



**Revista EDUCATECONCIENCIA.**

**Volumen 16, No. 17.**

**ISSN: 2007-6347**

**Periodo: Octubre-Diciembre 2017**

**Tepic, Nayarit. México**

**Pp. 197-210**

**DOI: <https://doi.org/10.58299/edu.v16i17.135>**

**Recibido: 02 de Octubre**

**Aprobado: 05 de Diciembre**

**Retos ante la Globalización de Negocios Familiares en Tepic: Caso Taxis  
Amarillos**

**Challenges before globalization of family business in Tepic: case of Yellow Taxis**

**Autores**

**Griselda Carmona Peña**

Universidad Autónoma de Nayarit  
griseldacarmona7@hotmail.com

**Luz Lilian Beltrán Gómez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
lilybel9@hotmail.com

**José Francisco Haro Beas**

Universidad Autónoma de Nayarit  
fcoharo@hotmail.com

**Irma Yolanda Beltrán Gómez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
iybgomez@hotmail.com

## **Retos ante la Globalización de Negocios Familiares en Tepic: Caso Taxis Amarillos**

### **Challenges before globalization of family business in Tepic: case of Yellow Taxis**

#### **Autores**

**Griselda Carmona Peña**

Universidad Autónoma de Nayarit  
griseldacarmona7@hotmail.com

**Luz Lilian Beltrán Gómez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
lilybel9@hotmail.com

**José Francisco Haro Beas**

Universidad Autónoma de Nayarit  
fcoharo@hotmail.com

**Irma Yolanda Beltrán Gómez**

Universidad Autónoma de Nayarit  
iybgomez@hotmail.com

#### **Resumen**

Con la llegada de Uber a la Ciudad de Tepic, existe gran incertidumbre por parte de los concesionarios de Taxis Amarillos, pues consideran que se verán afectados sus ingresos y los de su familia con la amenazante competencia internacional, para poder tomar acciones es necesario conocer la opinión de la comunidad, de clientes reales y clientes potenciales, por tanto esta investigación se enfoca a determinar las preferencias de la población entre 20 y 45 años de edad, (consideradas edades en las que principalmente se usa el servicio) y así medir el impacto real que generará esta competencia, planteando propuestas que permitan afrontar la situación y poder mantener a los Taxis Amarillos como primera opción de servicio en la Ciudad de Tepic.

**Palabras clave:** Competencia, globalización, planeación estratégica, mercado, empresa familiar.

#### **Abstract**

With the arrival of Uber to the City of Tepic, there is great uncertainty on the part of the Yellow Taxis dealers, because they consider that their income and those of their family will be affected by the threatening international competition, so that action can be taken know the opinion of the community, real clients and potential clients, so this research focuses on determining the preferences of the population between 20 and 45 years of age,

(considered ages in which the service is mainly used) and thus measure the real impact that this competition will generate, proposing proposals to face the situation and be able to keep the Yellow Taxis as the first service option in the City of Tepic.

**Key words:** Competition, globalization, strategic planning, market, family business.

## **Introducción**

La naturaleza volátil de la demanda de transporte en general y de taxis en particular amplifica las distorsiones entre el equilibrio bajo la regulación actual y el equilibrio libre.

Es ahí donde Uber encuentra su nicho e introduce su plataforma para conectar pasajeros y propietarios de autos que quieran trabajar de choferes cuentapropistas. El servicio prestado por Uber arbitra las fricciones creadas por la regulación del taxi. Utilizando un algoritmo que fija precios y se ajusta, simulando el libre mercado, en función de la cantidad de pasajeros y conductores disponibles en cada momento y espacio geográfico.

