Al momento de abordar un taxi que es lo que toma en cuenta?**

Color Precio Placas Conductor

9. **¿Le gustaría que el taxi que va abordar tenga sus permisos adecuados y en reglas?**

No Si Tal vez

10. **¿Le gustaría que una cooperativa de taxis ofrezca una comunicación adecuada al momento de abordar este servicio?**

Si No

11. ¿Alguna vez usted ha escuchado en esta ciudad que existe cooperativa de taxis que brinde un buen servicio de comunicación telefónica?

Si

No

12. ¿Si este nuevo servicio sale al mercado estaría dispuesto (a) a utilizarlo?

Si

No

Tal vez

ANEXO 2

Milagro, 16 de Septiembre del 2013

Sr.
Pablo Lozano Arévalo
PRESIDENTE DE LA COOP. DE TRANSP. J VITERI GAMBOA
Ciudad

Yo Viviana Amboya Barahona, egresada de la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad Estatal de Milagro, solicito a usted se me conceda la apertura necesaria para realizar mi tesis de grado con el tema:

"INCIDENCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA EFICIENCIA DEL SERVICIO DE TAXI EN LA COOPERATIVA DE TAXI JULIO VITERI GAMBOA DE LA CIUDAD DE MILAGRO".

El tema escogido se lo realizo como aporte a la institución en la ciudad de Milagro.

En espera de una favorable acogida, me despido.



ATENTAMENTE

VIVIANA AMBOYA BARAHONA

C.I. 0926407636



ANEXO 3



Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

PRIMERA VEZ RENOVACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.

DATOS DEL SOLICITANTE			
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
			\$.

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____ FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	
ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRUCTURALMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSIDADES. SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL _____	<p style="text-align: center;">NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)</p> LIQUIDADADO POR: _____ RELIQUIDADADO POR: _____
--	--

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:
 1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
 2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

ANEXO 4

- d) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- e) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- f) Monto del capital con el que opera el establecimiento;
- g) Indicación si el local es propio, arrendado o anticresis;
- h) Año y número del registro y patente anterior;
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y,
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

Art. 9.- DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.- La base del impuesto será la siguiente:

- a) Para las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho, que estén obligadas a llevar contabilidad la base del impuesto será el total del activo del año inmediato anterior, menos el pasivo corriente. Para tal efecto deberán entregar una copia del balance general presentado en los organismos de control a más de esto para el caso de personas jurídicas deberán presentar copia del balance sellados por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos, según corresponda;
- b) Para las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en el cantón Milagro, la base imponible se determinará en relación al porcentaje de participación en el cantón;
- c) Para las personas naturales que no estén obligados a llevar contabilidad, la base imponible será el total del activo o en su defecto el total de ingresos menos el total de gastos declarados para el impuesto a la renta, conforme a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), excluyendo terrenos y edificios; y si el caso lo amerita en forma presuntiva;
- d) Para las actividades nuevas, el capital de operación será el inicial o de apertura de la actividad;
- e) Para las personas naturales o jurídicas que están sujetas al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) se debe tomar en cuenta la base imponible declarada en el SRI;
- f) Para el caso que se demuestre que los pasivos corrientes sean mayores que los activos totales, y por consiguiente el resultado de la diferencia entre los activos totales y pasivos corrientes sea un valor en negativo; la base imponible a tomarse será la del año inmediato anterior. ; y,
- g) Los sujetos pasivos que no se inscribieren en el registro de patentes municipales, y los que no hagan la declaración formal dentro del plazo estipulado, se procederá a la determinación del impuesto en forma presuntiva, según el Art. 92 del Código Tributario.

Art. 10.- CUANTÍA DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE.- Conforme a lo señalado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), se establece la siguiente tabla para la determinación del impuesto:

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES

Fracción básica	Fracción excedente	Impuesto sobre fracción básica	Impuesto sobre fracción excedente
0,00	000,00	10,00	0,00%
000,01	2.000,00	35,00	0,20%
2.000,01	8.000,00	40,00	0,30%
8.000,01	12.000,00	45,00	0,40%
12.000,01	22.000,00	70,00	0,50%
22.000,01	30.000,00	100,00	0,80%
30.000,01	100.000,00	300,00	0,70%
100.000,01	300.000,00	800,00	0,80%
300.000,01	600.000,00	2.000,00	0,90%
600.000,01	1.000.000,00	5.000,00	1,00%
1.000.000,01	5.000.000,00	10.000,00	1,00%
5.000.000,01	En adelante	25.000,00	0,80%

Art. 11.- REDUCCIÓN DEL IMPUESTO POR PÉRDIDAS O DESCENSO EN LAS UTILIDADES.- Estas se aplicarán de acuerdo al contenido del Art. 549 el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad).

