

# 26

Fecha de presentación: mayo, 2020  
Fecha de aceptación: julio, 2020  
Fecha de publicación: septiembre, 2020

## CALIDAD DEL SERVICIO

DE “FEDOTAXI APP”, DESDE LA PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES

### QUALITY OF THE SERVICE OF “FEDOTAXI APP”, FROM THE PERCEPTION OF THE CLIENTS

Lourdes Viviana Moreira Rosales<sup>1</sup>

E-mail: [us.lourdesmoreira@uniandes.edu.ec](mailto:us.lourdesmoreira@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3731-0681>

Oscar Roberto Espinoza Lastra<sup>1</sup>

E-mail: [up.oscarespinoza@uniandes.edu.ec](mailto:up.oscarespinoza@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2773-814X>

Michelle Valeria Zapata Morejón<sup>1</sup>

E-mail: [ns.michellevzm64@uniandes.edu.ec](mailto:ns.michellevzm64@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1487-0766>

Mayra Alexandra Granda Sanmartín<sup>1</sup>

E-mail: [us.mayragranda@uniandes.edu.ec](mailto:us.mayragranda@uniandes.edu.ec)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3731-0681>

<sup>1</sup> Universidad Regional Autónoma de Los Andes. Ecuador.

#### Cita sugerida (APA, séptima edición)

Moreira Rosales, L. V., Espinoza Lastra, O. R., Zapata Morejón, M. V., & Granda Sanmartín, M. A. (2020). Calidad del servicio de “Fedotaxi App”, desde la percepción de los clientes. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(5), 209-218

**RESUMEN:** El presente estudio permitió medir la calidad del servicio del aplicativo “Fedotaxi app”, desde la percepción del cliente. Para ello, se utilizó preceptos de la metodología Servqual conllevando a efectuar un comparativo entre percepciones y expectativas, desde las dimensiones: tangibilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad. Por consiguiente, se aplicó un cuestionario (22 ítems) a 378 clientes externos localizados en Santo Domingo (Ecuador). Así, los resultados demostraron que la “seguridad” superó las expectativas de calidad. Las restantes dimensiones presentan importantes falencias. En este sentido, Fedotaxi requiere renovación de unidades de transporte y elementos tecnológicos que tributen competitividad sobre Uber y Cabify que, pese a no estar reguladas en territorio nacional, son operadoras con un fuerte posicionamiento en el mercado.

**Palabras clave:** Calidad, servicio, taxi, plataforma, móvil.

**ABSTRACT:** The present study allowed measuring the quality of the service of the applicative “Fedotaxi app”, from the perception of the client. For it, there were used rules of the Servqual methodology having entailed to carry out comparative between perceptions and expectations, from the dimensions: tangibility, empathy, security, capacity of answer and reliability. Therefore, a questionnaire (22 items) to 378 located external clients in Santo Domingo was applied (Ecuador). Thus, the results demonstrated that the “security” surpassed the quality expectations. The remaining dimensions present/display important bankruptcies. In this sense, Fedotaxi requires technological renovation of transport units and elements that pays competitiveness on Uber and Cabify that, in spite of not being regulated in national territory, are operators with a strong positioning in the market.

**Keywords:** Quality, service, taxi, platform, mobile.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos años, el fenómeno de la economía compartida o *sharing economy*, describe a todas las actividades económicas que comprenden transacciones en línea; así, este modelo dentro del ámbito digital se ha desarrollado en forma de aplicaciones web (*App*) a nivel de diferentes mercados productivos hacia la oferta de bienes y servicios variados.

En el año 2015, las tecnologías y los servicios móviles generaron el 5% del PIB de Latinoamérica, un aporte que representó alrededor de USD 250.000 millones en valor económico y que se elevará a más de USD 315.000 millones (5,5% del PIB) para el 2020 (Asociación GSM, 2016).

Así, en el mercado actual, el manejo de aplicaciones no sólo es una herramienta que permite un mayor alcance de clientes, sino que genera altos réditos económicos. Pero, si bien se habla de uno de los medios de dinámica comercial más activos en la modernidad, no se debe dejar de lado que, junto a su implementación se debe acompañar de *“acciones de revisión óptimas del servicio que satisfagan en forma constante tanto las necesidades de los clientes como la generación de recursos económicos para las empresas que lo utilizan”* (Zurita, 2019, p. 273). Entonces, una *app* más allá de poseer constantes actualizaciones de su sistema operativo requiere siempre de una revisión de sus contenidos y del nivel de correspondencia entre el bien o servicio que ofertan y la satisfacción del usuario o cliente.