La estructura de la tarifa que usa Uber es similar a la de los taxis: un precio por bajada de bandera y un precio por km o tiempo viajado. La diferencia radica en que el algoritmo Uber aplica un coeficiente a estas tarifas que depende de la demanda relativa de viajes. Gracias a esto, la oferta de autos Uber es flexible y varía según el ánimo de sus conductores. Cuando la demanda por viajes es alta, el algoritmo sube el precio. Más conductores decidirán activar sus autos en el sistema. Si la demanda es baja, el algoritmo bajará el precio y contraerá la oferta (por ejemplo, dueños de autos que prefieren descansar). Pero el precio bajo puede atraer pasajeros que a precios normales no considerarían ni el taxi ni Uber. (Tapatta, 2016). A pesar de que Taxis amarillos está formado por familias locales, las expectativas de la población por uber son altas y aunque no hayan probado el servicio lo prefieren sobre el servicio local, esto habla del gran reto que tienen taxis amarillos ante una empresa globalmente competitiva, la importancia radica en que los negocios locales se reestructuren y puedan estar a la altura de las grandes franquicias que cada vez más frecuentemente llegan a la ciudad.

**Objetivo:** Determinar los retos a los que se enfrentan el negocio de varias familias de la ciudad de Tepic, Nayarit, llamados taxis amarillos ante la llegada del Servicio Uber.

### **Revisión bibliográfica**

Los nuevos servicios de transporte privado a través de aplicaciones han revolucionado los traslados en México y el mundo.

La demanda de Uber en la capital del país ya supera los 500 mil usuarios, muy por arriba de Sao Paulo, la segunda más alta de Latinoamérica.

Si tomamos en cuenta el perfil de los habitantes de CDMX, quienes tienen como prioridad transportarse de manera segura y cuentan con el poder adquisitivo para hacerlo, podríamos decir que la demanda nunca irá a la baja.

La meta de Uber en México es llegar a 200 ciudades; hoy ofrece su servicio en 92 ciudades. (Campos, 2017)

### **¿Qué es Uber?**

#### **Historia**

En una nevada tarde de París en 2008, Travis Kalanick y Garrett Camp tuvieron problemas para conseguir un taxi. Así que se les ocurrió una idea simple: tocar un botón para conseguir un viaje.

Lo que comenzó como una App para pedir autos negros Premium en algunas áreas metropolitanas, ahora está cambiando la base logística de ciudades alrededor del mundo. Ya sea que se trate de un viaje, un sándwich o un paquete, utilizan la tecnología para darles a las personas lo que quieren, cuando lo quieren.

Para las mujeres y hombres que conducen con Uber, la App representa una nueva forma flexible de ganar dinero. Para las ciudades, ayud a fortalecer las economías locales, mejorar el acceso al transporte y aumentar la seguridad de las calles. Cuando el transporte

es algo con lo que siempre se puede contar, todos se benefician. Especialmente cuando nieva. (UBER, 2011).

## **Tarifas**

Como socio-conductor, la tarifa de los viajes se calcula sumando una tarifa base + tiempo + distancia. Las tarifas varían según la ciudad y la clase de vehículo.

Cuando termines un viaje, tu aplicación muestra la tarifa cobrada al cliente. Este monto cobrado al cliente incluye la tarifa, tarifa dinámica, cargos de la ciudad, cuotas de reserva, peajes y recargos, según corresponda. (UBER, 2016)

El importe que se te paga por un viaje se calcula de la siguiente forma: (Tarifa + Tarifa dinámica) - Cuota Uber + Peajes. Este pago puede ser diferente de la tarifa de viaje del usuario. La tarifa del cliente incluye la cuota de Uber. (UBER, 2016)

Continúa leyendo para conocer más acerca de los aspectos específicos de la tarifa.

La tarifa se calcula sumando tarifa base + tiempo + distancia. Las tarifas pueden variar de acuerdo a la clase del vehículo y la ciudad. Visita [uber.com/cities](http://uber.com/cities) para obtener más información acerca de las tarifas específicas de cada clase de vehículo y ciudad. (UBER, 2016)

Las tarifas dinámicas se producen cuando se realizan muchos pedidos en áreas específicas de la ciudad y no hay suficientes socios-conductores para el número de clientes que solicitan viajes. La tarifa dinámica se calcula multiplicando la tarifa base del viaje por el multiplicador de tarifa dinámica del momento. Los usuarios deben aceptar el multiplicador de la tarifa dinámica del momento, antes de pedir un viaje. Este multiplicador les aparece como un número y un decimal. Por ejemplo, un multiplicador de tarifa dinámica podría ser 1.4 o 2.1. (UBER, 2016)