Art. 12.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.- En caso de aumento de capital, cambio de propietario y/o accionistas, cambio de domicilio o de denominación del establecimiento, deberá ser comunicado de manera inmediata al Departamento de Rentas Municipal para su actualización en el respectivo catastro, asumiendo el contribuyente la responsabilidad legal ante el Municipio del Cantón Milagro con su firma en el correspondiente formulario, adquirido en la Tesorería. Un representante de la Jefatura de Rentas podrá efectuar las inspecciones del caso, con el fin de verificar los cambios notificados por el contribuyente.

Art. 13.- DE LA LIQUIDACIÓN.- En caso de liquidación de las actividades económicas que causen las obligaciones de los tributos materia de esta ordenanza, deberá comunicarse al Departamento de Rentas Municipales, dentro de treinta (30) días contados a partir de la finalización de las operaciones, cumpliendo el siguiente procedimiento:

- a) Cancelación de valores adeudados y presentación de la copia de este comprobante; y,
- b) Solicitud de eliminación del catastro.

Comprobado dicho caso se procederá a la cancelación de la inscripción, y a suprimir el nombre del catastro; de otro modo se entenderá que el negocio continúa hasta la fecha de su aviso.

Art. 14.- PAGO INDEPENDIENTE DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD.- El impuesto a la patente se deberá pagar durante el tiempo que se desarrolla la actividad o desde de la obtención del Registro Único de Contribuyentes, aunque la actividad no se haya efectuado.

En el caso que el contribuyente no hubiere notificado a la Administración Tributaria Municipal, dentro de los 30 días siguientes a la finalización de la actividad gravada, se considerará como ejercida, por lo cual el sujeto pasivo deberá pagar por patente anual, el valor establecido desde la fecha de finalización de la actividad hasta la fecha de notificación a la Administración. Sin embargo, de existir documentos que justifiquen plenamente que la actividad económica no fue ejercida, el sujeto pasivo pagará por concepto de impuesto de patente anual diez dólares (US\$ 10,00) por cada año, desde la fecha de finalización de la actividad a la fecha de notificación de la Administración.

Art. 15.- PAGO INDIVIDUAL POR CADA ACTIVIDAD.- Cuando varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente, en un mismo establecimiento, más de una actividad económica, cada una de ellas declarará y pagará el impuesto de patentes, según la actividad que realice.

Si una persona natural tiene más de un local, para el ejercicio de su actividad económica, en el cantón Milagro, para la determinación del impuesto de patentes, deberá consolidar los capitales que se distribuyen en cada establecimiento, siempre y cuando correspondan al mismo tipo de actividad.

Art. 16.- DE LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.- En base al catastro de patentes, los títulos de crédito por patente municipal se emitirán el primer día laborable de cada año, sin perjuicio de los resultados que arrojen las verificaciones de las declaraciones y sea necesario reliquidar. En este evento, se emitirán los títulos complementarios que fueren menester.

Art. 17.- DE LOS RECLAMOS.- En casos de errores en la determinación del impuesto, el contribuyente tiene derecho a solicitar al Director Financiero, la revisión del proceso de determinación y por ende la rectificación de la cuantía del impuesto a que hubiera lugar, también podrá solicitar la exclusión de su nombre del registro de contribuyentes de este impuesto, en los casos de enajenación, liquidación o cierre definitivo del negocio.

Art. 18.- CLAUSURA.- Se procederá a la clausura del establecimiento, cuando los sujetos pasivos de este impuesto incurran en uno o más de los siguientes casos:

- a) Falta de declaración por parte de los sujetos pasivos, en las fechas y plazo establecidos, aún cuando la declaración no origine tributos;
- b) No facilitar la información requerida por la Administración Municipal;
- c) Incumplimiento en el pago de títulos emitidos por patentes y notificaciones realizadas por el Departamento de Rentas, sin perjuicio de la acción coactiva;
- d) Impedir a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal a efectuar las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patentes exhibiendo la información y documentos que les fueren solicitados;
- e) Proporcionar falsa información a los Inspectores del Departamento de Rentas;
- f) Inobservancia a las citaciones realizadas por la Jefatura de Rentas.

Previo a la clausura la Administración Tributaria a través de la Comisaría Municipal notificará al sujeto pasivo, concediéndole un término de 15 días para que cumpla con las obligaciones tributarias y documentadamente justifique su incumplimiento. De no hacerlo, la Dirección Financiera ordenará la clausura del establecimiento.