De esta forma, la aparición y posicionamiento de algunas plataformas de economía compartida han generado un rápido crecimiento con impactos en los sectores tradicionales, y en forma destacable se puede referenciar a la industria del servicio de taxis. Donde, *apps* como Uber y Cabify, a pesar del intenso debate que han generado por la legalidad del servicio (Hernández Romero & Galindo Sosa, 2016) han llegado a convertirse en empresas importantes a nivel mundial, con crecimientos exponenciales; al punto que Uber logró una salida a la bolsa de valores con una valoración de 82.000 millones de dólares (El Confidencial, 2019). Por su parte Cabify, compañía de origen española, su presidente Mariano Silveyra, a finales del 2019 anunciaba como proyecto para el 2020, seguir los pasos de su principal rival, sin embargo, aún no ha salido a la bolsa de valores (Economía Digital, 2020). Y, es posible que aún retrase tal objetivo debido a las pérdidas millonarias que Uber ha registrado en la bolsa como consecuencia de normas y regulaciones que muchos países han impuesto a este tipo de compañías.

No obstante, es evidente que el éxito de estas empresas se debe a la incorporación de aspectos modernos; en el

caso de Uber, la innovación, servicio personalizado, precios menores y cero restricciones en los destinos de viaje, caracterizan su servicio (Manrique Chávez, 2018); lo que ha permitido dentro del imaginario social, desplazar a las empresas tradicionales de taxis, en los países donde han intervenido. Al punto que hoy, por ejemplo, el *“91% de los mexicanos se sienten más seguro al utilizar transporte de apps”* (Visión Global, 2019). En Ecuador, de acuerdo a un estudio realizado en la ciudad del Ambato el 86,4% de los consultados refieren que el uso de una *app* dota de seguridad al utilizar un taxi (Vallejo Garcés, 2019). Estos datos simétricos al nivel de penetración de suscriptores únicos de servicios móviles en América Latina y el Caribe (Asociación GSM, 2016).

Ante el gran cambio y desarrollo referenciado, dentro del contexto nacional, funcionan las *apps*: Uber, Caliby, Easyti, InDriver, Chasqui y Picap; ésta última, es de origen colombiano y promueve el servicio del mototaxismo (El Universo, 2019). Frente a esta realidad, varias empresas del sector de taxis han buscado incorporar acciones para reducir la brecha frente a la competencia; también con la incorporación de *apps* propias como es el caso de la Federación Nacional de Operadoras de Transporte en Taxis del Ecuador (FEDOTAXIS) que introdujo el aplicativo *“Fedotaxi app”*, el cual es administrado en las diferentes uniones provinciales afiliadas. Dicha *app* es de similar manejo a las implementadas por otras empresas del taxismo; permite al cliente: acceder a un espacio digital para solicitar una unidad (taxi); conocer las posibles rutas; el tiempo de llegada de la unidad; los datos del chofer y del vehículo. De esta manera, busca garantizar no sólo el entendimiento claro del acceso y tipo de servicio, sino también, dotar de mayor seguridad al usuario durante su traslado.

A pesar de ello, en el funcionamiento, las vicisitudes han estado presentes en la *“app Fedotaxi”*, sobre todo, por: no permite determinar los costos de viajes, el parque automotor no está modernizado y deficiencias en el trato que dan los conductores a los usuarios. Esta realidad perjudica gravemente la percepción de la calidad, hasta ahora no analiza de forma técnica, a pesar de ser evidente que la subsistencia de empresas enmarcadas en este tipo de servicio tiene una estrecha relación con la capacidad que tengan para captar y fidelizar a los clientes. Por tanto, conocer de forma constante la perspectiva de la calidad, desde la óptima de los usuarios, es esencial para mantener y promover acciones correctivas a las organizaciones y aplicaciones que se encargan de impulsar los bienes y servicios ofertados.

Por consiguiente, *“la calidad del servicio, en términos generales, es el resultado de comparar lo que el cliente*

espera con lo que realmente recibe” (Ibarra & Espinoza, 2014). Y, el modelo Servqual se alinea a dicho fin, al ser un sistema que permite a las empresas realizar un “análisis multidimensional de expectativas y percepciones de la calidad de un servicio” (Skerret, 2017, p. 38). Zeithaml, Berry y Parasuraman autores del modelo señalado (Berdugo-Correa, Barbosa-Correa & Prada-Angarita, 2016), puntualizan que, busca hacer un juicio global sobre las percepciones del cliente en relación con sus expectativas, analizando las siguientes dimensiones:

**Tangibilidad:** Evalúa aspectos físicos de las instalaciones, equipos, presentación del personal y materiales de comunicación.