La cuota de Uber se cobra en cada viaje como porcentaje de la tarifa de viaje (incluye tarifas dinámicas y cuotas de cancelación, si aplican, y no incluye peajes). La tasa de servicio Uber varía según la ciudad y clase de vehículo, y cubre costos como tecnología,

desarrollo de nuevas características de la aplicación, marketing y procesamiento de pagos de los conductores. Revisa el porcentaje de tasa de servicio Uber específica en tu estado HTML semanal, oprimiendo el símbolo desplegable azul.

Los cargos específicos de la ciudad pueden incluir peajes, recargos, cuotas de apoyo y cualquier otra cuota asociada con la ciudad en que conduces. Dependiendo del cargo y la ciudad, los cargos de la ciudad pueden ser retenidos por conductores, pagados a los conductores o traspasados a otras partes. (UBER, 2016)

## **Taxis Amarillos de Tepic, Nayarit**

### **Historia**

La Alianza de auto transportes Tepic, Taxis amarillos se fundó hace aproximadamente 80 años con alrededor de 100 taxis. El principal motivo por el cual se agruparon permisionarios fue para defender sus derechos de los gobernantes.

Actualmente cambio su nombre a Permisionarios Pioneros del Estado de Nayarit A.C. debido a que el nombre anterior quedó administrado por un grupo de socios que tienen la ruta de combis insurgentes, por lo tanto debido cuestiones administrativas se tuvo que optar por otro nombre. Mas sin embargo los ideales siguen siendo los mismos, defender los derechos de los taxistas, aunándole a esto mejoras, ya que se ha logrado que el gobierno reconozca la administración y solvencia de la organización así como reconocer el seguro de accidentes internos. (Cortés, 2017)

Esta Organización están integrados por 1400 unidades con aproximadamente 700 socios, ya que, un solo socio puede tener más de una unidad.

### **Tarifas**

En el primer cuadro de la ciudad, comprendido cualquier sitio que se encuentre entre las calles Insurgentes, P. Sánchez, Victoria y Juan Escutia, el costo del pasaje es de \$30 dentro de esa área.

Saliendo del primer cuadro de la ciudad y antes de llegar al libramiento el costo es de \$35 y las colonias que están después del libramiento, el corte tiene un costo de \$40. (Cortés, 2017)

Saliendo de la ciudad el costo varía según la distancia del viaje.

### **Servicio de Radio Taxi**

La organización cuenta con dos grupos de Radio Taxis, cada grupo integrado por 200 unidades. Un grupo se hace llamar Radio taxis Koras y el otro grupo Radio Taxis Amarillos. Cabe destacar que no por ser miembro de la organización tienes Radio Taxi, ya que para contar con este servicio cada taxista debe invertir en un radio móvil para instalar en su unidad y pagar una cuota extra de \$200 mensuales para tener este beneficio. Por lo tanto, no es requisito tener Radio para ser parte de la Organización

El servicio de Radio Taxi se utiliza para enviar un taxi directo al domicilio donde se solicite, se puede pedir vía telefónica o a través de Whats App, la ventaja radica en que no es necesario salir del hogar para pedirlo.

Aparte del transporte, cuanta con el beneficio de poder pedir “mandados” a través del Radio Taxi, ya sea comida, medicamentos, bebidas o enviar objetos de un destino a otro de forma segura, ya que queda identificado el miembro y la unidad que cumplirá con la labor. (Cortés, 2017)

### **Metodología**

Esta investigación es un estudio de caso de campo, para la obtención de la información, se llevó a cabo un muestreo aleatorio aplicando un cuestionario de 14 preguntas a 91 personas para conocer la preferencia que tienen los usuarios del servicio de transporte en edades entre 20 y 45 años de la ciudad de tepic, Nayarit y determinar los retos a los que se enfrentan los Taxis amarillos ante la llegada del Servicio de Uber

## Resultados y Conclusiones

El grueso de la Muestra se encuentra entre los 20 a 25 años (60.03%)

