

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y COMUNICACIÓN

**TESIS PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN
RELACIONES PÚBLICAS**

TEMA

**DISEÑO DE UN PLAN DE RELACIONES PÚBLICAS, PARA EL
CUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE
LOS USUARIOS DEL SISTEMA DE TRANSPORTE TROLEBÚS,
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

CARLOS PEÑA JIMÉNEZ

DIRECTOR DE TESIS: JORGE DOUSDEBÉS BOADA

QUITO, SEPTIEMBRE DE 2011

**TODOS LOS CONTENIDOS DE LA PRESENTE TESIS FUERON
ELABORADOS POR EL AUTOR, A EXCEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN
QUE SE ENCUENTRA DEBIDAMENTE CITADA.**

CARLOS PEÑA JIMÉNEZ

C.C.: 170526332-3

AGRADECIMIENTO

MSc. JORGE DOUSDEBES GRACIAS POR HABERME INCENTIVADO A CULMINAR LA MAS GRANDE ASPIRACION ACADEMICA DE TODA PERSONA ASPIRA, APOYO QUE LO RECIBI DESDE EL PRIMER MOMENTO EN QUE TOME LA DESICIÓN DE INSCRIBIRME EN EL PROGRAMA DE EGRESADOS.

ADEMAS DEBO EXPRESAR MI AGRADECIMIENTO ESPECIAL A CHARITO AMIGA INCONDICIONAL POR SU APOORTE IMPORTANTE EN TODO ESTE TRABAJO, ASI TAMBIEN A MI PRECIOSA HIJA SANDY POR PRESIONARME A CULMINAR ESTA CARRERA, POR SUS GESTIONES Y POR REPRESENTARME EN MI AUSENCIA DEBIDO A MIS LABORES.

DEDICATORIA

A MI ESPOSA DEYSI, A MIS HIJOS CARLITOS Y SANDY, A MI MADRE QUERIDA LES ADORO Y ESPERO SEPAN DISPENSAR EL TIEMPO QUE DEJE DE BRINDARLES CUANDO MAS ME NECESITARON.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	i
PROTOCOLO DE TESIS	ii
PROBLEMA	ii
JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	iii
OBJETIVOS	iv
OBJETIVO GENERAL	iv
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	iv
IDEA A DEFENDER	v
MARCO TEMPORO ESPACIAL	v
CAPÍTULO I	
1 RELACIONES PÚBLICAS Y SEGURIDAD INTEGRAL	1
1.1. IMPORTANCIA	1
1.2. LAS FUNCIONES DE LAS ORGANIZACIONES	2
1.3. LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN	3
1.3.1. FORMAS DE COMUNICACIÓN	4
1.4. MODELOS DE RELACIONES PÚBLICAS	4
1.5. LOS PÚBLICOS EN RELACIONES PÚBLICAS	6
1.6. EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS	8
1.7. CONCEPTOS DE RELACIONES PÚBLICAS	9
1.8. SEGURIDAD	21
1.8.1. SEGURIDAD INTEGRAL	21
CAPÍTULO II	
2 LA EMPRESA TROLEBÚS	24
2.1. CREACIÓN DE LA EMPRESA	24
2.1.1. ANÁLISIS OPERACIONAL	27
2.1.2. MISIÓN	28
2.1.3. VISIÓN	28
2.1.4. OBJETIVOS	29
2.1.5. VALORES INSTITUCIONALES	29
2.1.6. IMAGEN CORPORATIVA	30
MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	
2.2. MDMQ	30
VISIÓN DEL MDMQ PARA EL SECTOR DEL	
2.2.1. TRANSPORTE	31
2.2.2. IMAGEN DEL MUNICIPIO DE QUITO	31
LAS RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS PARA EL	
2.3. DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD DE LA E.P.M.T.P.Q	31
2.4. NORMATIVA LEGAL EN EL ECUADOR	32
TECNOLOGÍAS DE SEGURIDAD PARA LA COMUNICACIÓN EN	
2.5. EL ECUADOR	33

2.6.	SISTEMA DE SEGURIDAD INTEGRAL DE LA EMPRESA TROLEBÚS	35
2.6.1.	EL TROLE CON TECNOLOGÍA APLICABLE A LA SEGURIDAD, CORPORACIÓN EB	36
2.7.	SISTEMAS DE SEGURIDAD	38
2.7.1.	PROCEDIMIENTOS DE SEGURIDAD APLICABLES AL TROLEBÚS	38
2.7.1.1.	PROCEDIMIENTOS POLICIALES APLICADOS EN LA SEGURIDAD PRIVADA	38
2.8.	SISTEMA DE SEGURIDAD INTEGRAL DE LA EMPRESA TROLEBÚS	42
2.8.1.		43
2.8.2.	SISTEMA DE OPERACIONES PARA EL SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD	44
2.8.2.1.	SECTORIZACIÓN DEL SERVICIO DE PATRULLAJE	47
2.8.3.	SERVICIO DE TRANSPORTE DE VALORES PARA LA E.P.M.T.P.Q	48
2.8.3.1.	SECTORIZACIÓN DEL TRANSPORTE DE VALORES DE LA E.P.M.T.P.Q	48
 CAPÍTULO III		
3	INVESTIGACIÓN	51
3.1.	IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	51
3.1.1.	OBJETIVO GENERAL	51
3.1.2.	METODOLOGÍA	51
3.1.2.1.	DEL ESTUDIO	51
3.1.2.2.	MÉTODOS	52
3.1.2.3.	TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	52
3.1.2.4.	FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	52
3.2.	NUDOS CRÍTICOS	54
3.2.1.	INVASIÓN EN LA VÍA PÚBLICA	54
3.2.2.	DENUNCIAS DE ROBOS	54
3.2.3.	FALTA DE PRESENCIA POLICIAL Y PARAPOLICIAL	55
3.3.	ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA ENCUESTA	55
3.4.	COBERTURA	65
3.4.1.	TAMAÑO DE LA MUESTRA	66
3.4.2.	DISTRIBUCIÓN	66
 CAPÍTULO IV		
4	PROPUESTA COMUNICACIONAL	68
4.1.	SITUACIÓN	71

4.2.	PUBLICO OBJETIVO (TARGET)	72
	EDUCAR Y CULTURIZAR A LOS USUARIOS EN NORMAS DE TRANSPORTE Y PEATONIZACIÓN PARA EL BUEN USO DEL	
4.3.	SISTEMA	73
	EDUCAR Y CONCIENCIAR A LA COMUNIDAD SOBRE LA	
4.4.	INVASIÓN DE LA VÍA EXCLUSIVA DEL TROLEBÚS	73
	INFORMAR SOBRE LA GESTIÓN DEL SISTEMA	
4.4.1.	TROLEBÚS INTERNA Y EXTERNAMENTE	73
4.5.	PROPUESTA COMUNICACIONAL (PRESUPUESTO)	77
4.5.1.	COSTOS Y REQUERIMIENTOS ADICIONALES	78
	ACCIONES A EMPLEARSE PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA	
4.6.	ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PLANTEADA	79
	TÁCTICAS QUE SE DEBEN APLICAR A LA ESTRATEGIA	
4.7.	COMUNICACIONAL	81
4.8.	CONTROL DE LA PROPUESTA COMUNICACIONAL	82
4.8.1.	INDICADOR DE EFECTIVIDAD DE MEDIOS	82
4.9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	83
4.9.1.	CONCLUSIONES	83
4.9.2.	RECOMENDACIONES	84
	GLOSARIO DE TÉRMINOS	85
	BIBLIOGRAFÍA	93
	FUENTES DE INFORMACIÓN	96
	ANEXOS	97

INTRODUCCIÓN

Las Relaciones Públicas son una herramienta comunicacional que, sin lugar a dudas, desde sus inicios han sido la estrategia que mayor influencia genera en sus públicos, favoreciendo sus actitudes, percepciones y comportamientos hacia la empresa o a la institución que las utilice. En la actualidad el ámbito de aplicación se extiende a todas aquellas personas y empresas que reconocen su importancia y efectividad en el camino para alcanzar los objetivos.

La comunicación cumple un rol importante, principalmente si se trata de la seguridad de los usuarios del Trolebús. Es por esto, que la difusión de estrategias como medidas de prevención a los diferentes problemas que se desarrollan en un sistema masivo de transporte como pueden ser, sitios de conflictos, siniestros, robos internos y externos, entre otros, es necesario que la comunidad en general, conozca la forma de actuar, para que puedan dar inicio a un proceso que conlleve a la solución del problema o evento suscitado; procesos que deben ser de dominio público y ágiles para garantizar por un lado eficiencia y confidencialidad a la vez.

La EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO con la Jefatura de Seguridad, el Departamento de Comunicación Social y Servicio al Cliente, realiza su planificación anual, a través del Plan Operativo – POA, mismo que cuenta con la coordinación de las demás áreas existentes, de tal forma que se centralicen los gastos publicitarios o de difusión e impresión, y cada área puede dar seguimiento a sus campañas comunicacionales respectivas, las mismas que tienen que estar alineadas a las políticas establecidas.

PROTOCOLO DE TESIS

PROBLEMA

La falta de conocimiento del público, usuarios de sistemas de transporte masivo, sobre sus derechos, obligaciones y estrategias de actuación al utilizar este medio de transporte.

Si bien el servicio de transporte masivo Trolebus funciona hace 15 años, es necesario dar a conocer a los usuarios sobre sus derechos y obligaciones. De la misma manera el rol de los supervisores y guardias para el mejor cumplimiento de sus tareas así como para mejorar su labor con los pasajeros, para el objeto, es necesario conocer las normas legales básicas que los usuarios deben cumplir para que las actividades se desarrollen en un marco legal y evitar desafueros que puedan darse.

También es importante que el personal de guardias y supervisores conozcan en profundidad cuáles son los procedimientos parapoliciales que pueden dar y los límites en que tienen que cumplir tales tareas, para lo cual se requiere elevar el conocimiento sobre la gestión y los procedimientos operativos de supervisión, fortaleciendo las relaciones entre los diferentes niveles jerárquicos,

JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

En el sistema de transporte Trolebús, mediante investigaciones exploratorias y de campo, se ha determinado que los usuarios no conocen sus derechos, al instante que se atenta a su integridad y obligaciones, el momento de hacer uso del servicio en el que también está inmerso, la falta de cultura de los mismos, además se conoce por medio del Departamento de Servicio al Cliente en el área de Quejas, que la seguridad es un problema que provoca la insatisfacción del servicio.

La invasión en la vía exclusiva del Trolebús de vehículos particulares genera incomodidad en los usuarios, ya que el servicio se caracteriza por la rapidez, especialmente en las horas pico.

Por las razones mencionadas es primordial la aplicación de estrategias de Relaciones Públicas ya que al conocer la ciudadanía sobre sus derechos y la manera de actuar ante un eventual siniestro, contaría con una cultura de reclamo en defensa de sus intereses para su beneficio, convirtiéndose en un instructivo para el público interno y externo.

El Relacionista a través del conocimiento, puede manejar de mejor manera sus públicos y determinar sus necesidades o requerimientos, para un perfecto desarrollo en el campo profesional y podrá actuar con estrategias definidas, tendrá mejor conocimiento de la problemática en seguridad y podrá fomentar el mantenimiento de políticas para la defensa del usuario.

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Establecer estrategias de Relaciones Públicas, mediante la utilización de herramientas de comunicación, para que los usuarios tengan conocimiento de sus derechos y obligaciones en seguridad, con la finalidad de implantar una cultura de transporte, en la EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Difundir el concepto de seguridad integral y su aplicación a las Relaciones Públicas.
- Determinar los puntos críticos, definir los públicos y clasificar al usuario del Trolebus de acuerdo a su edad, sexo o capacidad especial, para analizar sus necesidades.
- Capacitar al personal de seguridad y conductores para mejorar la prestación del servicio.
- Realizar campañas educativas con instituciones de nivel secundario para implantar una cultura de transporte.
- Llegar a un amplio grupo social de usuarios que tengan accesos con facilidades físicas.
- Concienciar las prioridades de personas con capacidades distintas para el uso del sistema.

IDEA A DEFENDER

La aplicación de estrategias de Relaciones Públicas, permitirán que los usuarios del sistema de transporte Trolebús en el Distrito Metropolitano de Quito, conozcan y validen sus derechos y obligaciones.

MARCO TEMPORO ESPACIAL

Esta tesis se desarrolló en la ciudad de Quito Ecuador, en el sistema vial "TROLEBUS" comprendido en sus oficinas ubicadas en el sector del Recreo, sus Paradas y Terminales de transferencia, desde el Terminal Norte la Y hasta el Terminal Quitumbe al sur de la ciudad incluido Ecovía.

El tiempo que se ocupó en el desarrollo de este trabajo fue desde el año 2010 hasta su última actualización junio 2011.

CAPÍTULO 1

1. RELACIONES PÚBLICAS Y SEGURIDAD INTEGRAL

El presente capítulo trata sobre los conceptos y la finalidad de las Relaciones Públicas, definiciones muy importantes que son la base para el desarrollo del siguiente trabajo de investigación.

1.1. IMPORTANCIA

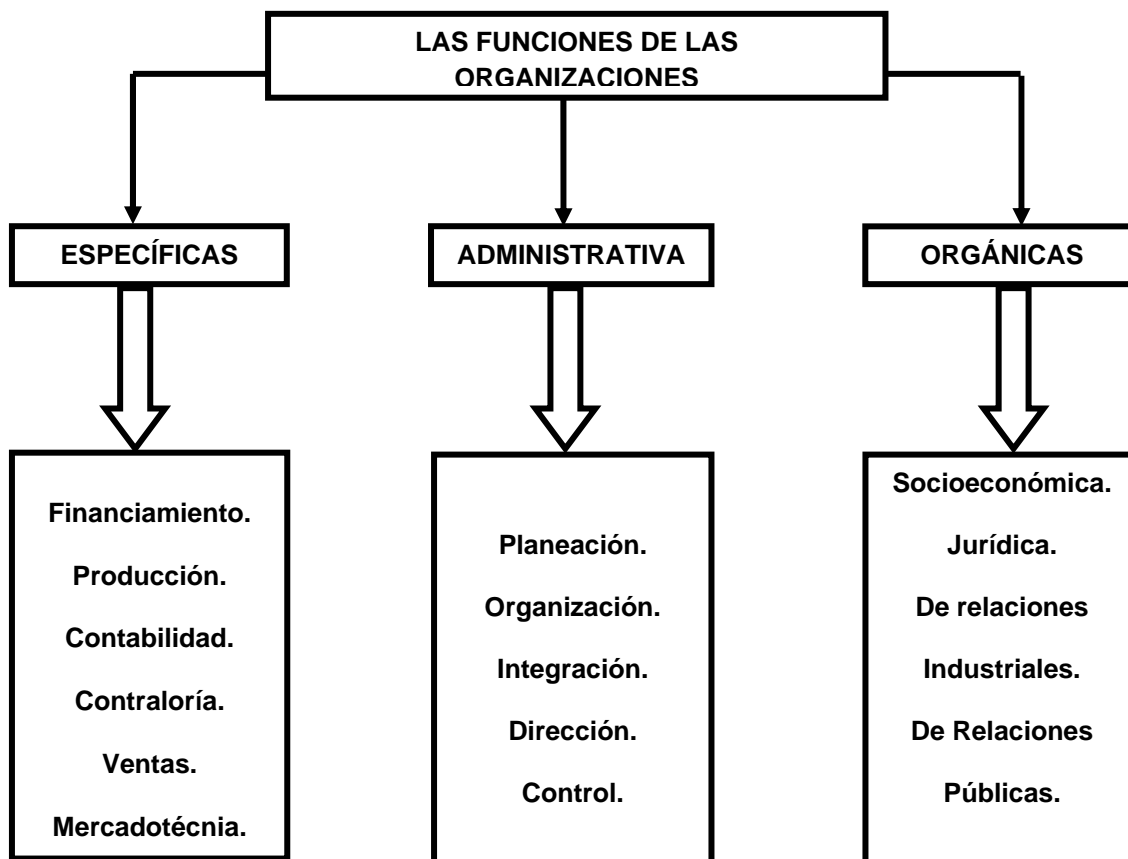
En el transcurso de los años la comunicación se ha desarrollado de manera técnica y profesional. Los medios de comunicación hoy en día se encargan de transmitir, los eventos que causan más impacto en la colectividad.

La omisión de la seguridad en los aspectos del desarrollo social ha exigido un cambio radical, las ciudades grandes principalmente han desarrollado especialidades de comunicación con la sociedad, en la que debemos encaminarnos quienes de una u otra forma hacemos comunicación dentro del amplio aspecto de las relaciones públicas.

Un objetivo de los relacionistas es, minimizar los problemas e informar de manera segura y veraz de todas las acciones planificadas que causan impacto en el público al que se pretende llegar de manera responsable y con argumentos sencillos y de fácil credibilidad a fin de que su conocimiento del mensaje cause un cambio de actitud en beneficio de la sociedad, que se pueda aplicar de tal forma que cambie la tendencia de la inseguridad por desconocimiento, a la firmeza por encontrarse enterado de situaciones seguras que le da el valor para reaccionar.