**Empatía:** Analiza la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención individual

**Confianza:** Examina factores que promulgan credibilidad sobre los intereses del cliente.

**Capacidad de respuesta:** Estudia la actitud que demuestra la empresa en el cumplimiento de compromisos asumidos

**Fiabilidad:** Indaga si el servicio es ejecutado de la manera correcta desde la primera vez (Berdugo-Correa, et al., 2011).

En este sentido, son muchas las organizaciones que han utilizado el modelo de evaluación Servqual para determinar el nivel de calidad que brindan en sus servicios; aducen que, su uso ha facilitado potencializar los servicios en un 48% y asumir potenciales clientes en 23%” (Holly, 2018). No obstante, la literatura dispone de varios modelos para evaluar la calidad del servicio (tabla 1). Por ejemplo, Urdaneta, Monasterio & Peña (2011), evaluaron “*la calidad del servicio de taxis del Municipio de Maracaibo*” a través del modelo SERVPERF mismo que utiliza 6 dimensiones, pero finalmente cinco de ellas son coincidentes con las del modelo servqual, excepto por la dimensión “participación ciudadana”. Dicho modelo fue creado por los autores Cronin & Taylor (1994), críticos del modelo servqual.

Tabla 1. Modelos conceptuales de evaluación de la calidad y sus dimensiones.

Modelo	Dimensiones para evaluar la calidad
Modelo de Grönroos	Calidad técnica Calidad funcional Imagen corporativa.
Modelo de Koelemeijer, Roest y Verhallen	Macro: expectativas y percepciones respecto a clase-productos Meso: expectativas y percepciones con respecto al proveedor de servicio Micro: expectativas y resultado respecto a una transacción individual.
Modelo de Nguyen	Imagen de la empresa Resultado del personal en contacto Organización interna de la servucción Soporte físico de la servucción La satisfacción del cliente
Modelo de Chakrapani	Servicio o producto Confianza Exceder expectativas
Modelo de Rust y Oliver	Servicio y sus características Entrega del servicio Entorno o ambiente interno del servicio.
Modelo de Parasuraman, Zeithaml y Berry	Tangibilidad Empatía Confianza Capacidad de respuesta Fiabilidad
Modelo de Cronin Jr e Taylor.	Tangibilidad Empatía Seguridad/confianza Capacidad de respuesta Fiabilidad Participación ciudadana

Fuente: Berdugo-Correa, et al. (2016).

En tal sentido, a lo largo del tiempo, son diversos los modelos propuestos para medir la calidad del servicio “*siendo uno de los más idóneos el modelo servqual*” (Valdez Molina, et al., 2018). En este contexto, el presente estudio está orientado a determinar la calidad del servicio de “Fedotaxi app” administrada por UNITAXIS (Unión de Cooperativas de Transporte en Taxis) en la ciudad de Santo Domingo, mediante el análisis de los elementos que propone la metodología Servqual, que como se explicó anteriormente, es un mecanismo de revisión y comparación entre expectativas y percepciones, desde el punto de vista de los clientes, bajo las dimensiones: tangibilidad, empatía, confianza, capacidad de respuesta, fiabilidad.

Los resultados significan insumos de alto impacto en la configuración de acciones dentro del servicio de la plataforma móvil “*Fedotaxi app*” que ayudarán en la consolidación de la relación con los clientes y de esta forma, mejorar los niveles de competitividad frente a otras *apps*, que en comparación a ésta en estudio, aún está entredicho, en territorio nacional -Ecuador- la legalidad para prestar el servicio de taxi, por el supuesto de operar sin el pago de impuestos fiscales ni regulación alguna por parte de las autoridades competentes como la Superintendencia de Compañías y Agencia Nacional de Tránsito (institución encargada de otorgar permisos de operación)

## MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación fue de enfoque cuantitativo con alcance exploratorio-descriptivo. La exploración permitió la familiarización con el objeto en estudio al ser un fenómeno poco estudiado (Hernández Sampieri, Fernández Collado & Baptista Lucio, 2010) en el contexto nacional (Ecuador). Y el accionar descriptivo configuró lineamientos para discretizar las características del servicio de “Fedotaxi app” desde las dimensiones metodológicas Servqual.

Tabla 2. Distribución de la encuesta.