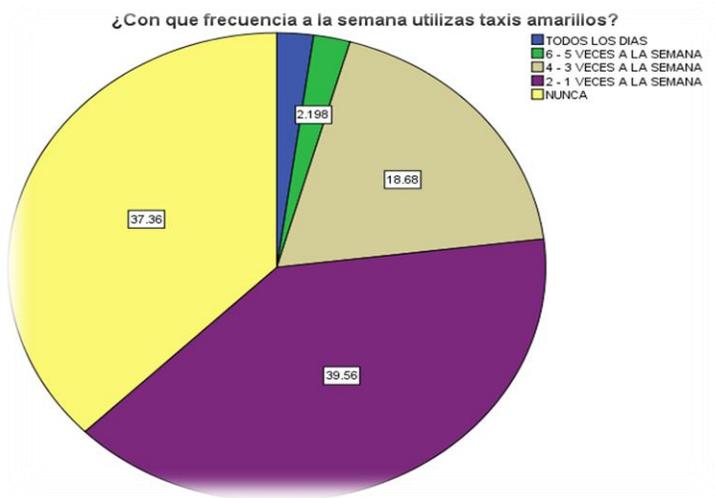


Grafico 1 Frecuencia de uso de taxis amarillos

Generalmente el 39.56% toma taxi de 2-1 veces por semana

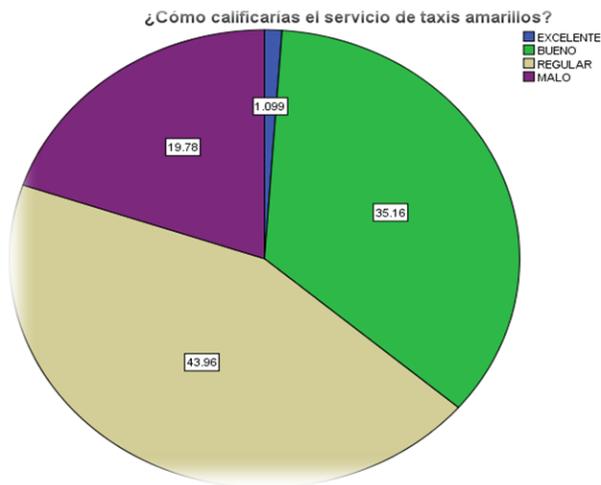
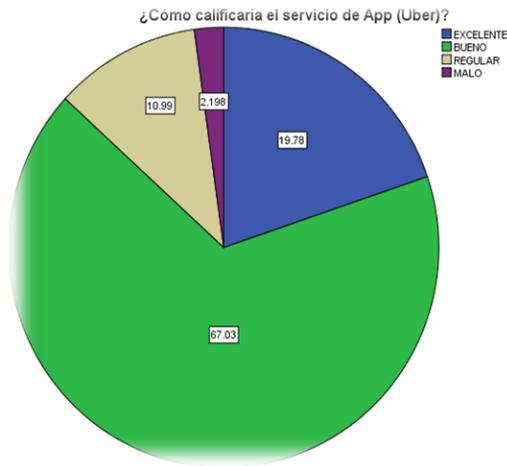
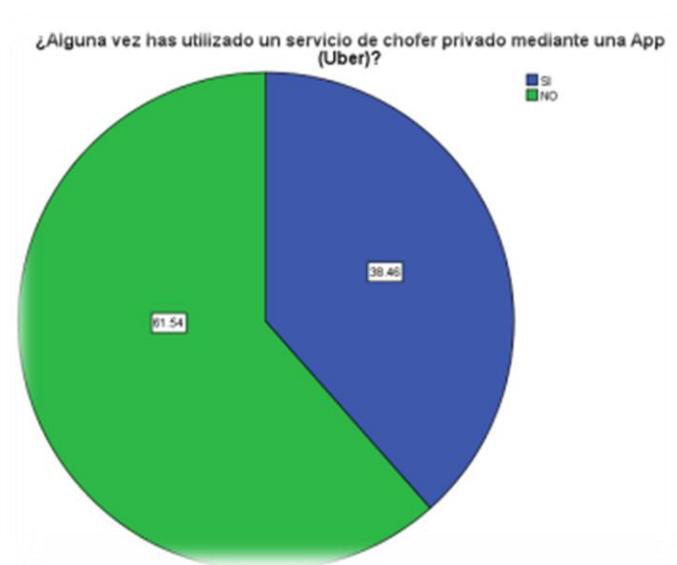