1.2. LAS FUNCIONES DE LAS ORGANIZACIONES

“Para cumplir con sus objetivos, que justifican su razón de ser y su creación, las organizaciones emplean una serie de elementos que, conjugados armónicamente, contribuyen para este fin”.¹



Fuente: Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 24.

“Las funciones orgánicas constituyen el conjunto de actividades que formalizan la creación legal de la organización, confirma su razón de ser. Establecen las bases para el buen entendimiento, la sana convivencia dentro de la organización, y la integración a la misma de todos sus recursos humanos. La función de las relaciones públicas es el conjunto ordenado de actividades

¹ Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 20.

destinadas a promover entre la organización y cada uno de los sectores sociales”.²

1.3. LAS RELACIONES PÚBLICAS Y LA COMUNICACIÓN

Estos dos conceptos son paralelos, ya que las relaciones públicas utilizan herramientas de comunicación, para transmitir los mensajes y orientarse a satisfacer las necesidades de información y de respuesta a los diferentes públicos. Todos los procesos de comunicación que se generan tanto interna como externamente forman las relaciones públicas.

“La comunicación no puede faltar en cualquier programa de relaciones públicas, cuya misión es la de integrar a la organización en su contexto social económico”.³

Los medios de comunicación son el canal más importante de comunicaciones, para transmitir los mensajes de relaciones públicas, representados por la prensa, radio y televisión, siendo éste último la mejor forma de crear impresión favorable en el público objetivo.⁴ En el capítulo 4 determinaremos de qué forma la EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO utiliza este medio.

1.3.1. FORMAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación es una de las formas más antiguas de expresar los sentimientos, deseos o sencillamente la transmisión de una idea, para cumplir

² Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Págs. 23-24.

³ Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 42.

⁴ Wragg David, *Relaciones Públicas para Mercadeo y Ventas*, Bogotá, 1992, Legis.

las diferentes actividades de la humanidad. Para simplificar podemos decir que existen seis formas de comunicación humana.⁵

1. Oral.
2. Escrita.
3. Signos y Símbolos.
4. Gestos (movimientos de los dedos, expresiones faciales, etc.)
5. Sonidos no verbales (música, batir de tambores, entre otros.)
6. Combinaciones de cualquiera de ellos, como la suma de lenguaje oral, gestos y música en la televisión o el lenguaje oral más los gestos de la conversación.

1.4. MODELOS DE RELACIONES PÚBLICAS

Los siguientes cuatro modelos nos ayudan a describir como se han ido practicando las relaciones públicas a través de la historia y en la actualidad, la misma nos servirá para identificar a cuál de ellas nos basaremos en el presente trabajo.⁶

1. Modelo del Agente de Prensa/Publrrelacionista.
2. Modelo de Información Pública.
3. Modelo Asimétrico de Dos Vías.
4. Modelo Simétrico de Dos Vías.

1.- El primer modelo es estrictamente de una sola vía, la organización se preocupa de emitir el mensaje sin realizar un previo análisis de las necesidades de información de los públicos, es decir resulta una información incompleta, distorsionada y verdadera a medias.

⁵ Lesly Philip, *Nuevo manual de Relaciones Públicas, Análisis, Técnica y Práctica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1981, Editorial Martínez Roca, Pág. 73.

⁶ Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Págs.12-15.

2.- En este modelo el objetivo es simplemente presentar información objetiva acerca de una organización al público al que va dirigido, en sí utiliza el mismo canal de comunicación que el anterior.

3.- En este modelo a diferencia del resto, se incluye una nueva variable que es la retroalimentación, es decir que por primera vez se investiga y se escucha la opinión de los públicos de las organizaciones a partir de esto se reorientan los mensajes.⁷

4.- El modelo simétrico de dos vías, o llamado también el modelo bidireccional simétrico. Ya no hace énfasis a persuadir sino de encontrar una mutua comprensión entre la organización y los públicos, y cómo perciben los problemas para reajustar conductas y acoplarse mejor.

“Es bidireccional porque se trata de identificar las satisfacciones e insatisfacciones de los diferentes públicos para desde ellas reorientar no sólo la comunicación, sino también el propio emisor, su programa político, sus productos, sus servicios, entre otros. Y es simétrico porque los efectos perseguidos se suponen beneficiosos para ambos: los públicos y la organización”.⁸ (Un servicio es también un producto ya sea un producto financiero, transporte, venta al detalle o una facilidad o actividad de esparcimiento).⁹

⁷ Pérez González Rafael Alberto, *Estrategias de Comunicación*, Barcelona, 2001, Editorial Ariel, Pág. 532.

⁸ Pérez González Rafael Alberto, *Estrategias de Comunicación*, Barcelona, 2001, Editorial Ariel, Págs. 532-533.

⁹ Wragg David, *Relaciones Públicas para Mercadeo y Ventas*, Bogotá, 1992, Legis. Pág. 43.

El modelo simétrico de dos vías depende en mayor grado de la teoría de la comunicación que, de la teoría de la persuasión. A su vez, esto podrá ser utilizado para delinear mejor los objetivos de comunicación”.¹⁰

En sí en la actualidad y para el presente estudio nos dirigiremos a satisfacer las necesidades y solucionar los problemas más comunes que se dan en un sistema de transporte masivo, es decir tomando en cuenta las quejas y sugerencias que se presentan en el área de Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Este proceso nos ayuda a mejorar día a día la imagen corporativa y que haya más confianza por parte de los diferentes públicos que usan el sistema, de esa manera como se puede ver hay beneficios para ambas partes.

1.5. LOS PÚBLICOS EN RELACIONES PÚBLICAS

En la teoría de las relaciones públicas, para que un grupo social pueda elevarse a la categoría de público, se requieren dos condiciones fundamentales: la vinculación de sus miembros en un interés común permanente (no circunstancial o efímero) y su capacidad real de participación y de integración en objetivos comunes, en intereses convergentes y en tareas o propósitos de desarrollo solidario.¹¹

El primer paso para desarrollar cualquier acción de relaciones públicas dentro de una organización, sea la dirección, delimitación y clasificación de sus públicos. La clasificación de los públicos obedece a la necesidad de evaluar sus opiniones y actitudes de forma exhaustiva y eficiente, y al imperativo de

¹⁰ Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Pág.15.

¹¹ Navarrete Carlos, *Los Públicos en Relaciones Públicas*, México, 1997, Revista Mexicana de Relaciones Públicas, Pág. 10.

dirigir los mensajes a grupos más o menos homogéneos y con determinado nivel de relación con la organización.¹²

➤ **PÚBLICO INTERNO**

- Obreros.
- Empleados.
- Mandos Intermedios.
- Directivos.
- Accionistas.

➤ **PÚBLICO MIXTO**

- Distribuidores.
- Concesionarios.
- Proveedores.

➤ **PÚBLICO EXTERNO**

- Clientes o Usuarios.
- Vecinos de la zona de ubicación de la organización.
- Competidores.
- Organizaciones Similares.
- Organismos Financieros.
- Organismos Representativos.
- Organismos Gubernamentales.
- Medios Informativos.
- Instituciones Científicas y de Enseñanza.
- La Comunidad en General.

¹² Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 72.

Para el tema de estudio, se toman en cuenta los públicos que intervienen directamente en el desarrollo de la organización.

El público interno, conformado por todos los niveles de la organización, todos deben estar al tanto de lo que sucede, y de los programas de relaciones públicas que se adoptan en la organización.

El público externo al cual se toma en cuenta y que son esencialmente a los que va dirigido el programa de relaciones públicas y de los demás que ayudan al desarrollo del mismo, son: usuarios, organizaciones similares, organismos gubernamentales, en este caso el Distrito Metropolitano de Quito, medios informativos, los que se utilizan en el plan comunicacional y las instituciones educativas que ayudan al cumplimiento de las actividades, como parte de las estrategias de relaciones públicas establecidas.

“Cuanto más íntimamente se dirige una comunicación a una audiencia concreta o un receptor aislado, más probable será que lo reciba y lo acepte. Las comunicaciones dirigidas a audiencias concretas son más eficaces que las que se dirigen al público en general.”¹³

1.6. EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

Se definen cuatro fases específicas dentro del proceso de relaciones públicas.¹⁴

¹³ Lesly Philip, *Nuevo manual de Relaciones Públicas, Análisis, Técnica y Práctica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1981, Editorial Martínez Roca, Pág. 52.

¹⁴ Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Págs.17-26.

FASE 1.- RECOPIACIÓN DE HECHOS E INVESTIGACIÓN

En esta fase, se debe recopilar toda la información, de los programas de relaciones públicas, así como también se sondean actitudes y reacciones de los grupos directamente relacionados con la política y las actividades de la organización. En este punto se investiga tanto al público interno como externo y las relaciones que existen entre ellos.

MÉTODOS DE RECOPIACIÓN DE HECHOS Y DE INVESTIGACIÓN

En el tema de estudio se recopila la información para conocer los problemas de los usuarios, de la siguiente manera:

- ✓ Recepción de quejas escritas, en el área de Servicio al Cliente.
- ✓ Se realizan encuestas periódicas a los usuarios por el área de Servicio al Cliente.
- ✓ Se utiliza además el buzón de quejas y sugerencias, disponible en todas las paradas del sistema Trolebús.
- ✓ Se recepta quejas en la Página Web. Direccionado al Departamento de Comunicación Social directamente.
- ✓ La última herramienta que se utiliza para conocer las necesidades y problemas de los usuarios es la investigación de campo, esto es observando las actitudes y comentarios directamente, en las horas pico donde hay mayor afluencia de gente, y donde se dan la mayoría de problemas.

Todas estas herramientas empleadas, luego son analizadas en el Departamento de Comunicación Social y direccionadas a los diferentes departamentos según sea el caso. “Mejorar el servicio al consumidor por medio de un manejo más satisfactorio de las quejas; analizando las quejas para

descubrir qué las causa; y corrigiendo deficiencias en la operación, procedimiento o políticas, para prevenir las quejas.”¹⁵

FASE 2.- ESTABLECIMIENTO DE POLÍTICAS Y PLANIFICACIÓN DE PROGRAMAS.

“Si un programa de relaciones públicas ha de tener éxito, debe basarse en políticas bien fundamentadas (coordinando las políticas de la organización con las preocupaciones y necesidades de las diferentes audiencias) y ser desarrollado por personal capacitado.”¹⁶

La EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito, se basa en una administración por objetivos, las relaciones públicas deben direccionar toda su planificación, para dar el apoyo adecuado a dichos objetivos.

“Los programas de relaciones públicas se dividen en preventivos, correctivos y preventivo – correctivos.”¹⁷

En el caso Trolebús, analizado en el presente trabajo, se establecen programas correctivos, ya que se pretende dar soluciones a los problemas ocasionados por deficiencias, falta de comunicación o por los problemas en sí que se originan, en un sistema de transporte masivo.

¹⁵ Moore Frazier H., Bertrand R. Corfield, *Biblioteca de Publicidad y Relaciones Públicas*, México, 1987, Editorial Continental S.A., Pág. 396.

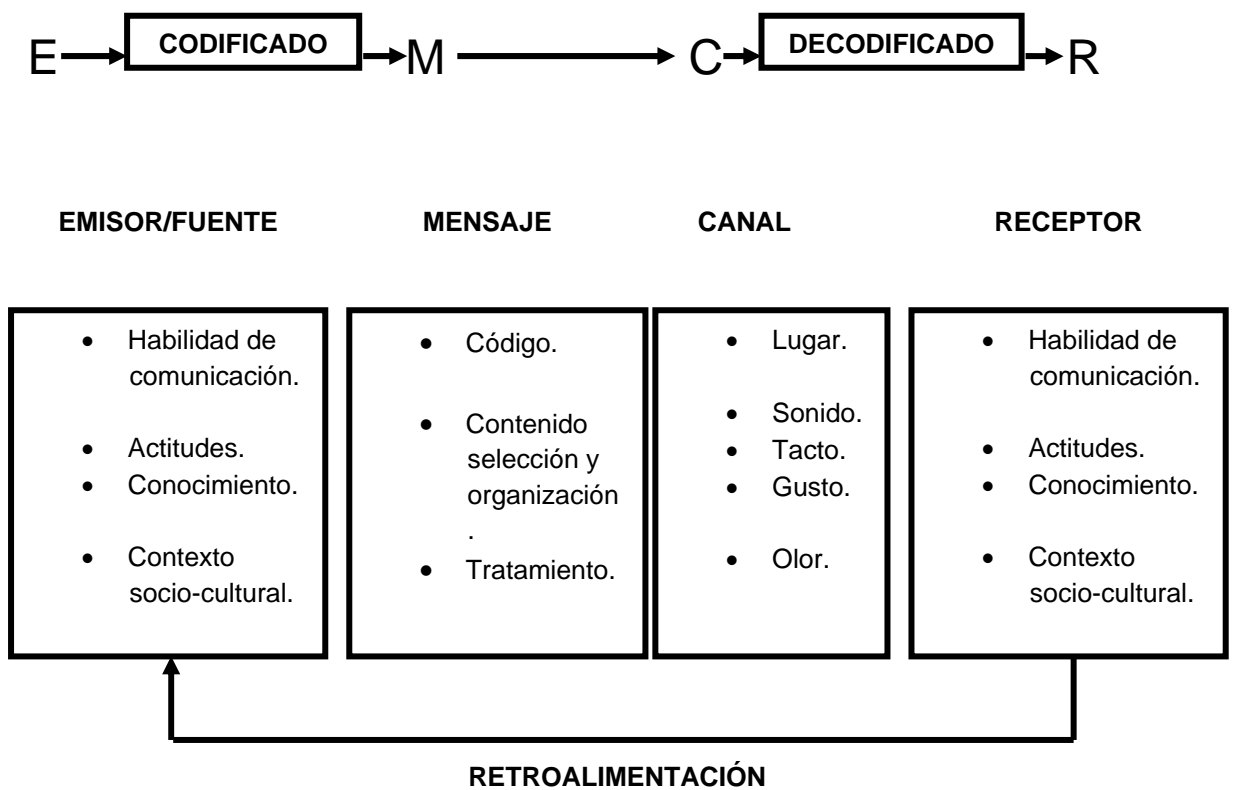
¹⁶ Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Pág.22.

¹⁷ Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 82.

FASE 3.- COMUNICACIÓN

“La comunicación se convierte en el proceso mediante el cual se transmiten mensajes -pensamientos, ideas, emociones- a otros seres humanos. Las metas y objetivos de los esfuerzos de comunicación son en verdad múltiples y dependen en mayor grado del tipo de relaciones públicas que se practiquen.”¹⁸

MODELO DE COMUNICACIÓN DE DAVID K. BERLO.



Fuente: Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Pág.24.

“Las relaciones públicas son esencialmente una función de comunicación. Por ello, las estrategias contenidas en sus programas de acción, implican

¹⁸ Arceo Vacas José Luis, *Fundamentos para la Teoría y Técnica de las Relaciones Públicas*, Barcelona, 1988, Editorial PPU, Pág.24.

básicamente, el desarrollo de programas de comunicación en todos los niveles. Para ello, utilizan la palabra escrita o hablada, y las imágenes.”¹⁹

Es importante mencionar la vinculación de las relaciones públicas con los medios de comunicación. “Los medios de comunicación necesitan materiales e ideas procedentes de fuentes de relaciones públicas, y los especialistas necesitan a los medios como lugar para exponer su material”.²⁰

A continuación se presentan los medios de comunicación más empleados en la EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO :

1.- ESCRITOS.

- Circulares informativas.
- Folletos instructivos.
- Guías.
- Tableros de Avisos.
- Pancartas.
- Carteles.

2.- ORALES.

- Sistemas de Altavoces.
- Recepciones.
- Coloquios.

¹⁹ Bonilla Gutiérrez Carlos, *La Comunicación Función Básica de las Relaciones Públicas*, España, 1997, Editorial Trillas, Pág. 83.

²⁰ Wilcox Dennis, Ault Philip, Agee Warren, Camerón Glen, *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*, España, 2001, Editorial Pearson, Pág.257.

3.- AUDIOVISUALES.

- Cortometraje.
- Diaporamas.
- Circuitos privados de Televisión.

4.- ACONTECIMIENTOS.

- Festividades Cívicas.
- Celebraciones.
- Eventos Especiales.

5.- DE COMUNICACIÓN MASIVA.

- Radio.
- Prensa (diarios y revistas).
- Televisión.
- Publicidad Institucional.