Dimensión	Interrogante
Tangibilidad	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La aplicación “Fedotaxi app” es moderna y permite llevar el control de las transacciones.</li> <li>2. Las unidades de transporte que deriva el aplicativo son atractivas y nuevas.</li> <li>3. Los choferes se ven pulcros y bien presentados.</li> <li>4. Los materiales asociados con el servicio son visualmente atractivos.</li> </ol>
Empatía	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. La interfaz del usuario es dinámica y fácil de utilizar</li> <li>6. El servicio de Fedotaxi tiene operadoras que le dan atención de calidad.</li> <li>7. El operador del servicio (chofer) muestra preocupación por las necesidades e intereses del usuario.</li> <li>8. El operador del servicio (chofer) es respetuoso, cortés y amable en el trato.</li> <li>9. El aplicativo permite expresar tus quejas o comentarios.</li> </ol>

De este modo, se asumió un diseño no experimental de corte transversal (Gómez Armijos, et al., 2017) efectuándose la investigación en el periodo noviembre 2019 a febrero 2020. En cuanto al marco muestral, estuvo constituido por la base de datos de “*Fedotaxi App*”: 21.960 usuarios registrados en la ciudad de Santo Domingo que hacen uso constante de la aplicación como alternativa para solicitar una unidad de transporte público (taxi). En tal virtud, se seleccionó una muestra partiendo de una población finita de acuerdo a la siguiente fórmula (figura 1):

$$n = \frac{NZ^2pq}{(N-1)E^2 + Z^2pq}$$

Figura 1. Fórmula de la muestra.

Donde:

N = Tamaño de la población (21.960)

Z = Nivel de confianza (95%)

p = Probabilidad de éxito (50%)

q = Probabilidad de fracaso (50%)

d = Error máximo permitido (5%)

En tal virtud, fueron parte del estudio 378 usuarios seleccionados a través de un muestreo aleatorio simple a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 ítems derivadas de las cinco dimensiones que propone la metodología Servqual (Tabla 2) con una valoración en escala de Likert: 1 Totalmente en desacuerdo; 2 moderadamente en desacuerdo; 3 ligeramente en desacuerdo; 4 Indeciso; 5 ligeramente de acuerdo; 6 moderadamente de acuerdo; 7 Totalmente de acuerdo.

Seguridad	10. El chofer solicita cortésmente el uso del cinturón de seguridad 11. El aplicativo permite calificar el servicio recibido. 12. La unidad (taxi) se desplaza dentro de los límites de velocidad permitido. 13. La unidad se desplaza por las rutas más próximas y seguras.
Capacidad de respuesta	14. El aplicativo informa adecuadamente el tiempo de llegada de la unidad. 15. La aplicación ofrece un servicio rápido. 16. El operador del servicio (chofer) siempre está dispuesto a ayudarlo. 17. El operador del servicio (chofer) te informa en casos extremos de retraso.
Fiabilidad	18. Cuando la aplicación Fedotaxi señala que el servicio llegará a cierto tiempo, esto se cumple. 19. Los datos del operador del servicio (Chofer) que previamente envía la aplicación concuerdan con los datos del operador de la carrera. 20. Recomendaría la app a otros usuarios 21. La operadora proporciona sus servicios en el momento en que promete hacerlo. 22. La aplicación insiste en registros libres de error.

Fuente: Adaptado de Skerret (2017).

El cuestionario fue validado a través del Alfa de Cronbach, que una vez calculado demuestra un nivel de confiabilidad de 0,978 (97,8%) que según su escala de valoración es “excelente”. Es decir que, todos los resultados obtenidos con este instrumento demuestran una realidad del mercado sobre los servicios de taxis que oferta el aplicativo “Fedotaxi *app*”, en la ciudad de Santo Domingo.

## RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La Federación Nacional de Operadoras de Transporte en Taxis del Ecuador (FEDOTAXIS) fundada en 1971, es un organismo de integración exclusiva de personas jurídicas (cooperativas y compañías de taxi) que tienen un permiso de operación o habilitación otorgado por autoridad de transporte competente - Agencia Nacional de Tránsito - y que se encuentran legalmente establecidas en el país. Estas cooperativas y compañías se denominan operadoras, según el Art. 77 de la Ley de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (Ecuador. Asamblea Nacional, 2017) y son afiliadas como socias de FEDOTAXIS, en su calidad de personas jurídicas.

En Santo Domingo de los Tsáchilas operan de forma regularizada 31 cooperativas de taxis que suman 2601 unidades. De éstas, 21 pertenecen a la compañía UNITAXI la cual agrupa a 1608 unidades de taxi; no obstante, solo 266 (16,5%) taxistas utilizan el aplicativo “Fedotaxi *app*” (EPMT-SD, 2020) y de acuerdo sus comentarios (taxistas), de forma diaria atienden en promedio 9 carreras.