Grafico 2 Percepción del servicio de Taxis Amarillos



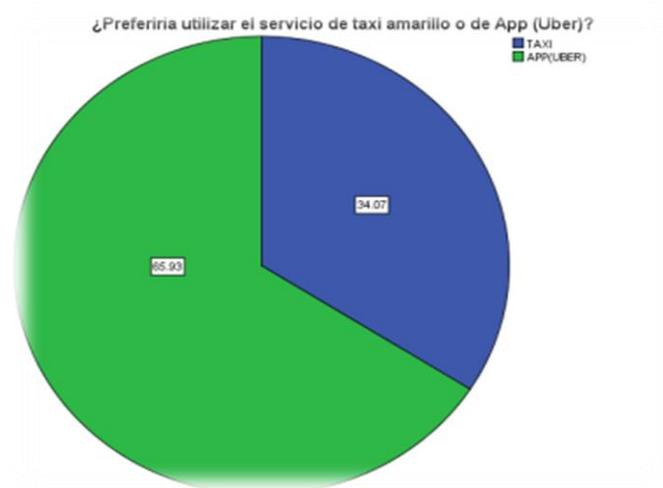
*Grafico 3 Percepción del servicio de Uber*

El 43.96% califica al servicio de Taxi como regular y el 67.03% califica al servicio de Uber como Bueno



*Grafico 4 Frecuencia de uso del Servicio Uber*

Grafico 5 Preferencia en el uso de Taxis Amarillos o Uber



Aunque el 61.54% NO ha utilizado Uber si tuvieran que elegir entre este y un Taxi Amarillo, el 65.93% preferiría Uber.

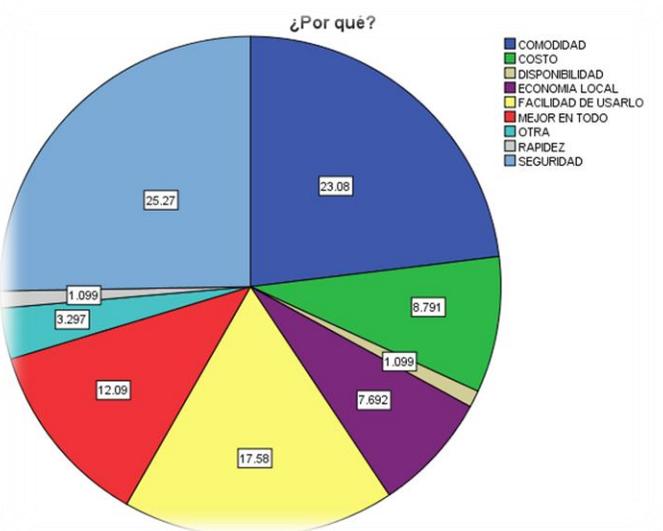


Grafico 6 Causas de preferencia del servicio Uber

Los Encuestados preferirían Uber principalmente por Seguridad (25.27%) y en Segundo Lugar por Comodidad (23.08%).

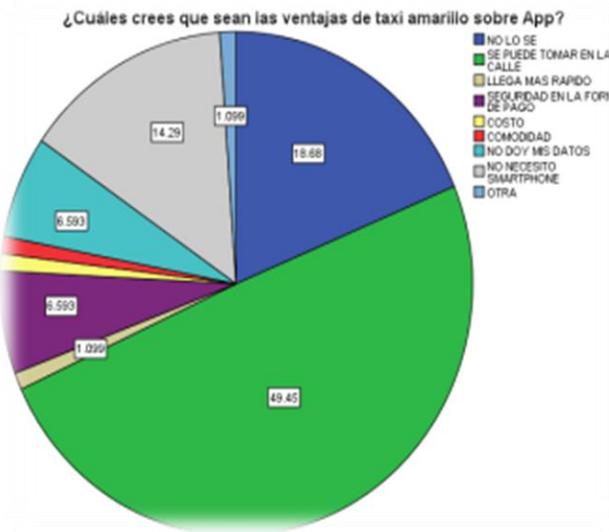


Grafico 7 Ventajas de Taxi Amarillo

El 49.45% considera que la principal ventaja de los Taxis es que se puede tomar en la Calle.