Además el uso de la televisión en relaciones públicas, en la EMPRESA PUBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito, se amplía en las siguientes formas:

- Grabaciones en vídeo para programas de noticias. En canales de televisión más pequeños, por falta de recursos, para cubrir todos los acontecimientos se envía una grabación en vídeo para que se incluyan en los boletines informativos.
- Grabaciones de interés general. Se pueden usar grabaciones que expliquen programas cívicos de organizaciones sin ánimo de lucro.
- Largometrajes. “Es un importante instrumento de relaciones públicas, las empresas y organizaciones sin ánimo de lucro utilizan largometrajes y

grabaciones en vídeo para fines internos, dentro de los programas audiovisuales de formación e información de sus empleados, o con fines externos, para informar y ejercer influencia sobre la sociedad y la comunidad financiera.”²¹

FASE 4.- EVALUACIÓN.

En esta fase se hace un resumen o análisis, de los resultados obtenidos de todas las acciones tomadas o realizadas en el programa de relaciones públicas.

La fase final se la puede medir, utilizando las mismas herramientas utilizadas en la fase uno, es decir mediante la recopilación de hechos y la investigación, pero esta vez para conocer si se alcanzaron los objetivos planteados.

1.7. CONCEPTOS BÁSICOS DE RELACIONES PÚBLICAS

“Las Relaciones Públicas son el manejo estratégico de las relaciones entre una organización o institución y sus diversas Audiencias Objetivo, cuyo propósito es el incrementar el posicionamiento, estimular las ventas, facilitar las comunicaciones y establecer relaciones entre las Audiencias Objetivo, la empresa y su marca”²².

Las Relaciones Públicas son “la fuente creíble que cuando el mensaje de tercera parte objetiva se escucha, se lee o se ve, el mensaje es más persuasivo”²³.

²¹ Wilcox Dennis, Ault Philip, Agee Warren, Camerón Glen, *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*, España, 2001, Editorial Pearson, Págs. 276-277.

²² <http://www.miespacio.org/cont/invest/rp.htm>

²³ <http://www.miespacio.org/cont/invest/rp.htm>

Las Relaciones Públicas son el proceso directivo cuyo objetivo es conseguir y mantener acuerdos y comportamientos positivos entre distintos grupos sociales de los que depende una organización para poder alcanzar su meta. Su principal responsabilidad consiste en crear y mantener un entorno acogedor para la organización.

Las Relaciones Públicas divide cuidadosamente la audiencia en función de diversas características demográficas y psicológicas. Esta investigación permite que el mensaje se personalice en función de las necesidades, preocupaciones e intereses de cada audiencia para tener el máximo efecto posible. Se puede llegar a cada audiencia a través de una diversidad de canales. Los canales que utilizan pueden ser una combinación de medios de comunicación: periódicos, revistas, revistas especializadas, acontecimientos especiales o mensajes a través de Internet. Además utilizan multitud de herramientas de comunicación: folletos presentaciones con transparencias, discursos, comunicados de prensa, entre otros.²⁴

Las Relaciones Públicas, crea y desarrolla, pone en práctica políticas de R.R.P.P. y programas destinados para influenciar en la opinión pública y estimular a la reacción pública con respecto a una idea, tiene una gran interacción con la prensa y entidades gubernamentales.²⁵

“Las Relaciones Públicas son una función directiva específica, que ayuda a establecer y mantener líneas de comunicación, comprensión, aceptación y cooperación mutua entre una organización y sus públicos; implica la resolución de problemas y cuestiones, ayuda a la dirección a mantenerse al tanto de los

²⁴ Wilcox Dennis, Ault Philip, Agee Warren, Camerón Glen, *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*, España, 2001, Editorial Pearson.

²⁵ w.w.w.advenezuela.com/guia_de_medios/relaciones_publicas/index.html

cambios y a utilizarlos eficazmente, sirviendo como un sistema de alerta inmediata para ayudar a anticipar tendencias, y utiliza la investigación y las técnicas de comunicación ética como herramientas principales”²⁶.

Según el mexicano Jorge Ríos, define a las Relaciones Públicas textualmente así: “Las Relaciones Públicas es el conjunto de actividades efectuadas por cualquier organización para la creación y mantenimiento de buenas relaciones entre los miembros de la organización y entre la organización y demás sectores de la opinión pública, o “públicos”, tales como proveedores, clientes, inversionistas, gobierno en general, a fin de proyectar ante ellos una imagen favorable de la organización, que contribuya al alcance de los objetivos de ésta”²⁷.

“Las Relaciones Públicas vienen a constituir un esfuerzo organizado por comunicar informar y modificar las actitudes y el comportamiento en beneficio de un cliente o de una causa”²⁸.

En 1980 la Revista Public Relations of América PRSA, ofreció la siguiente definición: “Las Relaciones Públicas ayudan a una organización y a sus públicos adaptarse mutuamente. La Confederación Europea de Relaciones Públicas manifiesta que “Las Relaciones Públicas son la comunicación consciente de la organización, desde una función directiva, y su tarea es conseguir comprensión mutua y establecer una relación beneficiosa, entre la organización con sus públicos y su ambiente, a través de una comunicación bidireccional”²⁹.

²⁶ IBID, pág. 31.

²⁷ Ríos Jorge. *Relaciones Públicas su Administración en las Organizaciones*, México, 2002, Editorial Trillas, Pág.13.

²⁸ Martínez David, Aguilar Martha y Martínez Gustavo, *El Proceso de las Relaciones Públicas*, México, 1995, Pág. 19.

²⁹ Rojas Octavio, *Relaciones Públicas la eficacia de la influencia*, Editorial ESIC, Madrid, 2005, Pág. 31.

La importancia de “crear conciencia y percepciones; difundir y responder a requerimientos específicos de información, además de provocar actitudes y comportamientos para lograr apoyo, soporte, obtener entendimiento, conocimiento, neutralidad y formar una reputación y generar resultados”³⁰.

La empresa o institución debe “crear el espacio propicio y positivo que genere mejores oportunidades de negocio al posicionar correctamente a la entidad en la mente y el corazón de las Audiencias, pues toda entidad o institución debería tener y conducir un programa de Relaciones Públicas y, por tanto, debe desarrollarlo de la mejor manera para administrarlo inteligentemente”³¹.

En definitiva si existe una estructuración correcta de las “Relaciones Públicas como Imagen Corporativa, ésta se convierte en un respaldo y una estrategia que hará que se cumplan más eficientemente los objetivos organizacionales y el desempeño, mejora en calidad, porque ya existe un compromiso mayor con la organización”³².

“La imagen surge del conjunto de percepciones de las personas hacia nuestra empresa, se constituye a través de su realidad y es consecuencia de las acciones, actitudes y resultados manejados por la empresa, tomando en consideración dichos elementos”³³. Por tanto es importante que la institución se conozca a sí misma, el papel que desempeña, su función social, sus fortalezas y debilidades.

³⁰ <http://www.miespacio.org/cont/invest/rp.htm>

³¹ <http://www.miespacio.org/cont/invest/rp.htm>

³² Sitio en Internet: www.margen.com

³³ Sitio en Internet: www.lukasnet.com

“La mejor imagen ofrece la optimización de recursos es decir que nos permite sacar provecho de todo cuanto tenemos en nuestro beneficio, proporciona una ventaja competitiva sobre las demás organizaciones”³⁴.

“Una buena Identidad e Imagen Corporativa requieren comunicarse para aumentar su efectividad, por lo cual es fundamental establecer sistemas de Comunicación Organizacional, directos y paralelos tanto de la identidad como de la imagen, dirigidos a públicos internos como externos. Para su estructuración en primera instancia se necesita de la interrelación entre todos los niveles organizacionales, la apertura de información y la búsqueda de canales adecuados para la comunicación”³⁵.

Las Relaciones Públicas significan administrar todo el proceso de la comunicación. Administrar estrategias relacionales y comunicacionales, como por ejemplo las auditorías, empleo eficaz de los medios, determinación y segmentación de los públicos, investigación de la opinión pública, concepto público.

Hace pocas décadas se viene desarrollando el concepto profesional de las Relaciones Públicas, la práctica de esta disciplina, constituye el puntal para una administración efectiva.

Cada vez hay más compañías que descartan el término “Relaciones Públicas” y lo sustituyen por “asuntos públicos”, “comunicacionales”, “información pública” y otras designaciones no trilladas para el ejecutivo corporativo a cargo de las relaciones públicas. Esto se debe en parte a que hay un estigma vinculado a relaciones públicas, y en parte es el resultado del uso a veces deliberadamente equivocado del término en periódicos y revistas, o por

³⁴ Sitio en Internet: www.margen.com

³⁵ *Revista Gestión*, Ecuador, mayo 1999, págs.37-38.

individuos en las noticias que emplean este calificativo como un recurso o salida, o por que no conocen algún otro término mejor.³⁶

Las Relaciones Públicas son parte importante de la estructura en las empresas cuya planificación es la armonía del total de sus objetivos para influenciar la opinión positiva de los públicos de quienes se tiene una relación directa o parcial, lo que se logra mediante un esfuerzo planificado con una asesoría profesional encaminada a difundir las acciones hacia sus públicos, evalúa las actitudes y opiniones de las políticas y procedimientos. Pasos que se debe tomar para asegurar los programas de acción en busca del buen resultado de las actividades de Relaciones Públicas.

El manejo profesional puede lograr un objetivo, evita los esfuerzos costosos y poco rentables, alcanza el prestigio mediante la promoción y sobre todo la buena disposición de los empleados con lo que previene problemas laborales, mantiene en el público una imagen favorable que educa al público en puntos de vista determinados por medio de la investigación de la actitud de los grupos, en beneficio de la Comunidad.

En el transcurso de los años la comunicación se ha desarrollado de manera técnica y profesional, las Relaciones Públicas se han convertido en el pilar fundamental en toda gestión para el desarrollo que tiene como estrategia llegar a los distintos públicos de manera efectiva.

La omisión de la seguridad en los aspectos del desarrollo social ha exigido un cambio radical, la problemática de las ciudades grandes principalmente ha desarrollado especialidades de comunicación con la sociedad, en la que se

³⁶ Soria Ph Víctor M., *Relaciones Públicas y Humanas*, México.

debe encaminar a quien de una u otra forma hace comunicación dentro del amplio aspecto de las Relaciones Públicas.

Convertir problemas desagradables en agradables es una de las premisas de los relacionistas, informar de manera segura y veraz de todas las acciones planificadas que causan impacto en el público al que se pretende llegar de manera responsable y con argumentos sencillos y de fácil credibilidad, que su conocimiento del mensaje cause un cambio de actitud en beneficio de la sociedad provocando conocimientos que el público, lo pueda aplicar de tal forma que cambie la tendencia de la inseguridad por desconocimiento, a la firmeza por encontrarse enterado de situaciones positivas y seguras que le da el valor para reaccionar.

Se considera que experimenta un proceso continuo con políticas y procedimientos que tal vez, deban cambiarse o modificarse si no concuerdan con el interés público.

Este esfuerzo planificado hace que la organización logre una buena relación con los públicos, reflejado en una evaluación de las actitudes y opinión. La política con un procedimiento acorde a las acciones de la organización en cuanto a la buena relación de la organización, pasos adoptados para ejecutar el proceso y que sea de interés público y responsable de las acciones que desarrolla simpatía, buena voluntad, entendimiento y aceptación siendo el resultado esperado en la acción de relaciones públicas.

“El alcance de las Relaciones Públicas, se componen de muchos elementos, que van desde la asesoría hasta la resolución de diversas problemáticas y el desarrollo de acontecimientos especiales. El objetivo de las Relaciones Públicas no es sólo el de informar, sino el de cambiar las actitudes y

comportamientos de las personas, para avanzar hacia las metas y objetivos de una organización”³⁷.

1.8. **SEGURIDAD**

La Seguridad es una necesidad del ser humano, ya que ésta le da un sin número de sensaciones positivas o negativas según la percepción de cada individuo, las percepciones positivas dan confianza y libertad de riesgos, las negativas son las que presentan desequilibrio y buscan protección.

1.8.1. **SEGURIDAD INTEGRAL**

La propiedad privada, los bienes de la comunidad, exigen medidas de protección en las actividades cotidianas, el ciudadano se pregunta qué se hace por la inseguridad reinante en el país, respuesta esperada por todos quienes estamos de una u otra forma vinculados en la responsabilidad en la responsabilidad de brindar seguridad, por lo que debemos contar con políticas y estrategias claves, encaminadas a abastecerse de tecnología y recurso humano apropiado para satisfacer óptimamente a los usuarios en este tema.

El medio en el que se desarrolla una empresa, está permanentemente sometido a un conjunto de amenazas que recaen sobre las personas, los bienes, los valores y el normal funcionamiento de los servicios.

En la actualidad estas amenazas se han incrementado, por lo que las Instituciones están en la obligación de buscar alternativas de seguridad, para esto es importante conocer la problemática a la que se somete una empresa, dicho resultado del análisis nos permiten conocer los diversos riesgos y las diferentes soluciones posibles así como del costo de cada una.

³⁷ Wilcox Dennis, Ault Philip, Agee Warren, Camerón Glen, *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*, España, 2001, Editorial Pearson, Pág.14.

La empresa contratada para brindar seguridad debe alinearse a las políticas establecidas por la Jefatura de Seguridad con objetivos y estrategias que resuelvan la problemática de inseguridad.

Para conocer las diferentes amenazas en las que está inmersa una empresa, es recomendable tomar en cuenta lo siguiente:

- Determinar, analizar y valorar los riesgos que forman parte de una problemática o una amenaza, el Departamento de Seguridad es el responsable de dicho estudio.
- Establecer los objetivos así como las prioridades y plazos para su consecución.
- Analizar, determinar y presentar los recursos disponibles, humanos presupuestarios, las necesidades organizativas y los materiales para la consecución de objetivos, esto le corresponde al Área de Seguridad.
- Tratamiento de riesgos que constituye el acto de decisión en la aplicación de las diferentes soluciones posibles.
- Actuar sobre aquellos riesgos o amenazas que se haya decidido en su eliminación.
- Elaborar, implantar y gestionar los correspondientes planes de prevención y protección.

La Seguridad Integral supone una aplicación globalizadora en la que se tienen en cuenta los aspectos humanos, legales, sociales, económicos y técnicos, de todos los riesgos que puedan afectar a todos los sujetos activos participantes en la actividad de una entidad.

La auditoría en la Seguridad Integral, es un proceso sistemático de obtención de evidencias, para determinar el cumplimiento de los procedimientos de seguridad al implantarse en una organización y su correspondencia con las normas establecidas. Apoya la capacitación y procedimientos, la localización de las áreas de riesgo y la aplicación de fórmulas de alta eficiencia.

CAPÍTULO II

2. LA EMPRESA TROLEBÚS

Es importante dar a conocer a la Empresa, su creación, funcionamiento, evolución y los diferentes actores que intervienen para el normal y correcto funcionamiento de la misma.

2.1. CREACIÓN DE LA EMPRESA

El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito a partir del año 1990 inició estudios de ingeniería de transporte, tendientes a reorganizar y modernizar el Sistema de Transporte de la ciudad de Quito. Como resultado de los estudios se implantó el Sistema Integrado Trolebús, el mismo que sería administrado de manera temporal por una Unidad Descentralizada para la Gestión y Operación del Trolebús, mientras el Municipio desarrollaba el proceso de delegación de la operación al sector privado, esto lo demuestran las siguientes resoluciones adoptadas para el manejo del Sistema:

En 1995, el Distrito Metropolitano de Quito mediante resolución No. 048 de 17 de noviembre, crea la Unidad Descentralizada para la Gestión y Operación del Trolebús, quien era la entidad encargada de brindar el servicio de transporte público mediante Trolebuses.

El **24 de octubre de 1995** arribó el trolebús prototipo, siendo esta una fecha histórica para la ciudad, el pueblo quiteño como se caracteriza lo recibió entusiastamente. En la primera quincena de diciembre de ese mismo año, arribaron trece unidades más a la ciudad capital, provenientes del puerto marítimo de Esmeraldas.

El **17 de diciembre de 1995**, con 14 trolebuses se inauguró la primera etapa del Trole, en el tramo comprendido entre la Estación Sur El Recreo y la calle Esmeraldas, más las líneas alimentadoras del Sur. En esta etapa se transportó un promedio de 50.000 pasajeros.

En 1996, mediante Resolución No.060 del 1° de febrero de 1996, el Alcalde Metropolitano le asignó atribuciones al Director para que pueda dirigir y administrar, con mayor independencia, los diferentes procesos y recursos de la Unidad.

El 19 de marzo de 1996, entró en servicio la segunda etapa, desde El Recreo hasta La Colón, con 32 unidades, luego de superar un grave conflicto con los transportistas, por lo que la ciudad fue declarada en estado de emergencia. El promedio de usuarios que se transportó fue de 90.000 pasajeros.

El 18 de diciembre de 1997, mediante Resolución No.051, la Unidad fue designada como ente contable, siendo el responsable de la administración de los sistemas financieros (contable y presupuesto).

El 18 de agosto del 2000 mediante Resolución No.001, el Alcalde del Distrito Metropolitano delegó atribuciones al Director de la Unidad para adjudicar y suscribir contratos de adquisición de bienes, prestación de servicios y ejecución de obras por un monto que no supere los US \$12.000.