De esta manera, siendo el objetivo de esta investigación medir la calidad del servicio desde la óptica de los

clientes y bajo los preceptos del método servqual, esta investigación se desarrolló en 2 etapas:

Los resultados que se presentan a continuación constituyen la valoración de la calidad del ecosistema que configura el servicio que brinda UNITAXI Santo Domingo a través del aplicativo móvil “Fedotaxi *app*”, desde la percepción de los usuarios finales (clientes) considerando las dimensiones: tangibilidad, empatía, seguridad, capacidad de respuesta y fiabilidad

La tabla 3 muestra los resultados de la evaluación del elemento tangibilidad que, de acuerdo a la escala de Likert, se ubica en el rango “calidad media”

Tabla 3. Dimensión Tangibilidad.

Indicador	Percepción
1. Innovación de la aplicación.	4,97
2. Unidades modernas	3,44
3. Presentación personal choferes.	5,27
4. Material visual llamativo	5,13
<b>Promedio</b>	<b>4,70</b>

La tabla 4 revela la percepción de los usuarios en cuanto a la dimensión empatía, que también se encuentra dentro del nivel “calidad media”

Tabla 4. Empatía.

Indicador	Percepción
1. Interfaz dinámica y fácil de usar	5,82
2. Atención del personal.	6,00

3. Nivel de interés.	5,25
4. Calidad y calidez en la atención.	6,08
5. Seguimiento de quejas y comentarios.	6,01
<b>Promedio</b>	<b>5,83</b>

En cuanto a la dimensión “seguridad” lo percibido por los clientes de “*fedotaxi app*” esta dentro del rango de “calidad alta” (tabla 5)

Tabla 5. Seguridad.

Indicador	Percepción
1. Cinturón de seguridad.	6,32
2. Valoración del servicio	6,43
3. Respeto a los límites de velocidad	6,28
4. Desplazamiento por rutas seguras	6,31
<b>Promedio</b>	<b>6,34</b>

La tabla 6 contiene los resultados de la evaluación de la predisposición de la plataforma para solucionar problemas, quejas o requerimientos de los clientes de la *app*, lo que configura la dimensión “capacidad de respuesta” cuyo resultado fue: calidad media.

Tabla 6. Dimensión Capacidad de Respuesta.

Indicador	Percepción
1. Información de llegada.	3,12
2. Rapidez del servicio	6,15
3. Disposición de ayuda.	6,15
4. Informa sobre vicisitudes.	4,71
<b>promedio</b>	<b>5,03</b>

La dimensión de fiabilidad como tal, se encargó de evaluar el correcto manejo de los procedimientos y la habilidad para ejecutar el servicio conforme los requerimientos los clientes (tabla 7).

Tabla 7. Dimensión Fiabilidad.

Indicador	percepción
1. Cumplimiento en tiempos.	5,35
2. Cohesión en información	5,47

3. Recomendaría la app	5,08
4. Cumplimiento de acuerdos.	4,22
5. Errores.	3,57
<b>promedio</b>	<b>4,74</b>

### Percepciones vs. expectativas

Siguiendo con los postulados de la metodología servqual, una vez calificadas las percepciones del cliente, se debe efectuar una comparación entre dichas percepciones y las expectativas (*P-E*); la diferencia resultante constituye el “índice de calidad del servicio”. La tabla 8 amplía lo descrito.

Tabla 8. Cálculo del Índice de Calidad del Servicio.

1.1 Formula	1.2 Descriptor (método servqual)
<p>Donde:</p> <p>ICS: índice de calidad del servicio  P: perspectiva  E: expectativa</p>	

Seguidamente, en la tabla 9 se expone la brecha entre las percepciones y expectativas de los clientes del aplicativo móvil “*Fedotaxi app*” de la ciudad de Santo Domingo. Conviene resaltar que, como expectativa se consideró una valoración cuantitativa del 90% de satisfacción con el servicio, valor que dentro de diferentes escalas de medición de fiabilidad se encuentra en niveles superiores o también denominados excelentes. Esta valoración, bastante ambiciosa, está fundamentada en el alto nivel de competitividad del mercado en el que se desarrolla “*Fedotaxi app*”, donde a la par, los usuarios de esta ciudad – Santo Domingo- disponen también de otras opciones en app como: Ktaxi, Uber, Playasa, Cabify, Ecutaxi y Easy. Es decir, en un escenario tan diverso y altamente competitivo solo la excelencia en el servicio determina el posicionamiento y la subsistencia de la empresa (Robledillo Colmenares & Velázquez López, 2013).

Tabla 9. Percepciones VS expectativas.