Art. 19.- DESTRUCCIÓN DE SELLO.- La destrucción de sellos que impliquen inicio de actividades sin autorización y/o la oposición a la clausura, dará lugar a iniciar las acciones legales pertinentes, por Asesoría Jurídica Municipal.

Art. 20.- EXENCIONES.- Estarán exentos del pago de patentes municipales, los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano quienes deberán justificar su calidad de tales en la Dirección Financiera Municipal.

Art. 21.- NORMAS SUPLETORIAS.- En todo lo que no estuviese prescrito en la presente ordenanza se sujetará a las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad) y el Código Tributario.

Art. 22.- DEROGATORIA.- La presente ordenanza deroga la aprobada por el Concejo Cantonal de Milagro en sesiones ordinarias del 14 y 22 de abril del 2005, y todas aquellas que se opongan a la presente.

ART. 23.- VIGENCIA.- La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Milagro, a los 21 días del mes de diciembre del año 2010.

Ing. Juan Bastidas Aguirre, Ing. Pilar Rodríguez Quinto
VICE-ALCALDE DEL I. CONCEJO SECRETARÍA DEL I. CONCEJO

SECRETARÍA MUNICIPAL.- La infrascrita Ing. Pilar Rodríguez Quinto, Secretaria del Concejo, CERTIFICA: Que la presente "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO" fue discutida y aprobada por el Ilustre Concejo de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro en Sesiones Ordinarias del 14 y 21 de diciembre de 2010, en primer y segundo debate respectivamente.

ANEXO 5

GOBIERNO AUTÓNOMO REGIONAL DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO
 Dirección: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE 01.05.29.27-0-0-0-0

CEDUCA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: URB
 CODIGO TRANSACC.: URB

PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011
 TITULO DE CREDITO No. O 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18
CUERPO DE BOMBEROS 11.95

VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$.*****11.95
CHEQUES	\$.*****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$.*****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$.*****11.95

0248822

MUNICIPALIDAD DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO
TESORERIA
 27 ABR 2011
 11:40:20
 SELLO Y FIRMA DEL CUJERO
PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: *[Firma]*
 TESORERO MUNICIPAL: *[Firma]*
 JEFE DE RENTAS: *[Firma]*

ANEXO 6

GOBIERNO AUTÓNOMO REGIONAL DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO
 Dirección: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE 01.05.29.27-0-0-0-0

CEDUCA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: URB
 CODIGO TRANSACC.: URB

PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011
 TITULO DE CREDITO No. O 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18
CUERPO DE BOMBEROS 11.95


VALOR RECIBIDO	
EFFECTIVO	\$.*****11.95
CHEQUES	\$.*****0.00
N/C y/o TRANSFER	\$.*****0.00
TOTAL RECIBIDO	\$.*****11.95

0248822

MUNICIPALIDAD DE SAN FRANCISCO DE MILAGRO
TESORERIA
 27 ABR 2011
 11:40:20
 SELLO Y FIRMA DEL CUJERO
PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: *[Firma]*
 TESORERO MUNICIPAL: *[Firma]*
 JEFE DE RENTAS: *[Firma]*

ANEXO 7



I MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES NOV	DIA 24	AÑO 2010	CAJA No. 5	No. 000011831
------------	-----------	-------------	---------------	------------------

CONTRIBUYENTE: **HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH**
 Direccion: **TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ**

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL
0908084999001

CODIGO TRANSACC.
PAT

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010

TITULO DE CREDITO No. **P-2321**

- P : 1004 ELECTRONICA ALEXANDRA
 NOMBRE : INSTALACION, MANTENIMIENTO Y REPARACION DE SISTEMAS ELECTROI
 ECON. : 3,000.00
 VALUO : 37.00