El **21 diciembre** del mismo año se inauguró la tercera etapa, desde la Estación Sur El Recreo hasta la Estación Norte La Y, con la operación de 54 vehículos integrando a Quito con un moderno sistema de transporte. El promedio de usuarios que se transportó inicialmente, fue de 120,000 pasajeros.

En el **año 2000** se inauguró la extensión Sur que comprendía desde la Estación Morán Valverde hasta la Estación Norte La Y, con 113 unidades.

A **inicios del 2004** se incrementa la demanda por la finalización de trabajos en el intercambiador de la Villaflora, se incorporaron otros servicios expresos estudiantiles, Trole Tour, entre otros que han optimizado el servicio.

Durante el 2005, en coordinación con la Policía Nacional y la Policía Metropolitana se han venido ejecutado Campañas de Educación Vial, Seguridad, Peatonización entre otras.

Un hecho importante **en el 2006**, es el apoyo e importancia que el Sistema Trolebús dio al arte y cultura, promoviendo en las Estaciones ARTE EN EL TROLE.

Cabe destacar que el Trolebús ha participado como pionero en la operación de los corredores que se han ido incorporando al servicio de la ciudad: Corredor Nororiental y Sur Oriental (Ecovía) y Corredor Central Norte. El 20 de septiembre del 2007, en sesión de Concejo metropolitano de Quito, mediante Resolución N° 006, se resolvió autorizar la creación de la COMPAÑÍA TROLEBÚS QUITO S.A, delegándole la operación del Transporte del Sistema Trolebús dentro del Distrito.

El 13 de julio del 2010, se crea la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO- EPMT PQ, mediante Ordenanza N°0314 del 13 de julio, existiendo una diferencia con las dos Resoluciones

anteriores, facultando el manejo de todos los corredores del Distrito Metropolitano de Quito hasta la actualidad. En la actualidad la Empresa Pública Metropolitana de Transporte de pasajeros de Quito (EPMTPQ), es la encargada de administrar los tres corredores viales principales de la ciudad: Central Norte, Nor Oriental y Sur Oriental (ECOVI) y el corredor Central (TROLEBÚS).

Este sistema integrado es una red de líneas de transporte urbano que se enlazan entre sí mediante estaciones de transferencia y paradas de integración. Esto posibilita a los usuarios diseñar su propia ruta y trasladarse a cualquier punto de la ciudad pagando un solo pasaje lo que facilita a la población de bajos recursos económicos que viven en los lugares más alejados de la ciudad. (Tarifa Normal: 0,25 centavos, Tarifa reducida: 0,12 centavos para menores de 18 años, personas de la tercera edad, personas con capacidades especiales previa presentación de la credencial respectiva). El Trolebús al igual que la Ecovía trabaja los 365 días del año, las 24 horas, prestando un servicio ininterrumpido, rápido y seguro en paradas establecidas dentro del sistema y facilitando su movilización en horarios programados. La EPMTPQ, dispone de una flota de 113 trolebuses, 42 Ecobuses y 28 buses articulados para el Corredor Sur Occidental.

Al momento el Trolebús se encuentra realizando la segunda etapa de trabajos de cambio de hormigón en la ruta, en el tramo norte que comprende desde la parada Estadio la Colón.

Con éstos antecedentes se visualiza que el Sistema Trolebús tiene las condiciones ideales para que sea administrada con concepto empresarial. Es decir, con administración direccionada a cumplir con las necesidades de los

usuarios, en temas importantes que se desprenden de una empresa de transporte como es la seguridad, y la forma cómo es transmitida a través de las relaciones públicas.

2.1.1. ANÁLISIS OPERACIONAL

En la creación de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A., se consideró importante analizar los procesos, operativo, de mantenimiento, administrativos, financieros, humanos, y legales para la conformación de la misma. Y de ésta manera cumplir con todos los requerimientos para el normal funcionamiento de la misma. (VER ANEXO 1).

2.1.2. MISIÓN

Transportar a los usuarios del corredor central de Quito, en el mejor sistema integrado.

2.1.3. VISIÓN

Ser la empresa líder en la gestión de sistemas de transporte masivo de Latinoamérica, con tecnología de vanguardia, que aporte al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad.

2.1.4. OBJETIVOS

- Reducción de costos para el servicio de alimentadores.
- Optimizar recursos (humanos, tecnológicos, financieros, tiempo).
- Disponer la información financiera oportuna que permita la toma de decisiones.
- Brindar seguridad dirigida tanto para el cliente interno y externo.

- Estandarizar y fortalecer la práctica de los procesos críticos de la empresa.
- Posicionar el servicio de manera favorable.
- Satisfacer la demanda.
- Garantizar la regularidad del servicio y cumplimiento de frecuencias.
- Incrementar ingresos para contribuir a la sustentabilidad y permanencia de la empresa.
- Mejorar el clima y cultura organizacional.
- Desarrollar nuevos servicios en portales corporativos.

2.1.5. VALORES INSTITUCIONALES

- Respetamos de manera integral al empleado y a la comunidad.
- Fomentamos la integridad personal y organizacional.
- Apoyamos una iniciativa de mejora y la desarrollamos en equipo.
- Brindamos puntualidad a nuestros clientes con un servicio de calidad.
- Tenemos constancia de los nuevos retos.
- Asumimos la responsabilidad de servicio social y cultural para movilizar a la ciudadanía.

2.1.6. IMAGEN CORPORATIVA

La EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO, a pesar de ser independiente en su gestión administrativa y financiera, éste organismo debe cumplir y alinearse a las políticas de la Municipalidad de Quito, en materia de imagen corporativa, por tanto debe cumplir con lo estipulado en el “Manual de Imagen Institucional”, difundido y supervisado. Sin embargo dispone de su propio manual enmarcado en los lineamientos municipales. Éstas políticas de imagen de la EMPRESA

PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO están dadas para uniformes, papelería de oficina, documentos que se generan, stickers para vehículos, credenciales, entre otros aspectos de uso cotidiano.

Como todo manual de imagen se detalla los colores y patrones a utilizar para el uso del logotipo, el slogan y el hablador animado para la realización de publicidad impresa o visual. Además si es necesario realizar un documento nuevo o material, éste deberá utilizar lo indicado en el manual de imagen que ha sido actualizado al año 2008, con la creación del Trolebús como EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO (VER ANEXO 2).

2.2. MUNICIPIO DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO MDMQ

Como ya se mencionó, que a pesar que la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A. es independiente, debe regirse a políticas de la Municipalidad de Quito, por lo que es necesario dar a conocer lineamientos generales para el funcionamiento de la misma.

2.2.1. VISIÓN DEL MDMQ PARA EL SECTOR DEL TRANSPORTE

El Distrito Metropolitano de Quito, organizado como una unidad socio - territorial estructurado y articulado eficientemente a través de un sistema de transporte, que promueva la movilidad de los ciudadanos, el progreso socio-económico y la sustentabilidad ambiental.

2.2.2. IMAGEN DEL MUNICIPIO DE QUITO

La imagen institucional es manejo en la actualidad por la Dirección de Diálogo Social, en donde se realiza la Planificación Estratégica Comunicacional para

todas las entidades municipales. La ejecución en cambio está a cargo de las distintas Empresas, Direcciones y entidades municipales. (VER ANEXO 3).

2.3. LAS RELACIONES PÚBLICAS APLICADAS PARA EL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A.

Las Relaciones Públicas herramienta comunicacional, estrategia de mayor influencia en sus públicos favoreciendo sus actitudes, percepciones y comportamientos hacia la empresa o institución que las utilice. En la actualidad su ámbito de aplicación se extiende a todas aquellas personas y empresas que reconocen su importancia y efectividad en el camino para alcanzar sus objetivos.

El arte de la comunicación y la persuasión son nuestras principales armas, ya que se requiere desempeñar varias funciones, se destacan las siguientes: programación, escribir y editar materiales, plantear la información ventajosa, organizar determinados acontecimientos, asesorar sobre la comunicación, investigar, evaluar y aplicar recursos sobre planificación.

Con éstos antecedentes podemos indicar que la comunicación cumple un rol importante, principalmente si se trata de la seguridad de los clientes internos como de los usuarios del sistema de transporte masivo como es el Trolebús. Es por esto que la difusión de tópicos como medidas de prevención, sitios de conflictos, siniestros, robos internos y externos, entre otros aspectos de seguridad; son importantes dar a conocer a los funcionarios, proveedores de servicios y comunidad en general, para que puedan ellos dar inicio a un proceso que conlleve a la solución del problema o evento suscitado; procesos

que deben ser de dominio público y ágiles para garantizar por un lado eficiencia y confidencialidad a la vez.

La EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO junto con la Jefatura de Seguridad, el Departamento de Comunicación Social y Servicio al Cliente, así como en las áreas involucradas son las que se encargan de dar a conocer éstos temas en su totalidad.

2.4. NORMATIVA LEGAL EN EL ECUADOR

Cabe señalar en ésta investigación, que es necesario conocer nuestros derechos y obligaciones constitucionales y legales. Aunque la normativa es extensa para que un ciudadano pueda manejarla, así como para ser difundida a través de varias campañas comunicacionales, sí es importante citarla. (VER ANEXO 4).

2.5. TECNOLOGÍAS DE SEGURIDAD PARA LA COMUNICACIÓN EN EL ECUADOR

Quito y las principales ciudades de Ecuador están buscando tener sistemas de transporte de avanzada, lo que pondría al país a la vanguardia de grandes metrópolis.

Esta nueva forma de ver la movilidad requiere soluciones de comunicación y control inteligentes. Como respuesta a esta necesidad, el Municipio ha convenido con la compañía Motorola, la que ofrece soluciones tecnológicas de comunicación y control con tres grandes diferenciadores:

Aplicado con éxito a nivel mundial en proyectos con múltiples modalidades de transporte, acorde a la tendencia mundial.

- Aplicación de múltiples tecnologías de radio digital, banda ancha, RFID, entre otros., según las necesidades específicas de cada proyecto.
- Posibilidad de integración de múltiples entidades, como por ejemplo transporte y seguridad pública, como es el caso de otras ciudades.

Para pensar en el transporte del futuro en Quito, es necesario pensar en soluciones tecnológicas que brinden Comunicación y Control, lo suficientemente flexibles para adaptarse a cada necesidad. Es por esto que en el mercado local se presentan soluciones, permitiendo a los asistentes descubrir la tecnología al servicio del transporte moderno de la capital y el país.

Los sistemas de Transporte Modernos enfrentan muchos retos, entre ellos los cambios en la forma de prestar el servicio de transporte relacionados con la extensión de la urbe, cambios en el poder adquisitivo de las familias y cambios en el estilo de vida. Lo anterior se suma a la evolución en movilidad, frecuencia de transporte y calidad de servicio, y a las nuevas exigencias del sector relacionadas con integración tarifaria, facilidad y rapidez en la emisión de boletos, necesidad de acceso a la información del sistema de transporte, coordinación de horarios, integración de distintos medios de transporte en una misma ciudad (metro-tren-buses) y necesidad de mayor vigilancia y seguridad, entre otros.

Frente a todos éstos desafíos, los proveedores de tecnología, a través de su plataforma de tecnología de control e información, ofrecen una solución integral que abarca centros de control, comunicaciones y aplicaciones a través de Sistemas de Comunicación:

- Radio centralizado en una troncal.

- Banda ancha fija y móvil.
- Sistema de localización vehicular y telemetría.
- Video vigilancia y
- Soluciones de punto de venta.

En el marco de mostrar las nuevas tecnologías aplicadas al sector de transporte en el año 2008, se han llevado a cabo una serie de Seminarios Internacionales de Planificación de Transporte, donde participan varios actores involucrados en la seguridad en transporte. Haciendo un análisis de algunos casos de éxito implementados con tecnologías en Europa, Asia y América.

Entre las principales soluciones se encuentra las siguientes:

- Sistemas de radio centralizados por troncales .- basados en modelos internacionales de radiocomunicación, transmisión IP (internet), altamente seguras y robustas, desarrolladas para misión crítica, capacidad de transmisión de voz y datos, comunicación instantánea con solo presionar un botón, coordinación efectiva de actividades, tanto rutinarias como extraordinarias (emergencias, accidentes, y otras), además permite la comunicación continua con el centro de control, manejo de flotas en tiempo real, transmisión de ubicación de trenes y buses y mantienen la continuidad operacional del sistema de transporte.
- Sistemas de banda ancha fija, con alta capacidad de transmisión, basadas en IP.
- Red de transporte para voz y datos, con sistema banda ancha móvil, video-vigilancia con cámaras fijas, puntos de venta de boletos, además una red LAN de cómputo del sistema de transporte con interconexión de edificios y estaciones, sistema de recaudos que son sencillos y rápidos de instalar.

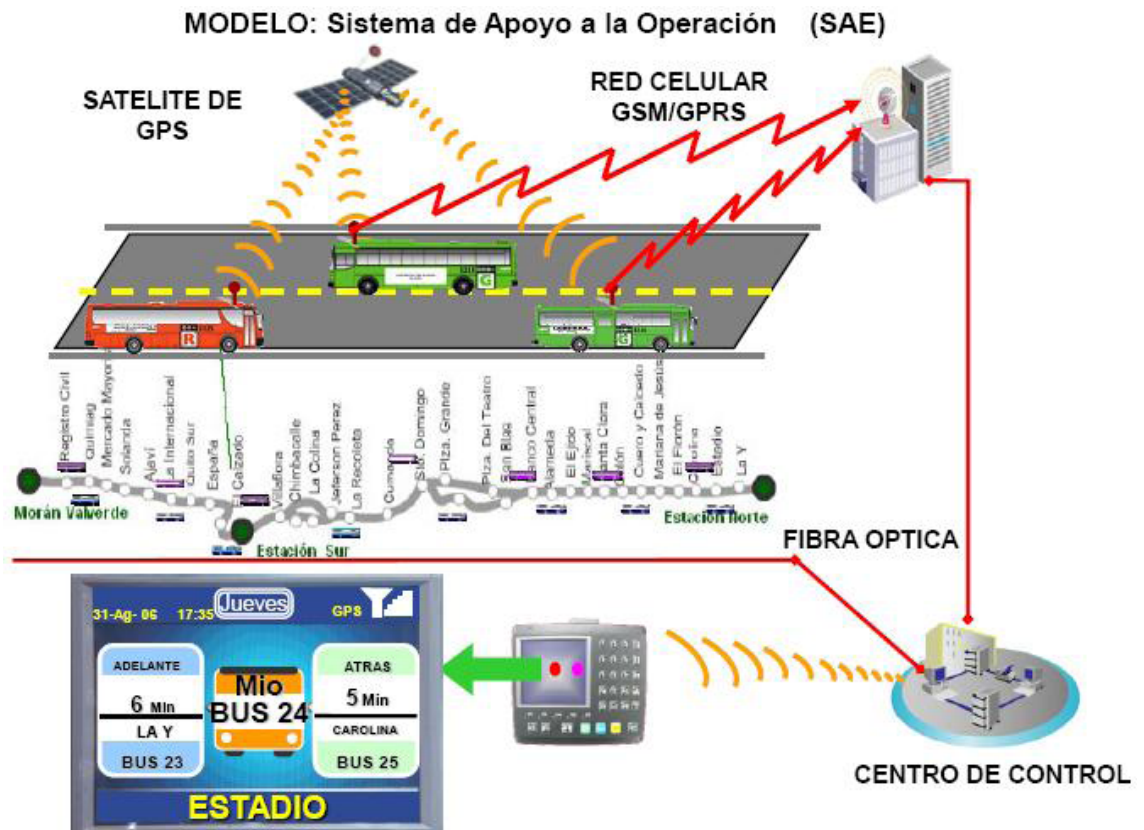
- Sistemas de banda ancha móvil, diseñados y equipados para operar aún con vehículos en alta movilidad, transmisión de video móvil, acceso a Internet para pasajeros, conexión de quioscos de información, manejo de grupo de unidades de transporte “flotas” en tiempo real con despliegue en pantallas, transmisión inalámbrica de información con despliegue en tiempo real en pantallas en buses, trenes, estaciones y vías en general, envío de parámetros críticos de vehículos al centro de control.

2.6. SISTEMA DE SEGURIDAD INTEGRAL DE LA EMPRESA TROLEBÚS

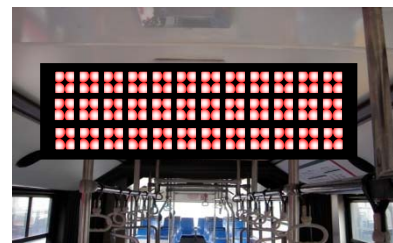
En la actualidad el Trolebús cuenta con un sistema de seguridad tecnológicamente de punta en lo que se refiere al control de recaudo y seguridad.

2.6.1. EL TROLE CON TECNOLOGÍA APLICABLE A LA SEGURIDAD, CORPORACIÓN EB.

EB del Ecuador, es la empresa que ha sido seleccionada por la Municipalidad de Quito para que realice la implementación inicial en el Trolebús del sistema de recaudación inteligente, el mismo que será réplica e integrado en las demás vías de uso exclusivo de la capital.