Dimensiones	Percepción	Expectativa	Brecha	ICS
Tangibilidad	4,70	6,30	-1,06	Calidad inferior a la esperada
Empatía	5,83	6,30	-0,47	Calidad inferior a la esperada
Seguridad	6,34	6,30	0,04	Calidad superior a la esperada
Capacidad de respuesta	5,03	6,30	-1,27	Calidad inferior a la esperada
Fiabilidad	4,74	6,30	-1,56	Calidad inferior a la esperada
<b>promedio</b>	<b>5,33</b>	<b>6,30</b>	<b>-1.03</b>	

En ese mismo sentido, la tabla 10 amplía la información respecto de las dimensiones y su valoración; así, muestra las diferencias (percepción – expectativas) de cada uno de los indicadores consultados y que fueron parte del resultado global de las dimensiones presentadas en la tabla 10.

Tabla 10. Percepción por indicador &amp; dimensión.

Dimensión	Indicador	Brecha	Índice de calidad del servicio		
			P - E > 0	P - E = 0	P - E < 0
Tangibilidad	1. Innovación de la aplicación	- 1,3			-1,3
	2. renovación de unidades	- 2,9			-2,9
	3. Presentación personal choferes	- 1,0			-1,0
	4. Material visual llamativo	- 1,2			-1,2
Empatía	1. Interfaz dinámica y fácil de usar	- 0,5			-0,5
	2. Atención del personal	- 0,3			-0,3
	3. Nivel de interés	- 1,0			-1,0
	4. Calidad y calidez en la atención	- 0,2			-0,2
	5. Seguimiento de quejas y comentarios	- 0,3			-0,3
Seguridad	1. Cinturón de seguridad	0,0		0.0	
	2. Calificación del servicio	0,1	0.13		
	3. Respeto a los límites de velocidad	0,0		0.0	
	4. Desplazamiento por rutas seguras	0,0		0.0	
Capacidad de respuesta	1. Información de llegada	- 3,2			-3,2
	2. Rapidez del servicio	- 0,1			-0,1
	3. Disposición de ayuda	- 0,1			-0,1
	4. Informa sobre vicisitudes	- 1,6			-1,6
Fiabilidad	1. Cumplimiento en tiempos	-1,0			-1,0
	2. Cohesión en información	-0,8			-0,8
	3. Recomendaría la app	-1,2			-1,2
	4. Cumplimiento de acuerdos	-2,1			-2,1
	5. Errores	-2,7			-2,7

Es evidente que, el elemento “información de llegada” de la dimensión capacidad de respuesta se encuentra en el límite superior de la brecha; seguido de “renovación de unidades” (dimensión tangibilidad); lo que significa que: el usuario percibe como poco atractivo y desactualizado al parque automotor de UNITAXI y, además, el aplicativo no le permite conocer de forma precisa el tiempo de llegada de la unidad. Así también, en contraposición al escenario ya señalado, se encuentra la dimensión “seguridad” donde toma notable importancia para el cliente el hecho de que la app le permite calificar el servicio recibido. Con ello, este indicador alcanza una valoración de 0,13 () lo que significa que, la calidad percibida supera las expectativas del cliente.

En este contexto, se pudo determinar que, el nivel de calidad percibido por los clientes no cubre las expectativas que se espera para este tipo de servicio, pues de forma general solo alcanza un 84,6%, por cuanto es necesario implementar planes de acciones que permitan corregir o solucionar los problemas detectados, con la finalidad de proporcionar un nivel de calidad que satisfaga las necesidades y supere las expectativas de los clientes de la app, en todas sus instancias.

Si bien es cierto que las percepciones recibidas por los usuarios no están muy alejadas de sus expectativas, es notorio que existen falencias significativas por lo que no se alcanza el nivel máximo de calidad, e inclusive en tres dimensiones: elementos tangibles, capacidad de respuesta y fiabilidad es necesario tomar acciones correctivas inmediatas.

La aplicación, aunque presta su servicio con un nivel de seguridad bien valorado por cliente, al ser autorizada por la Agencia Nacional de Tránsito y por ende operar con vehículos legalizados bajo esta modalidad de transporte, no puede condicionar las características físicas de las unidades, ya que están dentro de su vida útil permitida para prestar el servicio, aunque al usuario le parezcan poco atractivas y por tal razón prefieran usar otras plataformas que operan de forma particular.

También, es necesario aclarar que entre las deficiencias que posee la plataforma está la inexistencia de un botón de pago electrónico para cancelar el valor del servicio con tarjeta de crédito o débito, como sí lo tienen aplicaciones transnacionales que prestan un servicio similar, aunque este sea sospechosamente ilegal, según los argumentos de los taxistas regularizados debido a la falta de normativa para estas compañías extranjeras que han ingresado a funcionar sin la regulación debida.