IMP. PATENTE : 2.00
 REG. SANITARIO : 6.00
 FORMULARIOS : 1.00
 EMISION : 1.00

Interes : 2.85 Multa : 11.10 Coactiva : 0.00

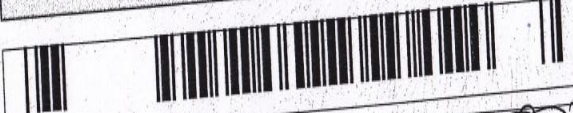
VALOR RECIBIDO


EFFECTIVO \$ *****59,95

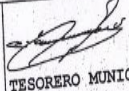
CHEQUES \$ *****0,00

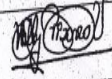
N/C y/o TRANSFER \$ *****0,00

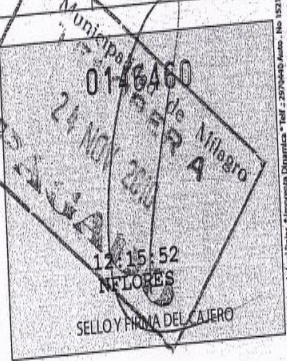
TOTAL RECIBIDO \$ ***59,95**




 DIRECTOR FINANCIERO


 TESORERO MUNICIPAL


 JEFE DE RENTAS


 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECCION FINANCIERA - TESORERIA
 CONTRIBUYENTE

ANEXO 8



★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO



DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION
D.U.A.C

ORDEN DE PAGO

MEMORANDUN N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M
Fecha 31 de octubre de 2011

PARA: Ec. Fabian Andrade
DIRECTOR FINANCIERO

ASUNTO : ordenes de pago

Agradeceré ordenar la emisión de un título de crédito por el valor de **\$2.00 (DOS DOLARES)** por concepto de **certificado USO DE SUELO PARA TALLER DE ALUMINIO** ubicado en la calle Olmedo y Enrique Plaza a nombre de **CUELLO GUSTAVO**

Atentamente

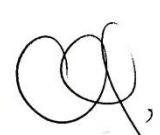

Arq. Jorge Bahamonde M.
DIRECTOR DE LA D.U.A.C

ANEXO 9

FAMILIAR

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón SAN FRANCISCO DE MILAGRO

LINEA DE FABRICA		N° DE SOLICITUD		
		312		
DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TECNICO		MES	DIA	AÑO
		11	14	2011
NOMBRE:			CEDULA DE CIUDADANIA	
MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE			060150327-9	
INFORMACION DEL PREDIO				
CIUDAD		PARROQUIA		CIUDADELA
MILAGRO		ERNESTO SEMINARIO		LOS CAÑAVERALES
MANZANA		SOLAR	CALLE	
47		08	CALLEJON ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE	
ANCHO DE VIA PRINCIPAL		ANCHO DE ACERA		LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE.

NORMAS DE EDIFICACION				
MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO				
NORTE	SUR	ESTE	OESTE	AREA DEL SOLAR
10.00 m	10.00 m	16.50 m	16.50 m	165.00 m ²
CONDICIONES DE EDIFICACION				
FRENTE DEL LOTE	ALTURA MAX. EDIFICACION	ALTURA MIN. EDIFICACION	DENSIDAD NETA	ESTACIONAMIENTO 1 X VIVIENDA
10.00 m	PB + 1 NIVEL	-----	300 hab/Ha	
RETIRO FRONTAL 1	RETIRO LATERAL	RETIRO LATERAL	RETIRO POSTERIOR	
2.50 m Sin Soportal	0.1 x la medida del frente	0.1 x la medida del frente	0.1 x la medida del fondo	
COS	CUS	VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL	VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL	
0.65 m ²	1.30 m ²	-----	1.00 m	
COMPATIBILIDAD DE USO		CONDICIONES DE ORDENAMIENTO		
USO PERMITIDO	USO COMPATIBLE	OBSERVACIONES (SOPORTAL)		CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETIROS EXIGIBLES.
VIVIENDA BIFAMILIAR	CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE.	ANCHO	ALTURA	OTROS
		-----	-----	
USO CONDICIONADO: (EN EL MISMO SOLAR) CONDICIONADOS CON OTROS USOS SE PERMITE INDUSTRIAS PEQUEÑAS ARTESANIAS SI SE CONTROLA EMISIONES DE RUIDOS OLORES O VIBRACIONES		OBSERVACIONES		
		<p>* NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA</p> <p>* NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.</p>		
USOS PROHIBIDOS		NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO		
COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.				
		 INSPECTOR		 DIRECTOR DE LA D.U.A.C.