La tecnología que ha sido instalada permite que los niveles de evasión se reduzcan, y los niveles de seguridad crezcan, ya que todas las unidades de trolebuses y alimentadores disponen de GPS y cámaras de video que permiten un monitoreo permanente. Además EB ha instalado, y es quien lleva a cargo la administración de los paneles electrónicos de información al cliente, relacionada a los tiempos de salida (frecuencias) de cada unidad en las diferentes rutas. Esta información de nombres de paradas es controlada vía GPS en un centro de control.



EB es un actor nuevo en el transporte capitalino, pero que puede brindar mucha colaboración y apoyo tecnológico para realizar campañas publicitarias futuras. Se debe señalar que las tarjetas que por el momento sirven solo para acceso al sistema, podrán ser utilizadas para espectáculos, teatros, cines, tiendas...; donde podrá insertarse publicidad en cualquier presentación de las que se puede observar a continuación:



2.7. SISTEMAS DE SEGURIDAD

2.7.1. PROCEDIMIENTOS DE SEGURIDAD APLICABLES AL TROLEBÚS

Como toda organización dispone de procedimientos enmarcados en la ley que permiten realizar las labores del personal de seguridad, así como las acciones comunicacionales de la institución, la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO para el desarrollo de la misma

está basada en procedimientos policiales, acciones más acordes a los sistemas de seguridad.

2.7.1.1. PROCEDIMIENTOS POLICIALES APLICADOS EN LA SEGURIDAD PRIVADA

Para la aplicación de estos procedimientos se debe conocer las acciones correctas que la seguridad privada de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO adoptará.

DE LAS APREHENSIONES

El personal de seguridad privada no podrá realizar detenciones en firme, sino aprehensiones.

DE LA APREHENSIÓN PROVISIONAL

El personal de seguridad privada únicamente, podrá realizar aprehensiones provisionales, cuando se esté cometiendo un delito flagrante e inmediatamente deberá comunicar y entregar al detenido a las autoridades. Haciendo constar el estado de salud e integridad del mismo.

MOMENTO EN EL QUE HAY QUE APREHENDER

El personal de Seguridad Privada podrá realizar la acción de aprehender:

- Por la comisión de un delito.
- Cuando ocurran indicios racionales de tal comisión, en relación con los bienes, o personas objetos de su protección.
- Prestando apoyo o servicio a la Policía Nacional.

- Por estado peligroso en que el individuo, sin llegar a delinquir, pueda poner en riesgo tanto a las personas como a los bienes u objetos de protección.

USO PROGRESIVO Y RAZONADO DE LA FUERZA

- Se procederá inicialmente a utilizar tácticas disuasivas-psicológicas (persuasión, gritos a viva voz, etc.)
- Se procurara por todos los medios pacíficos que el agresor deponga su actitud hostil.
- Se apelará a su sensibilidad y afecto a su familia y conocidos.
- Se advertirá sobre el peligro de utilizar fuerza mayor.
- Se tratará de anular una agresión con fuerza de inmovilización.
- De encontrarse resistencia se efectuará disparos al aire para tratar de disuadir.

ACTOS DE LEGÍTIMA DEFENSA

CRITERIOS DE ACTUACIÓN

- Cuando se encuentre en inminente peligro su vida o integridad con superioridad de fuerza o medio utilizado por el agresor.
- Cuando esté en presencia de intento de homicidio / asesinato de otra persona.

DE LOS MEDIOS DE DEFENSA

- Que se actúe en actos de servicio y dentro de los límites, objeto de su protección.
- Que se use hasta lograr poner fin al ataque o la reducción de la amenaza que ha exigido su empleo.
- Que la agresión y la respuesta guarden proporcionalidad.

LA DEFENSA PROHIBIDA

Son aquellos sistemas o medios que puedan producir lesiones irreversibles y son:

- Golpes dirigidos a la cabeza de forma contundente.
- Golpes sucesivos contundentes en el suelo y una vez que el agresor ha depuesto su actitud.
- Golpes efectuados cuando el agresor ha sufrido la pérdida de conocimiento o causa de los mismos.

BARRERAS HUMANAS

- El hombre es el eslabón más importante dentro de esta gran cadena de seguridad.
- Todos los artificios e ingenios que se han creado para proporcionar un mayor grado de Seguridad y Protección, no lo superan como barrera, como valla o como obstáculo, frente al delincuente o al intruso, al espía o al adversario.

Nº	TIPOS	FUNCIÓN
1	FUERZA INTERVENCIÓN	Detención
2	FUERZA RESISTENCIA	Contención
3	CERCAS VIVAS	Contención

FORMA DE MATERIALIZAR LA BARRERA HUMANA

Se materializa implementado sistemas de Vigilancia y Control en los accesos y en los lugares más vulnerables (entradas principales, secundarias, casetas, torres de vigilancia, puestos de control, recepciones, etc.)

ORGANIZACIÓN DE LA BARRERA HUMANA

Se constituye de un Departamento de Seguridad, con todos sus estamentos, los que tendrán como función principal, el de dar cumplimiento al correcto desempeño de las Normas de Seguridad, de acuerdo a un Programa preestablecido de Seguridad.

TIPOS DE PATRULLAJE

Además para el sistema de seguridad se realizan los siguientes patrullajes:

- Patrullaje a pie.
- Patrullaje motorizado.
- Patrullaje mixto o combinado.

Estos patrullajes tienen como objetivos principales evitar robos, controlar las entradas y salidas, proteger vidas y prevenir otras amenazas.

PATRULLAS

Considerar éstas patrullas es importante para:

- Cuando agentes uniformados patrullan a pie el interior de una instalación se aumenta la atmósfera de prevención de pérdidas.
- Realizar patrullajes en el interior de los Troles se constituye en un medio disuasivo para evitar que los delincuentes puedan actuar.

- El público debe estar bien informado de que la unidad en la que se transporta está siendo patrullada y se sienta seguro al denunciar.
- El patrullaje es un elemento disuasivo, juega un rol importante para evitar el robo de delincuentes.
- Los agentes bien entrenados buscan posibles artículos y mercancías robadas en lugares inusuales.

2.8. SISTEMA DE SEGURIDAD INTEGRAL DE LA EMPRESA TROLEBÚS

A continuación, se da a conocer el sistema de seguridad que aplica la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO, como medio de prevención contra las amenazas diarias presentes en un sistema de transporte.

2.8.1. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS DEL SERVICIO DE VIGILANCIA, SEGURIDAD, PATRULLAJE Y TRANSPORTE DE VALORES PARA LA EMPRESA.

ANTECEDENTES

Desde el inicio de operaciones, la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A., contrató con terceros los servicios de Vigilancia y Seguridad, con el propósito de brindar seguridad a los empleados, usuarios y a las instalaciones del Sistema. Por lo que se cree importante mencionar el sistema de operaciones de la misma.

MISIÓN DEL DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD

El Departamento de Seguridad ejecutará tareas relacionadas con la protección y salvaguardia de funcionarios, usuarios e instalaciones del Sistema Trolebús,

transporte de valores, patrullaje, además de controlar el cumplimiento de leyes, disposiciones y reglamentos por la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A., las 24 horas del día y los 365 días del año en todo el Sistema de terminales, paradas, talleres y oficinas; con el propósito de brindar seguridad en todo el Sistema.

OBJETIVO GENERAL

Brindar un ambiente seguro y colaborar en el mejoramiento de la imagen institucional, mediante la optimización del servicio de vigilancia y seguridad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer los diferentes funcionarios y trabajadores de los servicios de terceros de la Unidad, los lineamientos de actuación frente a situaciones que afecten el normal estado de las instalaciones fijas y móviles del Sistema Trolebús, en lo que a seguridad se refiere.
- Entregar a los ayudantes del Jefe de Seguridad (Supervisores), una herramienta práctica para el cumplimiento de sus funciones.
- Instruir de manera eficiente, la importante responsabilidad que recae en los trabajadores delegados para cumplir con las funciones de supervisores.
- Normar a la empresa contratista sobre el tema de multas y sanciones por incumplimiento de disposiciones y tareas derivadas del servicio de vigilancia, seguridad, patrullaje y transporte de valores.

El Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S:A., está conformado por

personal que cumplen con el perfil requerido y con recurso técnico necesario, para de esa manera satisfacer la necesidad de seguridad de los usuarios. (VER ANEXO 5)

2.8.2. SISTEMA DE OPERACIONES PARA EL SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD.

En este punto se trata de dar a conocer todo el sistema de vigilancia y de seguridad que el servicio de terceros presta a la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A., bajo parámetros establecidos por los mismos.



SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE 24 HORAS

SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD DE 24 HORAS						
SECTOR	DESCRIPCION	TIEMPO	PUNTO DE ATENCION	EQUIPO REQUERIDO	FUNCIONES	Nº. DE PUNTOS Y CARACTERISTICA DEL PUESTO
NORTE	TERMINAL NORTE LA "Y"	24 HORAS	ENTRADA PRINCIPAL	ARMA, GAS, RADIO MOVIL	CONTROL DE GUARDIAS, CONTROL VENTAS AMBULANTES, PERSONAS INDIGENTES, EN ESTADO ETUICO Y DEMANDA DE USUARIOS, ALTO INDICE DEUCUENCIAL, APOYO DE ANDENES	1 RONDA
		24 HORAS	GARITA 1 (INGRESO DE TROLES)	ARMA, GAS	CONTROL DE INGRESO DE VEHICULOS Y PERSONAS NO AUTORIZADAS	1 FIJO
		24 HORAS	GARITA 2 (SAIDA DE TROLES)	ARMA, GAS	RESTRICCIÓN PERSONAL NO AUTORIZADO Y CONTROL DE LA PARTE EXTERNA DEL AREA DE RECAUDACIÓN	1 FIJO
		24 HORAS	GARITA 3 (INGRESO AUMENTADORES CALLE COFANES)	ARMA, GAS	CONTROL INGRESO DE PERSONAS NO AUTORIZADAS Y VEHICULOS	1 FIJO
		24 HORAS	PARQUEADERO (UNIDADES TROLEBUSES)	ARMA, GAS	RESTRICCIÓN PERSONAL NO AUTORIZADO Y CONTROL DE LA PARTE POSTERIOR DEL AREA DE RECAUDACIÓN	1 RONDA
		24 HORAS	OFICINA RECAUDACIÓN	ESCOPEA TIPO MOSBERG, GAS, RADIO BASE	CUSTODIAR LOS VALORES DE RECAUDACION Y CONTROL DE INGRESO PERSONAL	1 FIJO
		24 HORAS	PARQUEADERO VEHICULOS PEQUEÑOS	ARMA, GAS	CONTROL Y CUSTODIA DE VEHICULOS UMANOS, CONTROL DE INGRESO DE PERSONAL	1 RONDA
				Q. DE PUESTOS REQUERIDOS	CON ARMA Y GAS	6
					CON ESCOPETA Y GAS	1
SUBTOTAL SECTOR NORTE						7
SUR	TERMINAL SUR "EL RECREO"	24 HORAS	ANDEN EMBARQUE Y DESEMBARQUE PRINCIPAL	ARMA, GAS, RADIO MOVIL	CONTROL DE GUARDIAS, CONTROL VENTAS AMBULANTES, PERSONAS INDIGENTES, EN ESTADO ETUICO Y DEMANDA DE USUARIOS, ALTO INDICE DEUCUENCIAL, APOYO EN ANDENES.	1 RONDA
		24 HORAS	GARITA 1, ENTRADA AUMENTADORES	ARMA, GAS	CONTROL DE INGRESO PERSONAL NO AUTORIZADO Y CONTROL DE INGRESO DE BUSES AUMENTADORES, CONTROL DE VEHICULOS UMANOS	1 RONDA
		24 HORAS	GARITA 2 (SAIDA DE TROLES Y AUMENTADORES)	ARMA, GAS	CONTROL DE INGRESO PERSONAL NO AUTORIZADO Y CONTROL DE INGRESO DE BUSES AUMENTADORES, CONTROL DE VEHICULOS UMANOS	1 FIJO
		24 HORAS	GARITA 3 (INGRESO DE TROLES Y PARQUEADERO)	ARMA, GAS	CONTROL DE INGRESO PERSONAL NO AUTORIZADO Y CONTROL DE VEHICULOS UMANOS A PARQUEADERO	1 FIJO
		24 HORAS	OFICINA DE RECAUDACIÓN	ESCOPEA TIPO MOSBERG, GAS, RADIO	CUSTODIAR LOS VALORES DE RECAUDACIÓN Y CONTROL DE INGRESO DE PERSONAL	1 FIJO
		24 HORAS	GARITA QUITUMBE, SAIDA DE TROLES Y AUMENTADORES A MORAN VALVERDE	ARMA, GAS	CONTROL DE INGRESO Y SAIDA DE USUARIOS, CONTROL DE VENTAS AMBULANTES, PERSONAS INDIGENTES, PERSONAS EN ESTADO ETUICO, APOYO EN ANDENES	1 FIJO
		24 HORAS	REFUERZO PARTE POSTERIOR DE LA ESTACIÓN	ARMA, GAS	CONTROL DE OFICINAS UBICADAS EN EL TERMINAL Y CONTROL UNIDADES TROLES	1 FIJO
		24 HORAS	BODEGAS DINSE	ARMA, GAS	CONTROL DE BIENES Y MATERIALES DE BODEGA	1 FIJO
				Q. DE PUESTOS REQUERIDOS	CON ARMA Y GAS	7
					CON ESCOPETA Y GAS	1
SUBTOTAL SECTOR NORTE						8

FUENTE: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito.

2.8.2.1. SECTORIZACIÓN DEL SERVICIO DE PATRULLAJE

Se ha sectorizado el servicio en dos tramos, cada uno con su respectivo vehículo, de la siguiente manera:

TRAMO 1.

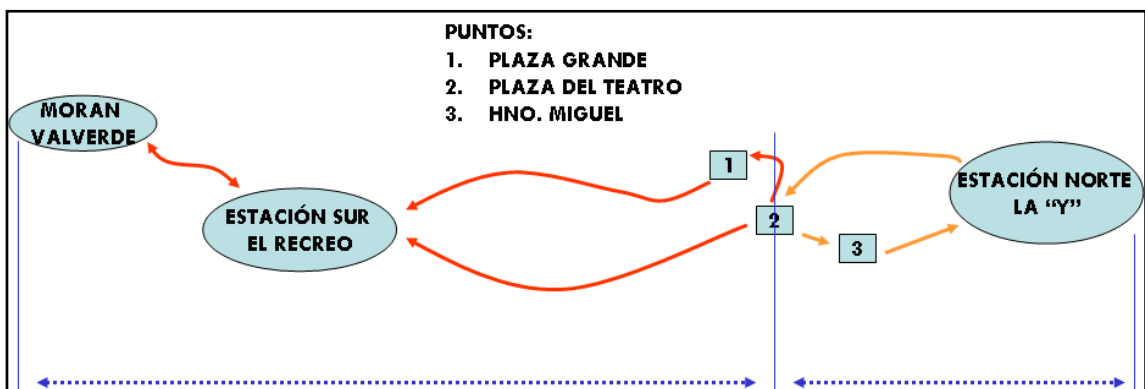
Desde la Estación Morán Valverde, Estación Sur el Recreo, hasta la parada Plaza Grande, incluye parada Plaza del Teatro. El recorrido aproximado de este tramo es de 12 Km. por cada frecuencia.

TRAMO 2.

Desde la Estación Norte la Y hasta la parada Plaza del Teatro, incluye parada Hermano Miguel. El recorrido aproximado de este tramo es de 7.5 Km. por cada frecuencia.

TRAMOS DEL SERVICIO DE PATRULLAJE

Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE



PASAJEROS DE QUITO Quito.

Se lo realiza cada hora, se movilizará la patrulla de acuerdo a cada sector designado para salvaguardar la infraestructura del sistema y al personal que se encuentra en las paradas.

2.8.3. SERVICIO DE TRANSPORTE DE VALORES PARA LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO

El transporte de valores se refiere a las recaudaciones de las diferentes paradas del sistema Trolebús. A continuación se presenta un resumen de éste servicio.

SERVICIO DE TRANSPORTE DE VALORES PARA LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

SERVICIO DE TRANSPORTE DE VALORES PARA LA UOST							
TRAMO	SECTOR	FRECUENCIAS	HORA APROXIMADA	Km. FRECUENCIA	Km. DIARIO	Km. MENSUAL	
1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TS-MORAN VALVERDE-TS ▪ TS-PLAZA DEL TEATRO-TS 	1	07:30 - 09:30	24	24	720	
		1	11:30 - 13:30	24	24	720	
		1	16:00 - 18:00	24	24	720	
		1	20:45 - 22:45	24	24	720	
2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ TN-HNO. MIGUEL-TN 	1	07:30 - 09:30	15	15	450	
		1	11:30 - 13:30	15	15	450	
		1	16:00 - 18:00	15	15	450	
		1	20:45 - 22:45	15	15	450	
TOTAL SERVICIO DE TRANSPORTE DE VALORES					156	4680	

FUENTE: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito.