Otro escenario con desventaja para “Fedotaxi app” es no con un medidor de costo por el servicio según la ruta

solicitada, por ello, el conductor al iniciar el recorrido activa el taxímetro autorizado por el organismo regulador de tránsito, lo que impide al cliente conocer el valor estimado del servicio como sí lo harían en otras aplicaciones ya sean Uber o Cabify.

Según un artículo publicado en un Diario nacional, Uber y Cabify están presentes con sus operaciones tecnológicas desde el 2011 en más de 50 ciudades del mundo y en Ecuador han generado impacto en Quito y Guayaquil (Gallardo, 2017). Estas Apps se encuentran entre las más demandadas del país, ya que cuentan con herramientas diferenciales que al usuario le resultan de mayor comodidad y por ende garantizan un mejor servicio de calidad, pues en el caso de Uber acepta pagos a través de Pay Pal, tiene una opción que indica el valor de transporte estimando la distancia de recorrido, la ruta respectiva, el posible tráfico y también cuenta con la alternativa confort que permite al usuario elegir el tipo de vehículo que desea para su servicio, desde autos muy comunes hasta vehículos de una gama llamativa.

Por otro lado, Cabify prioriza su atención al cliente como elemento diferencial, ya que al recibir el servicio el cliente además de contar con características como las de Uber para pagar con Banco de Guayaquil o Produbanco, le brindan un aperitivo o entretenimiento buscando hacer del servicio un viaje ameno.

La presencia de aplicaciones como las referenciadas y las crecientes exigencias del mercado motivan a las empresas incorporar en su servicio un valor agregado que permita fidelizar a sus clientes, por ello es claro que Fedotaxi a pesar de sus múltiples ventajas debe acelerar su proceso de innovación para enmarcar sus operaciones bajo una misma línea de competitividad y no perder el posicionamiento que ha adquirido en el mercado.

## CONCLUSIONES

La plataforma móvil dentro del mercado de servicios de taxis ha tenido, a nivel mundial y local, un gran desarrollo durante los últimos años. “Fedotaxi *app*” bajo la dirección de la Federación Nacional de Taxis del Ecuador y administrada, en este caso de estudio, por UNITAXIS de la ciudad de Santo Domingo, ha alcanzado los 21.960 usuarios, donde al menos el 60% usa actualmente el servicio con frecuencia. Pero esto, no deja de lado que existe una alta competencia directa con aplicaciones digitales expuestas por las empresas internacionales Uber o Cabify y otras nacionales como Ktaxi, Ecutaxi y BestTaxi.

En este sentido, es necesario medir de forma constante la percepción y expectativas de los clientes hacia el servicio prestado, y el modelo servqual refiere una metodología



eficaz y sencilla con sus respectivas dimensiones de evaluación que coadyuvan a tener un mejor nivel de competitividad. Así, por medio de un análisis directo bajo dicha metodología se ha logrado comprobar que el aplicativo "Fedotaxi *app*" requiere algunos cambios estratégicos como son la incorporación de un medidor tarifario que emita al cliente dentro de la *app* el valor económico aproximado del viaje que va a recibir y poder de esta forma tomar una decisión correcta sobre si accede al servicio según su presupuesto o si toma otra alternativa.

Además, si bien el sistema le emite la información del conductor y las placas del automotor, no asigna el modelo del auto y muchas veces las unidades que atienden a los clientes no son del agrado de estos, pudiendo incorporar a la *app*, tanto el modelo de automotor, como la foto del conductor. Sin embargo, esto más que una falla de la *app* en un problema ligado al envejecimiento del parque automotriz que requiere de una revitalización hacia un mejor servicio y competencia con las otras empresas, que dentro de sus unidades sólo cuenta con autos de los últimos 5 años y que es de agrado para los clientes.