ANEXO 10

 <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA</p>		<table border="1"> <tr> <td>MES</td> <td>DIA</td> <td>AÑO</td> <td>CAJA No.</td> <td>No.</td> </tr> <tr> <td>NOV</td> <td>14</td> <td>2011</td> <td>5</td> <td>000010675</td> </tr> </table>	MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No.	NOV	14	2011	5	000010675	
MES	DIA	AÑO	CAJA No.	No.									
NOV	14	2011	5	000010675									
CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA		CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL	CODIGO TRANSACC. VAR										
<p>CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA, CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION LLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08 Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES</p> 		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>VALOR RECIBIDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EFFECTIVO</td> <td>\$. *****4.00</td> </tr> <tr> <td>CHEQUES</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td>N/C y/o TRANSFER</td> <td>\$. *****0.00</td> </tr> <tr> <td>TOTAL RECIBIDO</td> <td>\$. *****4.00</td> </tr> </tbody> </table>			VALOR RECIBIDO	EFFECTIVO	\$. *****4.00	CHEQUES	\$. *****0.00	N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00	TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00
	VALOR RECIBIDO												
EFFECTIVO	\$. *****4.00												
CHEQUES	\$. *****0.00												
N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00												
TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00												
		<p>0314341</p> <p>GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO TESORERIA 14 NOV 2011 10:59:45 NELORES S. Y FIRMA DEL CAJERO</p> <p>PAGADO</p>											
 DIRECTOR FINANCIERO	 TESORERO MUNICIPAL	 JEFE DE RENTAS											

DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERIA
150.000 COMPROBANTES DE INGRESO A CAJA - IMPRESO DEL 2011

Mód. Municipal Led. Rec. - Impreso Dinámico - Tel. - 2970498 - Mail: - info@sfm.gov.ec - 0001185700001

CONTRIBUYENTE

ANEXO 11

FOTOS DE LA SEDE DE LA COOPERATIVA JULIO VITERI GAMBOA





NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
ciudad de Milagro la cooperativa de taxi Julio Viteri Gamboa	OK
desarrollado todo el trabajo de investigación a través de tres,	OK
marco metodológico se determinó la población para el cálculo de	OK
último realice una proyección de gastos, ingresos e inversión para	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

Help Bubble

INTRODUCCION

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)



The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Cantón Milagro, Provincia del Guayas se encuentra ubicada la cooper...	OK
Determinar qué relación existe entre la legalización de quienes ofertan	OK
ciudad, existen grupos de personas que realizan esta actividad sin	OK
ciudad, se encuentran también aquellos que tienen vehículo propio	OK
continuar esta situación así aumentaría la desconfianza de la ciudadanía	OK
problema a ser analizado resulta imperativo para el futuro de	OK
Demostrar la importancia que tiene este estudio en nuestro Cantón	OK
manera afecta la inseguridad de los pasajeros que utilizan el	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

Help Bubble

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Telecomunicaciones están en un buen momento y en una constante	OK
Posteriormente aparecieron centrales digitales con posibilidad de util...	OK
Según Garibaldi (1965), los antecedentes del cooperativismo son mu...	OK
autor Garibaldi también reseña los comienzos del cooperativismo en l...	OK
Estas organizaciones fueron introduciendo pautas y normas en las pr...	OK
Historia de las Telecomunicaciones y Tipos de Centrales Telefónicas	OK
Centrales Telefónicas Semi-Autimaticas y Automáticas (Muy Antiguas)	OK
Verdaderamente las comunicaciones tienen una larga historia que se ...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

 Help Bubble

CAPITULO III

NEW! Upgraded and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Ecuador, región costa, provincia del Guayas, cantón Milagro	OK
proyecto es factible porque se logró establecer información que perm...	OK
investigación es de tipo documental porque se analizó los posibles	OK
Descriptiva, porque la investigación desglosa las técnicas básicas qu...	OK
Correlacional, porque las variables están relacionadas unas a otras	OK
presente investigación utilizaremos la muestra no probabilística de es...	OK
nuestra población fueron los habitantes del Cantón Milagro que cuenta	OK
Milagro según el INEC cuenta con un estimado de 166634	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

 Help Bubble

CAPITULO IV

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
Milagro es un cantón que mantiene un crecimiento constate en	OK
tanto se ven exigidas las personas a transportarse de un	OK
embargo el alto índice de delincuencia ha hecho de un	OK
tanto se ha establecido una problemática para identificar las causas	OK
tanto se ha establecido a utilización de un instrumento investigativo	OK
continuación se podrá observar información relevante que permitirá fu...	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

 Help Bubble

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

CAPITULO V

NEW! [Upgraded](#) and more accurate plagiarism detection. [Learn more.](#)

The Plagiarism Checker

The plagiarism detector has analyzed the following text segments, and did not find any instances of plagiarism:

Text being analyzed	Result
índice de delincuencia en esta localidad ha creado desconfianza	OK
presente propuesta es implementar un sistema de central telefónica	OK
nueva alternativa de transportación privada tendrá como objetivo brin...	OK
propuesta se justifica puesto que a través del estudio de	OK

Results: No plagiarism suspected

[Go Back](#)

© 2002-2010 by/DBA Brian Klug - [Contact](#)

 Help Bubble