2.8.3.1. SECTORIZACIÓN DEL TRANSPORTE DE VALORES DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

Para el transporte de valores se ha sectorizado el servicio en dos tramos, cada uno con su respectivo vehículo, de la siguiente manera:

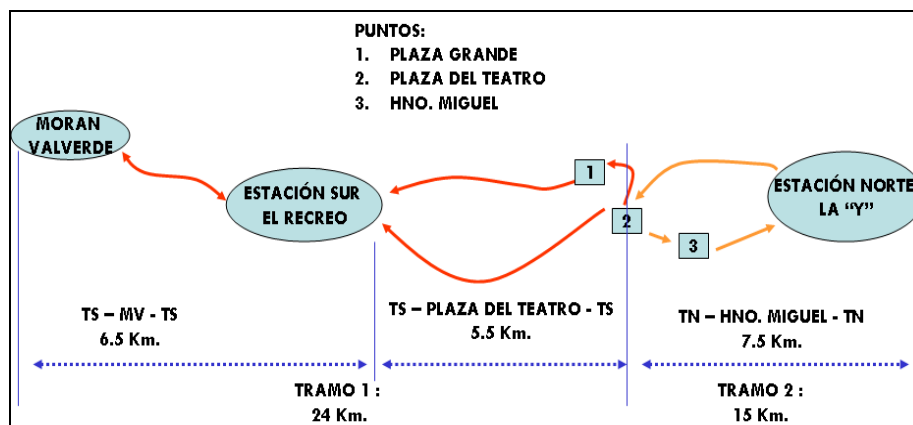
TRAMO 1.

Desde la parada el Calzado hasta la estación Morán Valverde y su retorno hasta la estación Sur y desde la estación Sur hasta la parada Plaza del Teatro y las demás paradas en ambos sentidos.

TRAMO 2.

Desde la Estación Norte la Y hasta la parada Hermano Miguel y las demás paradas en los dos sentidos.

SECTORIZACIÓN DEL TRANSPORTE DE VALORES DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO QUITO.



Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito.

TRAMO 1.

Desde la Estación Norte hasta Banco Central, incluye la parada Hermano Miguel y las demás paradas en los dos sentidos, el recorrido aproximado en ese tramo es de 7.5 Km. por cada frecuencia.

TRAMO 2.

Desde la Moran Valverde hasta la Plaza del Teatro las dos paradas en los dos sentidos, el recorrido aproximado en ese tramo es de 12 Km. por cada frecuencia.

El servicio se lo deberá prestar en el horario establecido de 8 horas de acuerdo a la programación de la Jefatura de Recaudación.

CAPITULO III

3. INVESTIGACIÓN

3.1. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

El desconocimiento por parte de los usuarios del sistema de transporte Trolebús, en materia de comunicación de los servicios que presta, permite la aplicación de una encuesta para conocer como se están desarrollando las actividades.

3.1.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar el nivel de satisfacción y la manera como llega la información de los diferentes servicios que presta la empresa, para aplicar las posibles soluciones al problema de servicio y seguridad.

3.1.2. METODOLOGÍA

Es necesario aplicar la metodología de acuerdo a la necesidad de información que se desea obtener.

3.1.2.1. TIPO DE ESTUDIO

El tipo de estudio que se utiliza en el desarrollo de la siguiente investigación, es descriptiva, ya que nos permitirá profundizar el conocimiento de las necesidades de los usuarios en materia de servicio, seguridad y la forma como percibe la información de los diferentes medios que se utilizan en la actualidad.

3.1.2.2. MÉTODOS

MÉTODO DEDUCTIVO

Partimos de un elemento en general, es decir conocemos el segmento al cual nos vamos a dirigir, los usuarios del Sistema de Transporte Trolebús, para llegar a un elemento en particular, que es definir las necesidades y el nivel de satisfacción que presta la misma.

3.1.2.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

La técnica a emplearse es la encuesta personal para discernir información tanto cuantitativa como cualitativa que nos servirán como parámetros de medición, para el análisis de los datos obtenidos en la misma.

3.1.2.4. FUENTES DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes de recolección de información que se emplearán son la encuesta y la observación.

SEGMENTACIÓN

- Los usuarios que alcanza a transportar el sistema Trolebús están en el promedio diario de 260.000 pasajeros/día.
- Personal de seguridad del trole: 14 supervisores, 106 guardias y 15 administradores de parada
- Funcionarios del trolebús, 800 empleados.

IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

ÁRBOL DE PROBLEMAS

Como una institución grande en el sentido de cobertura y unidades físicas y móviles para dar seguridad al usuario, el Trolebús se convierte en un campo bastante difícil para dar un soporte efectivo en materia de seguridad, para lo cual las acciones realizadas durante años pasados en relaciones comunicacionales, han permitido dar un pequeño cambio de cultura en transporte al usuario. Sin embargo es necesario reforzar este conocimiento o normas básicas que requieren los ciudadanos para poder mejorar la seguridad dentro del sistema. Además después de haber realizado una lluvia de ideas y una respectiva priorización de los principales problemas que afectan directamente al manejo de la seguridad, a pesar de que día a día se realizan acciones de comunicación dirigida al usuario, que permitan reducir estos problemas, no se ha logrado efectividad en los resultados ya que eso conlleva a un cambio cultural en la ciudadanía capitalina.

Las principales causas que atañen a la problemática de seguridad son las siguientes:

1. Invasión en la vía exclusiva
2. Denuncias de robos
3. Falta de presencia policial y parapolicial

Se toma en cuenta este elemento, ya que es el problema que más afecta a los usuarios.

3.2. NUDOS CRÍTICOS

A continuación se dará a conocer las principales causas que ocasionan la problemática del Sistema de Seguridad.

3.2.1. INVASIÓN EN LA VÍA PÚBLICA

Como es de conocimiento público, el transporte en la ciudad de Quito está saturado por falta de vías de acceso y movilidad en los sentidos norte – sur - norte. Esto genera que muchos vehículos particulares, principalmente vehículos livianos invadan el carril exclusivo del Trolebús; lo que provoca en ciertas horas que las unidades tengan que esperar hasta que fluya el tráfico de los vehículos pequeños, provocando la molestia de muchos pasajeros. Estos puntos críticos son principalmente en el sector del Terminal Terrestre Cumandá y Av. Maldonado – Centro Histórico, ya que la falta de vías en este tramo del centro de la ciudad provoca largas colas de vehículos, así como personas inescrupulosas abordan las unidades aprovechando las molestias de la aglomeración de usuarios por unidad y proceden a sus actos delincuenciales, a pesar de difundir normas de precaución por parte del conductor de la unidad.

3.2.2. DENUNCIAS DE ROBOS

Los usuarios al momento que son víctimas de un robo dentro de las unidades, por temor a que los delincuentes tengan actos amenazantes y atenten contra sus propias vidas, la gran mayoría de los usuarios prefieren no presentar la denuncia ante la Policía Nacional o ante el Supervisor de Seguridad del Trolebús, dando como resultado que se tenga que dejar suelto nuevamente al delincuente por falta de pruebas para dar inicio al proceso legal respectivo.

3.2.3. FALTA DE PRESENCIA POLICIAL Y PARAPOLICIAL

La falta de presupuesto para la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO, provoca ciertas restricciones para poder contratar más personal de seguridad, si es posible para todos los puntos de acceso de usuarios, especialmente en horas denominadas “Pico” (mayor afluencia de usuarios). Esto genera una falta de presencia de personal policial o parapolicial. No obstante se han realizado operativos con miembros de la Policía Nacional y Policía Metropolitana, para salvaguardar la seguridad de los usuarios, estas acciones se incrementan en fechas de mucha actividad delincriminal, como es el mes de Diciembre debido a las festividades que se presentan en todo el mes.

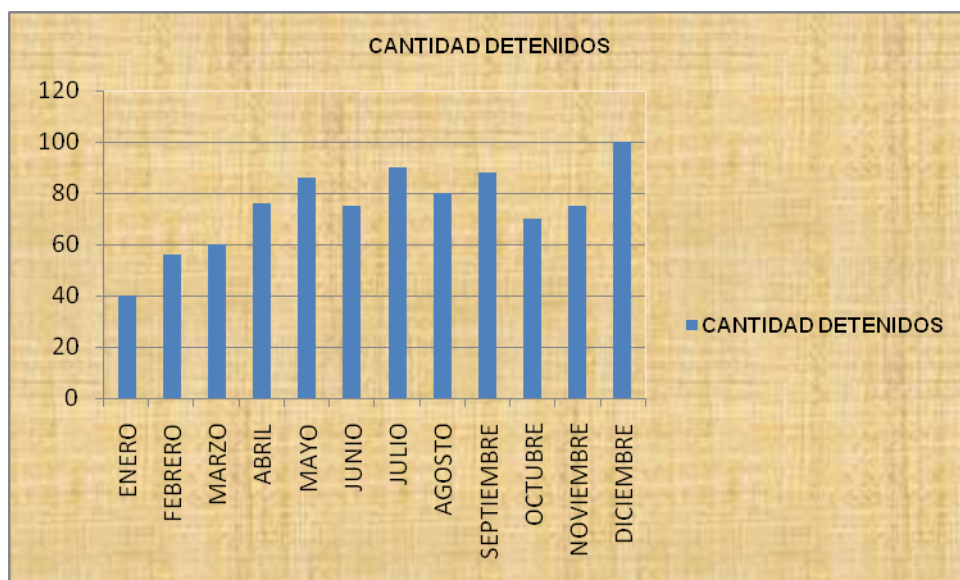
3.3. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN LA ENCUESTA.

A continuación se puede observar en el cuadro del año 2010 el número mensual de personas con ventas ambulantes detenidas por realizar su actividad comercial dentro del sistema, actividad que está prohibida, ya que estas en ciertas ocasiones son motivos para delinquir.

PREGUNTA 1

PERSONAS DETENIDAS POR VENTAS AMBULANTES 2010

MES	CANTIDAD DETENIDOS
ENERO	40
FEBRERO	56
MARZO	60
ABRIL	76
MAYO	86
JUNIO	75
JULIO	90
AGOSTO	80
SEPTIEMBRE	88
OCTUBRE	70
NOVIEMBRE	75
DICIEMBRE	100
TOTAL	896
PROMEDIO	75



Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO

INDICADORES DE GESTIÓN DEL SISTEMA DE SEGURIDAD

El Departamento de Seguridad lleva una serie de indicadores que permiten ir realizando correcciones en sus acciones, para mejorar lógicamente la seguridad en el Sistema del Trolebús.

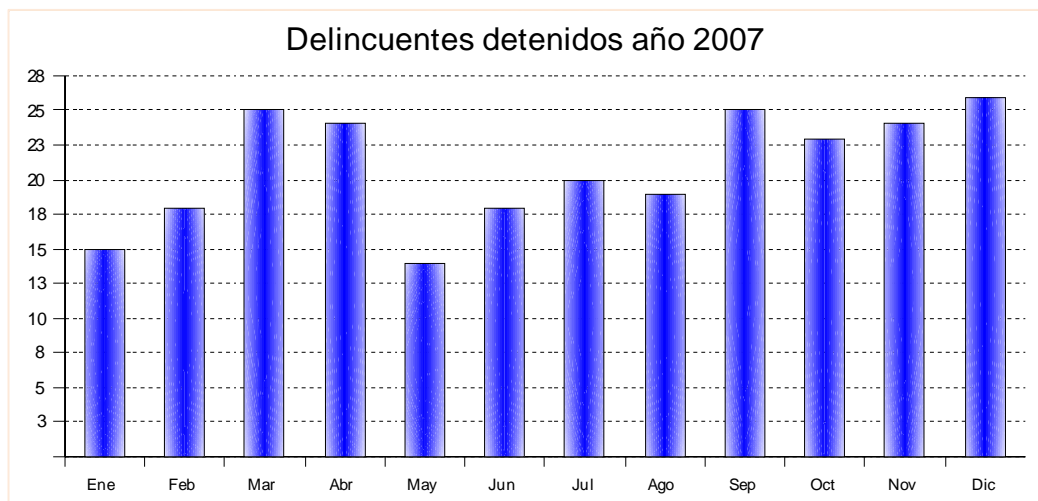
Entre las principales estadísticas que se registran, se tiene:

- Índice de delincuentes detenidos por mes.
- Índice de delincuentes detenidos por parada.
- Índice de personas retiradas en estado etílico.

PREGUNTA 2

ÍNDICE DE DELINCUENTES DETENIDOS POR MES AÑO 2010

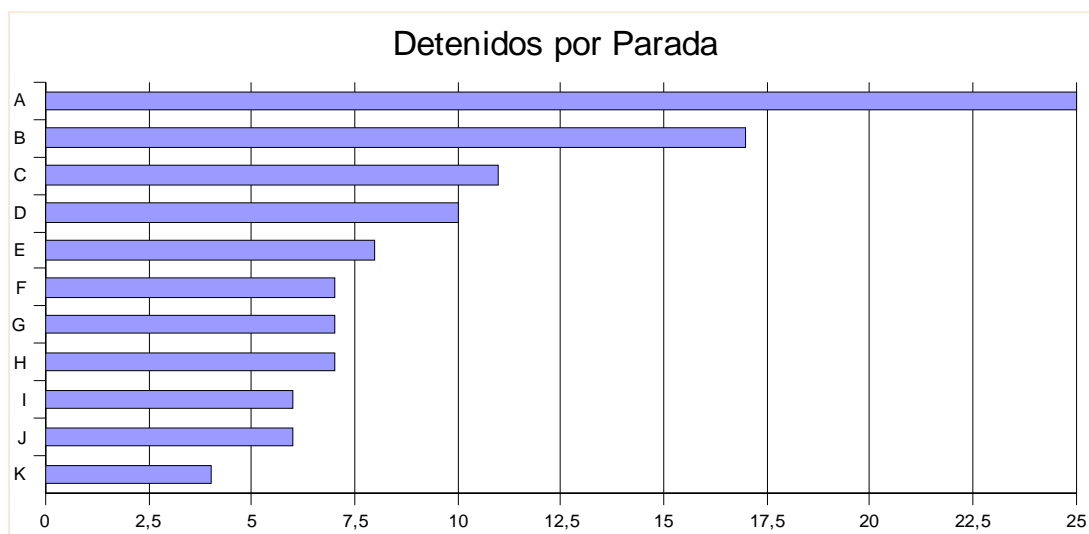
MES	CANTIDAD DETENIDOS
ENERO	15
FEBRERO	18
MARZO	25
ABRIL	24
MAYO	14
JUNIO	18
JULIO	20
AGOSTO	19
SEPTIEMBRE	25
OCTUBRE	23
NOVIEMBRE	24
DICIEMBRE	26
TOTAL	251



Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

ÍNDICE DE DELINCUENTES DETENIDOS POR PARADA

Nº	PARADAS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	CANT
A	MARISCAL N/S	6	8	6	4	0	5	4	4	6	3	2	1	25
B	OTRAS PARADAS	1	1	4	6	9	10	12	10	10	6	5	5	17
C	PLAZA DEL TEATRO	4	4	0	0	2	0	1	2	5	0	4	3	11
D	PLAZA GRANDE	1	2	3	2	0	0	0	2	2	2	2	2	10
E	SANTO DOMINGO	1	1	0	3	0	0	0	1	0	0	0	3	8
F	PLAZA DEL TEATRO N/S	0	0	2	1	0	0	0	0	0	3	3	4	7
G	RECOLETA N/S	0	0	3	2	0	0	1	0	2	2	1	2	7
H	EJIDO	0	0	3	0	1	3	2	0	0	0	0	4	7
I	CUMANDÁ S/N	0	0	4	2	0	0	0	0	0	2	1	0	6
J	HERMANO MIGUEL	1	1	0	4	2	0	0	0	0	5	3	0	6
K	SANTO DOMINGO	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2	4
TOTAL		15	18	25	24	14	18	20	19	25	23	24	26	179