Finalmente, a esto se debe sumar, que la *app* no ofrece servicios extras como mensajería, encargos y entrega de comida como si lo hacen las otras *apps*, ni tampoco acepta el pago vía tarjeta de crédito. De esta forma, se pierde un potencial nicho de mercado hacia necesidades que cada día requieren más los clientes de la ciudad en estudio. Por tanto, si se desea mejorar la calidad del servicio no solo se requiere de cambios en el servicio de los conductores u ofrecer mejor trato personalizado; sino que la *app* debe reflejar las opciones de servicios que necesita el cliente, con un sistema de tarifas aproximadas por viajes, alternativas de pago, reservas y sobre todo que oferte nuevas actividades comerciales que otras *apps* ya lo tienen en marcha.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Asociación GSM. (2016). La Economía Móvil. América Latina 2016. [https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2016/09/ME\\_LATAM\\_2016-Spanish-Report-FINAL-Web-Singles-1.pdf](https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2016/09/ME_LATAM_2016-Spanish-Report-FINAL-Web-Singles-1.pdf)
- Berdugo-Correa, C. R., Barbosa-Correa, R. A., & Prada-Angarita, L. M. (2016). Variables relevantes para la medición de la calidad percibida del servicio bancario. *DYNA*, 83(197), 212-221.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1994). SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality. *Journal of Marketing*, 58(1), 125-131.
- Economía Digital. (2020). Cabify sabe los riesgos de salir a bolsa: sus rivales se dejan 32.480M. *Economía Digital*. [https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/cabify-salida-bolsa-uber-lyft\\_20024282\\_102.html](https://www.economiadigital.es/directivos-y-empresas/cabify-salida-bolsa-uber-lyft_20024282_102.html)
- Ecuador. Asamblea Nacional. (2017). Ley Orgánica de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial. Registro Oficial 398. <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/08/LEY-ORGANICA-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE.pdf>
- El Confidencial. (10 de mayo de 2019). Por qué la millonaria salida a bolsa de Uber te va a acabar afectando si coges taxis o VTC. *El confidencial*. [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2019-05-10/uber-bolsa-ipo-cabify-wall-street-vtc\\_1994582/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2019-05-10/uber-bolsa-ipo-cabify-wall-street-vtc_1994582/)
- El Universo. (2019). Picap, la app de mototaxismo que ya está en Guayaquil. <https://www.eluniverso.com/larevista/2019/11/06/nota/7591175/picap-app-mototaxismo-llega-guayaquil>
- Gallardo, D. (2017). "Cabify, esto es un atraco": ¿De verdad sale más barato usar Uber o Cabify que el taxi? [https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-12-05/uber-cabify-mytaxi-nuevas-tarifas\\_1488117/](https://www.elconfidencial.com/tecnologia/2017-12-05/uber-cabify-mytaxi-nuevas-tarifas_1488117/)
- Gómez Armijos, C., Álvarez Gómez, G., Romero Fernández, A., Castro Sánchez, F. D., Vega Falcón, V., Comas Rodríguez, R., & Ricardo Velázquez, M. (2017). La investigación científica y las formas de titulación. Aspectos conceptuales y prácticos. Editorial Jurídica del Ecuador.
- Hernández Romero, Y., & Galindo Sosa, R. V. (2016). Modelo de gestión del servicio de transporte UBER. ¿Quién pierde y quién gana? *Espacios Públicos*, 19(47), 157-175.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. McGraw Hill.
- Holly, R. (2018). *Aplicación empresarial de Servqual*. Eagle Ediciones Educativas Digitales.
- Ibarra, L., & Espinoza, B. (2014). Servqual, una propuesta metodológica para evaluar la percepción de la calidad. *Revista Iberoamericana de Ciencias*, 1(4), 107-20.
- Manrique Chávez, W. (2018). Caso Uber Perú 2017-2021. (Tesis de Maestría). Universidad del Pacífico.
- Robledillo Colmenares, A., & Velázquez López, D. (2013). Introducción a los Sistemas de Gestión de la Calidad Total: Modelo de Excelencia EFQM y Autoevaluación. *Medicina y seguridad del trabajo*, 59(232).

- Skerret, D. (2017). Implementación de sistemas de calidad bajo el método Servqual. Red Paper Ediciones.
- Urdaneta, J. A., Monasterio, S., & Peña, O. (2011). Calidad del servicio de taxis del municipio Maracaibo. TELOS: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, 13(2), 237 - 259.
- Valdez Molina, E. P., Saca Aquino, I., Guevara García, J. F., & Aybar Galdos, J. A. (2018). Calidad en el Servicio al Cliente en el Transporte Público Urbano en la Provincia del Cusco. (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Vallejo Garcés, A. D. (2019). Aplicativo móvil para la utilización de taxis seguros en la ciudad de Ambato. Universidad Técnica de Ambato.
- Visión Global. (2019). GEA E ISA dan a conocer estudio sobre percepción de seguridad en movilidad de la CDMX. <https://visionglobal.com.mx/gea-e-isa-dan-a-conocer-estudio-sobre-percepcion-de-seguridad-en-movilidad-en-la-cdmx/>
- Zurita, H. (2019). Manejo de mercados electrónicos. Holmers Ediciones Financieras.