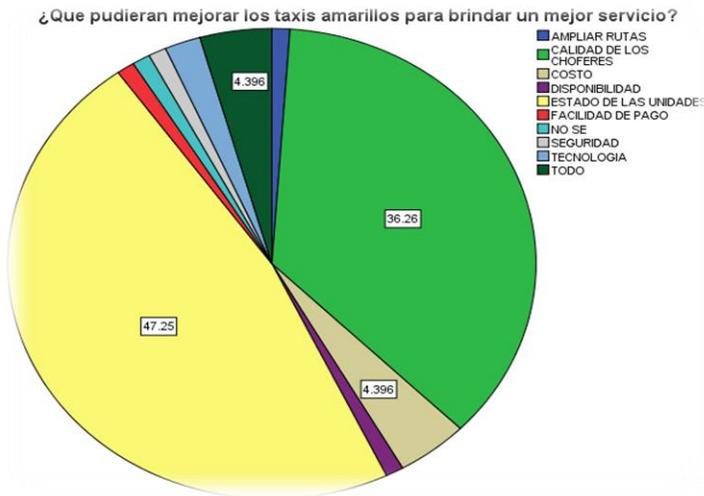


Grafico 8 Aspectos que pudieran mejorar los Taxis Amarillos

El 47.25% considera que los Taxis deben mejorar sus unidades y el 36.26% indica que los choferes deberían mejorar la calidad de su atención

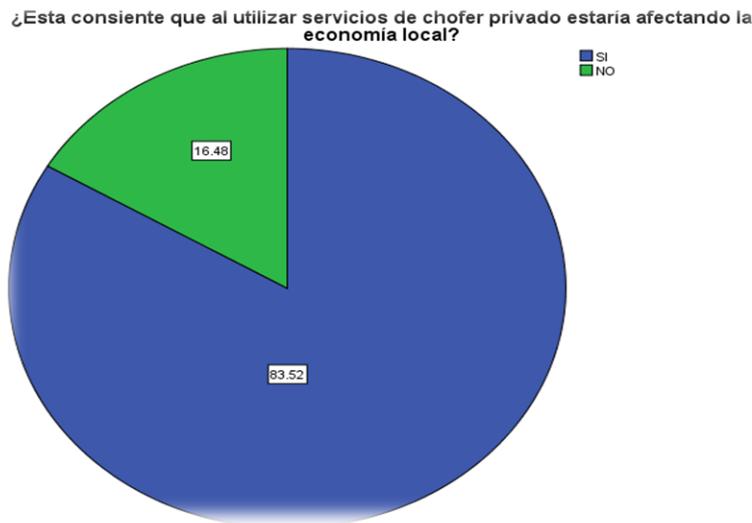


Gráfico 9 Consciencia en la afectación a la Economía Local

El 83.52% de los encuestados son conscientes que el servicio de Uber afecta la Economía Local.

A raíz del estudio anterior, se pudo observar las tendencia en cuanto a la preferencia del servicio de Uber sobre los taxis amarillo de Tepic Nayarit; al encuestar a 91 habitantes de la ciudad en edades de 20 a 45 años, observamos que preferirían utilizar el servicio de Uber sobre los Taxis Amarillos. Los resultados arrojan que dicha preferencia radica en la seguridad que les da a los usuarios.

Por otro lado, se pudo observar que la población de 30 a 45 años utiliza más el servicio de taxi, siendo la principal ventaja que lo pueden tomar en la calle y que no necesitan un Smartphone para utilizar el servicio, al contrario que Uber.