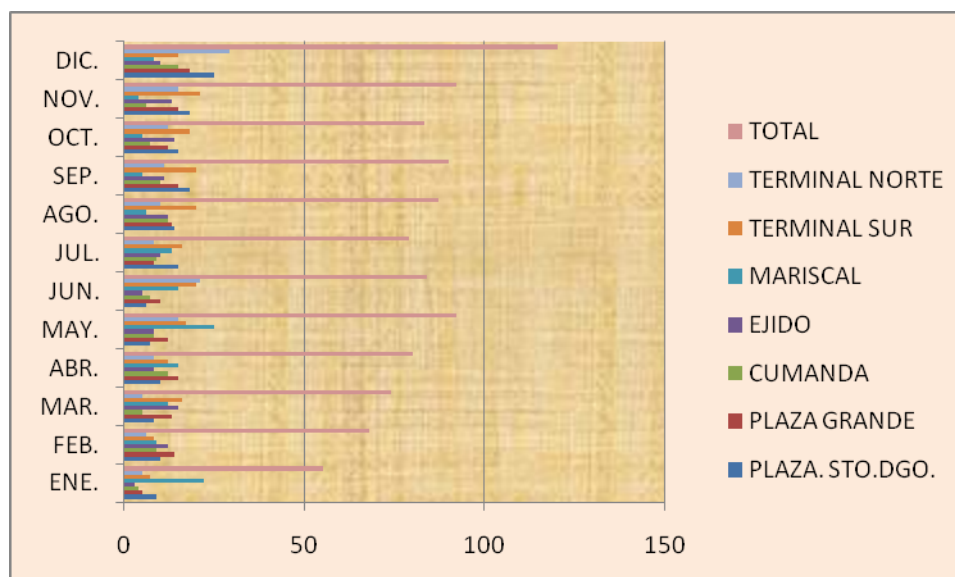


Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

PREGUNTA 3

ÍNDICE DE PERSONAS EN ESTADO ETÍLICO

PARADAS	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEP.	OCT.	NOV.	DIC.
PLAZA. STO.DGO.	9	10	8	10	7	6	15	14	18	15	18	25
PLAZA GRANDE	5	14	13	15	12	10	8	13	15	12	15	18
CUMANDA	4	9	5	12	8	7	9	12	10	7	6	15
EJIDO	3	12	15	8	8	5	10	12	11	14	13	10
MARISCAL	22	9	12	15	25	15	13	6	5	5	4	8
TERMINAL SUR	7	8	16	12	17	20	16	20	20	18	21	15
TERMINAL NORTE	5	6	5	8	15	21	8	10	11	12	15	29
TOTAL	55	68	74	80	92	84	79	87	90	83	92	120



Fuente: Departamento de Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

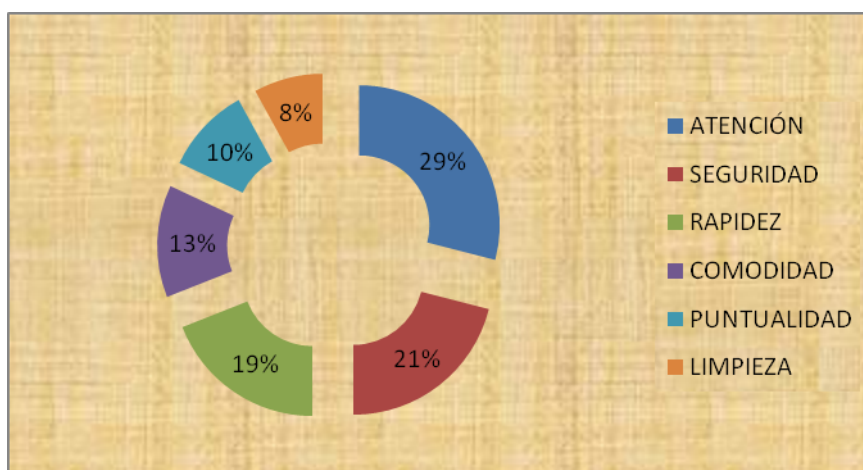
Con estos datos se ha procedido a realizar las actividades necesarias para mejorar la seguridad con los recursos humanos, tecnológicos y económicos con que cuenta la institución, y con la ayuda de los organismos de apoyo como la Policía Metropolitana y Policía Nacional principalmente.

ENCUESTA DE POSICIONAMIENTO DEL SERVICIO

En el mes de Diciembre de 2010, el área de Comunicación y Servicio al Cliente, en conjunto del Departamento de Control de Gestión, proceden a realizar una encuesta a la ciudadanía en relación a los niveles de la calidad del servicio de transporte. Cabe recalcar que de las siguientes variables de análisis se toma en cuenta el tema principal de estudio que es la seguridad.

PREGUNTA 4

PRIORIDAD	ATRIBUTO	%
1	ATENCIÓN	29
2	SEGURIDAD	21
3	RAPIDEZ	19
4	COMODIDAD	13
5	PUNTUALIDAD	10
6	LIMPIEZA	8
TOTAL		100



Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

Con los datos presentados se puede observar que la seguridad es una de las variables que más preocupa a los usuarios del sistema de transporte Trolebús.

PREGUNTA 5

Prioridad	Jubilado/ Tercera Edad	Ama de casa	Comerciante Independiente	Empleado Público/privado	Estudiante
1	Atención	Atención	Seguridad	Atención	Rapidez
2	Seguridad	Seguridad	Atención	Rapidez	Seguridad
3	Puntualidad	Comodidad	Comodidad	Seguridad	Atención
4	Rapidez	Rapidez	Puntualidad	Comodidad	Comodidad
5	Comodidad	Puntualidad	Limpieza	Limpieza	Puntualidad
6	Limpieza	Limpieza	Rapidez	Puntualidad	Limpieza

Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

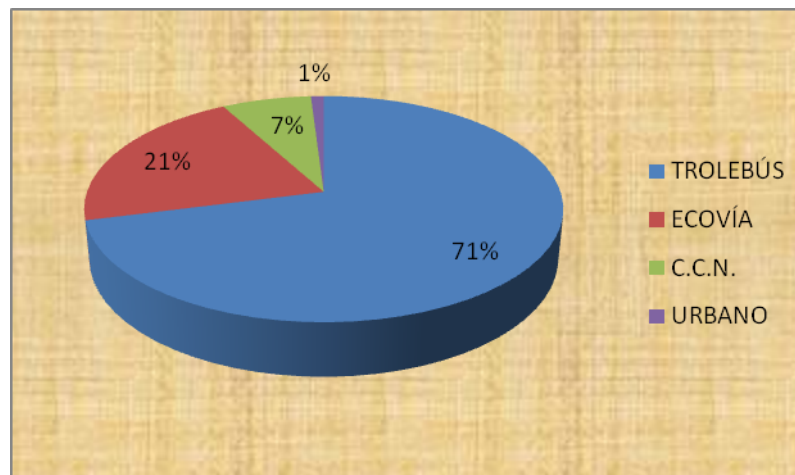
Como se puede observar en el cuadro siguiente, la Seguridad representa el segundo lugar de importancia para los usuarios del Trolebús con el 21%, lo que significa que se debe poner más énfasis en brindar este servicio, después de una buena atención al cliente.

POSICIONAMIENTO DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO

Como resultado final de esta encuesta se determinó que el Sistema Trolebús tiene un posicionamiento del 71% de los usuarios de los tres corredores y servicio urbano.

PREGUNTA 7

CORREDOR	%
TROLEBÚS	71
ECOVÍA	21
C.C.N.	7
URBANO	1
TOTAL	100



Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

Adicional se obtuvo la apreciación en la seguridad de los corredores, dicha calificación se puede observar en el cuadro siguiente:

PREGUNTA 8

SEGURIDAD CORREDOR	DESCOCEO %	MALA %	REGULAR %	BUENO %
ECOVÍA	21.28	21.54	50.13	7.05
TROLEBÚS	13.56	34.84	42.95	8.64
C.N.N.	48.67	18.88	27.13	5.32

Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

Esto indica que para el caso del Trolebús el 42,95% de los usuarios considera Regular a la Seguridad, 34,84% lo califica como mala gestión, 13,56% desconocen o no contestaron, y el 8,64% califican como buena gestión, esto basado tanto en la seguridad que brinda todo el equipo interno y externo de seguridad como las campañas realizadas para prevenir y disminuir los delitos.

Además si clasificamos por sexo el tema de seguridad tenemos lo siguiente:

PREGUNTA 9

SEXO	DESCONOCE %	MALA %	REGULAR %	BUENA %
FEMENINO	33	50	52	54
MASCULINO	67	50	48	46

Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE

TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

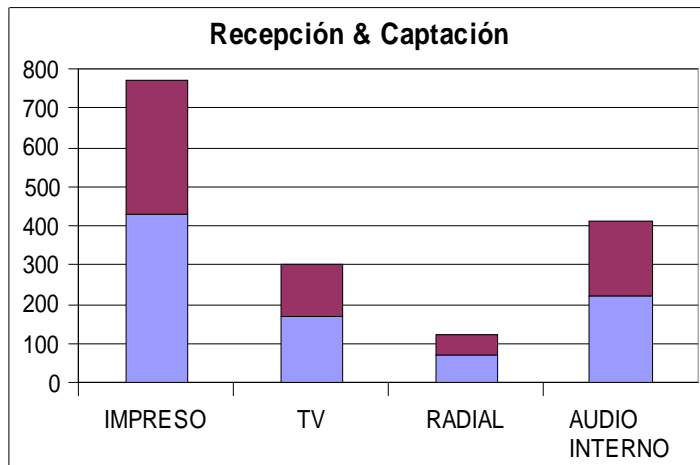
Donde se puede observar que las apreciaciones entre géneros son equivalentes.

PREGUNTA 10

RESUMEN DE CAMPAÑAS REALIZADAS

Tamaño de la muestra:	# personas escucharon, visualizaron o leyeron el mensaje			RECEPCIÓN			# personas que captaron mensaje			CAPTACIÓN		
	Campaña No.1	Campaña No.2	Campaña No.3	Total	%	META	Campaña No.1	Campaña No.2	Campaña No.3	Total	%	META
1.000												
IMPRESO	240	123	67	430	43%	90%	163	109	67	339	79%	70%
TV	95	36	37	168	17%	98%	76	25	34	135	80%	80%
RADIAL	39	26	7	72	7%	97%	27	19	5	51	71%	75%
AUDIO INTERNO	142	55	22	219	22%	94%	121	50	21	192	88%	99%
Total:	516	240	133				387	127	203			
(%)	58%	27%	15%				54%	18%	28%			

Fuente: Departamento de Comunicación Social de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.



Del promedio alcanzado en las variables se puede deducir que el medio más efectivo para la comunicación directa entre usuarios y la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO es el impreso, de los cuales (430) personas leyeron el mensaje, esto se debe a que el Sistema mantiene campañas permanentes con la colaboración de diferentes Instituciones en donde se entregó material impreso; en segundo orden esta el Audio Interno (219) personas que escucharon el mensaje, el medio televisivo (168) y se puede notar que los bajos niveles resultantes son del medio radial (72). Por los resultados obtenidos se puede comprobar que existe un gran impacto con los usuarios en las diferentes acciones efectuadas.

En resumen la campaña relacionada a Seguridad, obtiene un 15% de difusión y con una captación de este grupo del 28%, quedando todavía muy bajo de los resultados esperados, por lo que se debe fortalecer con nuevas estrategias comunicacionales.

Como conclusión de éste capítulo se puede indicar lo siguiente:

- Los resultados obtenidos de un muestreo de 1000 encuestas para medir la efectividad en la comunicación del Sistema Trolebús, se debe indicar

que este indicador se lo realizó tomando en cuenta las 3 campañas (Educación y Cultura de Transporte; No invasión al carril exclusivo y Seguridad en el Trolebús) que se ha realizado en este semestre.

3.4. COBERTURA

Corredor Central Norte (CCN), Ecovía y Trolebús 4

3.4.1. TAMAÑO DE LA MUESTRA

1000 usuarios, considerando los siguientes promedios diarios en pasajeros transportados en cada corredor: 4

Trolebús: 260.000 pasajeros/día

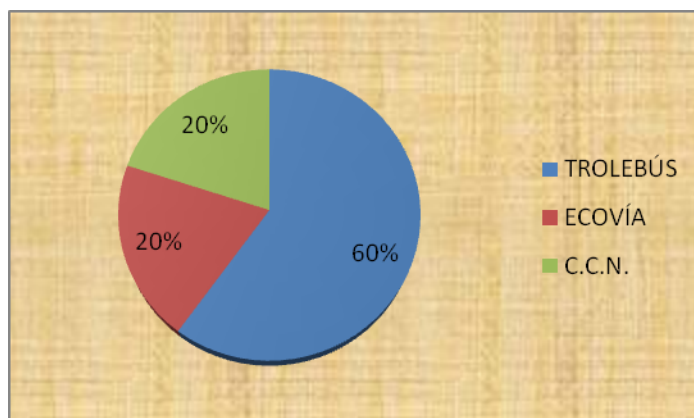
Ecovía: 85.000 pasajeros/día

CCN: 85.000 pasajeros/día

3.4.2. DISTRIBUCIÓN

VÍA	CANTIDAD USUARIOS	%
TROLEBÚS	600	60
ECOVÍA	200	20
C.C.N.	200	20
TOTAL	1000	100

Fuente: Departamento de Marketing y Servicio al Cliente de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito.



4. NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL SERVICIO

Entiéndase que cada nivel de satisfacción, es un servicio o atributo que posee el producto, en este caso el servicio de pasajeros.

CAPITULO IV

4. PROPUESTA COMUNICACIONAL

En el presente capítulo se desarrolla las estrategias de relaciones públicas,

➤ PÚBLICO INTERNO

- Obreros.
- Empleados.
- Mandos Intermedios.
- Directivos.
- Accionistas.

➤ PÚBLICO MIXTO

- Distribuidores.
- Concesionarios.
- Proveedores.

➤ PÚBLICO EXTERNO

- Clientes o Usuarios.
- Vecinos de la zona de ubicación de la organización.
- Competidores.
- Organizaciones Similares.
- Organismos Financieros.
- Organismos Representativos.
- Organismos Gubernamentales.
- Medios Informativos.
- Instituciones Científicas y de Enseñanza.

- La Comunidad en General.

Para el tema de estudio, se toman en cuenta los públicos que intervienen directamente en el desarrollo de la organización.

El público interno, conformado por todos los niveles de la organización, todos deben estar al tanto de lo que sucede.

El público externo al cual se toma en cuenta y que son esencialmente a los que va dirigido el programa de relaciones públicas y de los demás que ayudan al desarrollo del mismo, son: usuarios, organizaciones similares, organismos gubernamentales, en este caso el Distrito Metropolitano de Quito, medios informativos, los que se utilizan en el plan comunicacional y las instituciones educativas que ayudan al cumplimiento de las actividades.

Basándose en los principales problemas del Sistema de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO Quito, se propone establecer las siguientes estrategias de relaciones públicas, mediante la utilización de las diferentes herramientas de comunicación:

➤ MEDIOS IMPRESOS

Guías de Ubicación.- Impreso en donde se muestra las diferentes paradas del sistema, incluido las paradas de los buses integrados.

Tableros de Aviso.- Informando las medidas de prevención en las estaciones de transferencia.

Carteles.- Informando las medidas de prevención en cada parada del sistema.

➤ MEDIOS ORALES

Sistemas de Altavoces y Micrófonos.- Los sistemas de altavoces se empleará en las estaciones de transferencia, y micrófonos en las unidades de autobuses.

Recepciones.- Se receptan las quejas, sugerencias y felicitaciones, utilizando formularios, en las estaciones de transferencia, en los stands de Servicio al Cliente.

➤ MEDIOS AUDIOVISUALES

Circuitos Privados de Televisión.- Están instaladas en las estaciones de transferencia Norte, Sur y Morán Valverde plasmas, y en las diferentes paradas a lo largo del sistema televisores, los mismos que están en frecuencia del Canal TV HOY canal 21, con la dirección del Distrito Metropolitano de Quito. En los que se transmiten información de los servicios que presta la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO. Dentro de este medio se puede considerar, las grabaciones de interés general o largometrajes, que vendrían a constituir lo mismo que un circuito privado.

➤ ACONTECIMIENTOS

Eventos Especiales.- Los eventos especiales que se presentan se denomina “ARTE EN EL TROLE”, en donde se hacen presentaciones artísticas cada mes. En las estaciones de transferencia Norte y Sur, en donde hay mayor afluencia de usuarios.

➤ DE COMUNICACIÓN MASIVA

Prensa, Televisión y Radio.- Se presenta información, sobre los actos y acciones sobre las diferentes campañas que se realizarán en el sistema, incentivando la cooperación en los mismos, como beneficio para toda la comunidad.

Se utilizan los medios mencionados anteriormente como estrategias de relaciones públicas tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- Educación y cultura de transporte
- No invasión del carril exclusivo del Trolebús.
- Seguridad en el Trolebús

Esta campaña, como una de las estrategias comunicacionales, espera dar soluciones progresivas a los problemas encontrados tanto para la invasión de la vía, seguridad en el Sistema de Transporte Trolebús y el nivel de educación y cultura en la ciudadanía, creando un espíritu de colaboración y trabajo mancomunado con el personal del Trolebús, la Policía Nacional y todos los actores involucrados en el mismo.

4.1. SITUACIÓN

A raíz del apareamiento del Trolebús en 1996, la transportación en la ciudad de Quito, tomó otro ritmo, convirtiendo a este Sistema en uno de los más exitosos y reconocidos, por la comunidad. A medida que ha pasado el tiempo, la demanda del Trolebús ha aumentado vertiginosamente, debido a que se ha constituido en un servicio rápido, económico y eficiente, preferido por la comunidad. Todo esto hace que, lamentablemente, en las horas pico se torne difícil abastecer a todos los usuarios y que se complique ingresar a las

unidades, irrespetando las filas y a personas que merecen mayor consideración.