Así mismo, se puede observar que aunque el 43.96% califican el servicio de Taxi como regular, al 47.25% le gustaría que mejoraran las unidades, y al 36.26% que lo choferes fueran más serviciales y/o amables.

## Conclusiones

A través de la investigación desarrollada, se puede observar que el 65.93% de los encuestados preferiría utilizar Uber, afectando así a los taxis amarillos en el número de usuarios que utilizarían su servicio.

Cabe señalar que la población es consiente que al utilizar Uber estaría afectando a la economía local, esto no los disuade de preferir Uber a los taxis amarillos.

Se puede discernir entonces, que es más importante su comodidad y seguridad que el apoyo a la economía local.

Por lo anterior mencionado, podemos concluir que Uber puede inferir mucho en el servicio de Taxis Amarillos.

La recomendación a taxis amarillos sería renovar sus unidades y darles mantenimiento continuo, para evitar el deterioro y así incrementar la comodidad de sus unidades; de igual manera, sería conveniente contar con un manual de procedimientos para brindarle seguridad a los usuarios, como por ejemplo, tener un procedimiento para devolución de objetos perdidos, contar con una base de datos para validar la identidad del chofer, así como un registro de los servicios realizados.

## Referencias

- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. D.F, México: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.
- Campos, G. (09 de Febrero de 2017). Obtenido de <http://blog.grupoacir.com.mx/nuevo-mercado-potencial-de-radioescuchas-usuarios-de-uber-en-cdmx>
- Lapunte, M. J. (8 de 12 de 2013). *Hipertexto: El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*. Recuperado el 28 de 01 de 2017, de [hipertexto.info: http://www.hipertexto.info/documentos/papel.htm](http://www.hipertexto.info/documentos/papel.htm)

- Castillo, O. (30 de Diciembre de 2015). Obtenido de <http://www.telceloluciones.com/articulos/uber-modelo-de-negocio-de-62-mil-millones-de-d%C3%B3lares>
- Cervantes, C. V. (s.f.). Obtenido de [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/formacion\\_virtual/edicion\\_digital/perez.htm](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/formacion_virtual/edicion_digital/perez.htm)
- Cortés, J. (30 de Junio de 2017). Conociendo a los Taxis Amarillos. (Z. Zavala, Entrevistador)
- Cortés, J. (Junio de 2017). Conociendo a los Taxis Amarillos. (Z. Zavala, Entrevistador)
- Davila, G. (01 de Mayo de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-importancia-de-la-planeacion-en-la-globalizacion/>
- Economiahoy.mx*. (02 de Septiembre de 2016). Recuperado el 01 de Julio de 2017, de <http://www.economiahoy.mx/empresas-eAm-mexico/noticias/7801213/09/16/Los-9-servicios-de-Uber-en-el-mundo-que-seguro-no-conocia.html>
- Nayarit, U. A. (2011). *UAN*. Recuperado el 30 de ENERO de 2017, de UAN: <http://www.uan.edu.mx/es/bibliotecas>
- Pelitti, P. (2009). *Question*. Recuperado el 15 de 02 de 2017, de [www.perio.unlp.edu.ar](http://perio.unlp.edu.ar): <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/738>
- Tapatta, M. (27 de Abril de 2016). *Foco Economico*. Obtenido de <http://focoeconomico.org/2016/04/27/la-economia-uber/>
- Tecnologico de Monterrey*. (24 de Junio de 2016). Recuperado el 01 de Julio de 2017, de <https://posgradoderecho.itesm.mx/blog/Uber-en-Mexico/>
- The Official Board*. (2017). Recuperado el 01 de Julio de 2017, de <https://www.theofficialboard.es/organigrama/uber>
- UBER*. (2011). Obtenido de <https://www.uber.com/es-MX/our-story/>
- UBER*. (2016). Recuperado el 01 de Julio de 2017, de <https://help.uber.com/es-MX/h/ec8df943-94cf-481e-ac99-3aba28e454ed>
- Uber Ayuda*. (2016). Obtenido de <https://help.uber.com/es-MX/h/ec8df943-94cf-481e-ac99-3aba28e454ed>