Todo esto ha ocasionado graves dificultades al Sistema, congestionándolo, utilizando inadecuadamente el servicio, como irrespetar a las personas al hacer filas, aglomeración en las puertas, atropellos y otras acciones que perjudican al usuario. Esto no permite el libre acceso a las unidades, especialmente a quienes tienen limitaciones físicas.

La EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO S.A., conocedora de la falta de conocimiento que existe en nuestra ciudad y de la dificultad que representa para la mayoría de estas personas trasladarse o transportarse, con riesgos o maltratos de un lugar a otro, adopta la campaña de educación y cultura.

Esta campaña se realizará en dos fases: la primera fase será la visita a establecimientos educativos cercanos a la vía exclusiva del Trolebús (marzo 2011); y la segunda fase será con las Brigadas de Educación Vial de la Policía Nacional, durante dos meses (mayo y junio 2011)

4.2. PÚBLICO OBJETIVO (TARGET)

- Usuarios del Trolebús, clase media a baja (madres, padres de familia, profesionales)
- Personas con discapacidad.
- Jóvenes, niños. (estudiantes de colegios y escuelas)
- Ciudadanía del Distrito Metropolitano de Quito en general.

4.3. EDUCAR Y CULTURIZAR A LOS USUARIOS EN NORMAS DE TRANSPORTE Y PEATONIZACIÓN PARA EL BUEN USO DEL SISTEMA

Este proyecto está dirigido a toda la ciudadanía de Quito, en donde se indican las normas de seguridad y educación vial.

4.4. EDUCAR Y CONCIENCIAR A LA COMUNIDAD SOBRE LA NO INVASIÓN DE LA VÍA EXCLUSIVA DEL TROLEBÚS

Dirigido para todos los habitantes de la Ciudad de Quito que utilizan vehículos, livianos particulares, en donde el Departamento de Seguridad da seguimiento día a día para frenar en parte este grave problema que ocasiona retraso en las frecuencias programadas por el Trolebus y a su vez el retraso de los usuarios a sus distintas actividades.

4.4.1. INFORMAR SOBRE LA GESTIÓN DEL SISTEMA TROLEBÚS INTERNA Y EXTERNAMENTE

La publicidad para los proyectos antes indicados serán impresos con información que permita prevenir y reducir la delincuencia, ya que la comunidad es quien debe colaborar para la reducción de este índice, mediante una adecuada difusión de las normas o procedimientos respectivos, para lo que se ha elaborado distintos impresos que serán utilizados dentro de la campaña.

EDUCACIÓN Y CULTURA DE TRANSPORTE




Juntos por un mejor servicio



Campaña de educación y cultura de transporte

Nombre: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____

C.I.: _____

ALCALDÍA METROPOLITANA

QUITO

Al adquirir su tarjeta sin contacto Metro Q, exija el color azul para la tarifa integral y la roja, para la reducida (personas con discapacidad, adultos mayores y estudiantes).

- Cuide sus pertenencias, colóquelas en un lugar seguro.
- Si los conductores observan ingresar algún sospechoso a las unidades, anunciarán a los pasajeros que cuiden sus pertenencias.
- Si es víctima de un robo avise de inmediato al conductor o algún personal del Trole.

Si usted observa alguna irregularidad, ayúdenos informando a Servicio al Cliente en las tres estaciones del Trole (La Y, El Recreo y Marán Valverde) o a la línea gratuita 1 800 TROLEB (876532).
www.trolebus.gov.ec

PRECAUCIONES Y ACCIONES A TOMAR

PRECAUCIONES

COMBATA LA EVASIÓN

Al adquirir su tarjeta sin contacto Metro Q exija el color azul para la tarifa integral y la roja, para la reducida (personas con discapacidad, adultos mayores y estudiantes).

AL INGRESAR

Evite quedarse en las puertas de acceso, es el lugar propicio para que actúen los delincuentes.

ACCIONES A TOMAR

SI OBSERVA UN ROBO,

O es víctima de alguno, avise de inmediato al conductor o al personal del Trole.

CUIDE SUS PERTENENCIAS

Coloque en un lugar seguro sus objetos de valor. No los deje en sitios visibles o de fácil acceso.

Realice su denuncia, el Trolebús presta todas las seguridades del caso

PREVENCIÓN Y SEGURIDAD



EMERGENCIAS

101	102
Policía Nacional	Bomberos
131	911
Cruz Roja	Central de Emergencias



SEGURO

viajo con el Trole

Campaña de Prevención y Seguridad



NO SE PERMITE 

NO INSISTA

No utilice el servicio en estado etílico.
No ingresar con animales ni ventas ambulantes.




Si usted observa alguna irregularidad, ayúdenos informando en Servicio al Cliente en las tres estaciones del Trole (La Y, El Recreo y Morán Valverde) o a las líneas gratuitas 1 800 TROLEB (876532), 1 800 CORPOSEG (267767) o en la página web www.trolebus.gov.ec




Alcaldía Metropolitana







- Embarque y desembarque con precaución.
- Utilice su derecha para ingresar y para salir del Trole.




- El ingreso por la primera puerta del Trole es exclusivo para personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres embarazadas o con niños en brazos.
- El resto de usuarios podrán ingresar por la segunda y tercera puerta.




- Mantenga el orden en las filas al ingresar al Trole y a los buses alimentadores.
- Tome el circuito que más le convenga, contamos con 5 circuitos, con intervalos de 1 a 10 minutos.



- Ceda el asiento, que les corresponde, a personas con discapacidad, adultos mayores, mujeres embarazadas o con niños en brazos.
- Respete los espacios para las personas con discapacidad.



- Si observa que la unidad ya no tiene capacidad, no ingrese.
- No se aglomere en las puertas para su comodidad y seguridad.



- Utilice los espacios establecidos para el peatón.
- Mantenga la limpieza en las estaciones y paradas.

Esté atento a los mensajes (gráficos) que aparecerán sobre esta Campaña, en el Metrohoy, preséntelos en Servicio al Cliente de las tres estaciones junto con este informativo... **! HABRÁN SORPRESAS !**

PRECAUCIONES PARA UN MEJOR SERVICIO


Recuerde retirar su tiket, es su único seguro de viaje, al ingresar a los buses alimentadores y no se olvide de entregarlo al personal del Trolebús al llegar a cada una de las estaciones.

Precauciones

- Cuide sus pertenencias, colóquelas en un lugar seguro.
- Si los conductores observan ingresar algún sospechoso a las unidades, anuncian a los pasajeros que cuiden sus pertenencias.
- Si es víctima de un robo avise de inmediato al conductor o algún personal del Trole.


Si usted observa alguna irregularidad, ayúdenos informando a Servicio al Cliente en las tres estaciones del Trole (La Y, El Recreo y Morán Valverde) o a la línea gratuita 1 800 TROLEB (876532)
www.trolebus.gov.ec

NOMBRE: _____
DIRECCIÓN: _____
TELÉFONO: _____ C.I.: _____




El Trole

¡juntos por un mejor servicio!



Campaña de educación y cultura de transporte

Alcaldía Metropolitana



Es necesario realizar la difusión mediante campañas de Educación Vial con la colaboración de la Policía Nacional, con el objeto de reducir el índice de siniestros en la vía entre el vehículo y el peatón. Por lo que es necesario apoyarse con afiches usando los siguientes conceptos:





4.5. PROPUESTA COMUNICACIONAL (PRESUPUESTO)

Toda acción o actividad a realizarse debe estar sustentada económicamente de tal forma que se pueda realizar estrategias comunicacionales, con la aprobación de las autoridades de la institución.

Los valores asignados para el Departamento de Comunicación y Seguridad, fluctúan entre los \$50.000 dólares, sujetos a la reforma presupuestaria que en este tipo de acciones se vuelve necesario por posibles eventualidades.

4.5.1. COSTOS Y REQUERIMIENTOS ADICIONALES

Detalle presupuestario de los productos comunicacionales requeridos para el cumplimiento de la propuesta.

PIEZA	RESPONSABLES	VALOR DÓLARES
100 AFICHES ADHESIVOS	DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL	500
50000 HOJAS VOLANTES, DÍPTICOS, GRÁFICOS		1200
CUÑAS DE RADIO		700
SPOT DE TV. Y LANZAMIENTO EN CANALES		14000
PASTILLAS INFORMATIVAS EN METRO HOY		0
BANNERS EDUCATIVOS	EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO QUITO	3000
TOTAL		19400

Fuente: Departamento de Comunicación Social de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.

- **PRIMERA FASE (JULIO 2011)**

Proyector (infocus), laptop, pantalla para proyectar y vehículo.

- **SEGUNDA FASE (SEPTIEMBRE 2011)**

Los costos que, implicará esta campaña y que, no están incluidos en piezas comunicacionales, como el caso de un refrigerio para los estudiantes que, estarán durante dos meses en el Trolebús.

- **TERCERA FASE (NOVIEMBRE 2011)**

Educación cultural a través del arte: títeres para niños con mensajes de educación y cultura de transporte; danza, para jóvenes; y mural de pintura para adultos.

4.6. ACCIONES A EMPLEARSE PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PLANTEADA

- ✓ La campaña se realizará en tres fases, la primera fase consiste en la visita a establecimientos educativos cercanos a la vía del Trolebús (julio

2011); la segunda fase se cumplirá en septiembre y junio 2008, con la participación de los colegios municipales y el Área de Educación Vial de la Policía Nacional; y la tercera fase desde noviembre hasta diciembre del 2011 a través del arte en las estaciones del Trolebús.

- ✓ La campaña masiva de información se realizó de marzo a junio del presente; la que deberá ser reforzada durante todo el año, a través de las presentaciones de arte en las estaciones, con mensajes directos de educación y cultura de transporte.
- ✓ El decreto Presidencial en el que se exige a los estudiantes de los quintos años realicen alfabetización, en parte suspendió la programación establecida para el inicio de la campaña de Educación Vial, la que se sometió a cambios coordinados entre la Policía Nacional y el Trolebus, para lo que se cuenta con el apoyo de los Colegios Municipales actores activos de esta campaña.
- ✓ Se capacitará también, al personal de Servicio al Cliente, recaudadores y conductores del Trolebús sobre la información que deben proporcionar a los usuarios, ellos también serán los encargados de entregar, difundir y explicar el material impreso.
- ✓ Se incluirá en el material de instrucción e información que imparte Educación Vial, a escuelas y colegios de la ciudad, normas de educación y cultura de transporte de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO, especialmente a aquellos establecimientos educativos que estén cercanos a la vía exclusiva del Trolebús, tales como Dillon, Central Técnico, Cardenal de la Torre, San Fernando, 5 de Junio, Consejo

Provincial, Sagrados Corazones, Quito, Miguel de Santiago y la Escuela Ángel de la Guarda.

- ✓ Se realizará la presentación de las normas de seguridad a los estudiantes, en coordinación con la Seguridad de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO.
- ✓ Educar y culturizar a los usuarios a través del arte; presentación de títeres para niños, danza para jóvenes y un mural cultural (pintura) para los adultos.
- ✓ La Constitución de la República en el Art. 47, dispone que en el ámbito público y privado recibirán atención preferente y especializada los niños, mujeres, personas con discapacidad, la tercera edad, entre otros.
- ✓ Para la campaña (No invasión a la vía del trole) se realizará diferentes actividades como el trabajo con mimos, entrega de material impreso, colaboración de la Policía Nacional y difusión a través del audio interno.
- ✓ Pautaje con medios de comunicación que tengan un nivel de audiencia elevado, (Televisión - Radio), para una difusión permanente.
- ✓ Disponer del material necesario para las diferentes campañas efectuadas.

4.7. TÁCTICAS QUE SE DEBEN APLICAR A LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL.

- ✓ El slogan que se propone es: ¡Juntos por un mejor servicio!
- ✓ Entrevistas con el Director de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO, en medios de comunicación para el lanzamiento oficial de esta campaña.

- ✓ Información a través de medios de comunicación masivos (boletines, carpetas informativas, rueda de prensa, entrevistas, reportajes); y alternativos (perifoneo en estaciones y troles por personal de servicio al cliente y conductores, respectivamente; audio interno troles, afiches en paradas, estaciones y unidades del Trole, Metro Hoy, Canal 21- Tesatel)
- ✓ La presencia de alumnos de colegios municipales y el Área de Educación Vial de la Policía Nacional, durante dos meses, de lunes a viernes, en estaciones, paradas y unidades del Trolebús que, colaborarán con el personal de Servicio al Cliente para entregar el material informativo y hacer respetar normas de educación y cultura de transporte.
- ✓ Todo este personal se aprovechará también, para impartir normas de cuidado de las pertenencias y seguridad en general, dentro del Sistema.
- ✓ Pastillas informativas de educación y cultura de transporte, en Metro Hoy.
- ✓ Educar a los usuarios a través de los eventos culturales de ARTE EN EL TROLE.
- ✓ Las normas de educación y cultura de transporte, respeto a accesos y asientos señalizados y exclusivos para personas con discapacidad, adultos mayores y mujeres embarazadas o con niños en brazos, respeto a los pasos cebras, son las informaciones que requieren los usuarios, medios de comunicación y que deberán ser trabajadas de manera correspondiente.
- ✓ Se establecerá una agenda de medios con voceros principales (Director de la EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO) para dar entrevistas.

4.8. CONTROL DE LA PROPUESTA COMUNICACIONAL

4.8.1. INDICADOR DE EFECTIVIDAD DE MEDIOS

Cada semestre se realizan encuestas a los usuarios para determinar la efectividad de comunicación en los diferentes medios: prensa, televisión, publicidad impresa y radio. Estos resultados son monitoreados en un indicador, que permite identificar cual es el medio que impacta más a la ciudadanía, y logra contribuir al cambio buscado por la organización relacionado a cultura de transporte, que por ende la seguridad se ha analizado que es muy importante.

De manera adicional se cuenta con encuestas en línea a través de la página web, las que son comparadas con los otros mecanismos.

La información se coordinará directamente con Comunicación Social del Trolebús.

4.9. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.9.1. CONCLUSIONES

- El Trolebús ha sido uno de los proyectos más exitosos en los últimos años desde su creación en el Distrito Metropolitano de Quito, logrando con ello una gran aceptación por parte de sus usuarios.

- El crecimiento de una empresa de transporte como es el Trolebús, conlleva al desarrollo desmedido de graves problemas de seguridad, afectando la integridad tanto de los usuarios como de todos los integrantes de la misma.

- Después de conocer los conceptos de los temas que son los principales en éste proyecto, determinamos que la seguridad integral y las

relaciones públicas, van relacionadas entre sí, ya que son los determinantes en una empresa y en una ciudad cuyo sistema de transporte se torna difícil por su situación geográfica, y por el grado de amenazas que en él se producen.

- La implementación de equipos tecnológicos y de la estructura organizacional en el sistema de transporte, por el Departamento de Seguridad, permite que el usuario del Trolebús haga respetar sus derechos y cumplir con sus obligaciones.
- El cliente usuario del Trolebús tiene una guía a la que debe regirse y sentirse seguro en este servicio de transporte, con los medios comunicacionales y estrategias adoptadas.
- La propuesta comunicacional fortalecerá los canales de comunicación entre los usuarios y el Sistema Trolebús, para la óptima aceptación, conocimiento y colaboración, debido al fuerte impacto de las campañas.

4.9.2. RECOMENDACIONES

- Para el óptimo cumplimiento de las estrategias adoptadas se debe cumplir con todo lo establecido, tiempo y recursos asignados.
- Es recomendable evaluar periódicamente estudios de mercado por medio de encuestas o por la observación de campo, para conocer el grado de evolución de las amenazas al sistema de transporte.
- Mantenerse actualizado con los últimos estándares de calidad, mantener el éxito y la mayor captación de usuarios del Sistema de Transporte Trolebús.

- Como el tema de seguridad es una de las variables más preocupantes de la ciudadanía, es necesario la experticia del personal encargado.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

CALIDAD DEL SERVICIO

La calidad no reside sólo en lo tangible de la oferta, sino también en los servicios que se incorporan y a través de los que se puede mejorar el grado de satisfacción del mercado potencial al cual se dirige la oferta.

CANAL DE COMUNICACIÓN

Es el medio de transmisión por el que viajan las señales portadores de la información que pretenden intercambiar emisor y receptor. Estos pueden ser personales o masivos, los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa (voz a voz), los canales masivos pueden ser escrito, radial, televisivo e informático.

COMUNICACIÓN

Proviene del latín communis, común. Al comunicarnos tratamos de establecer algo en común con alguien, además es la transmisión verbal o no verbal de alguien que desea expresar algo.

CORTOMETRAJE

Es una producción audiovisual o cinematográfica que dura sustancialmente menos que el tiempo medio de una película de producción normal. La finalidad es conseguir la atención del espectador desde el primer plano, a través de la historia que se le presenta.

CULTURA

Toda clase de comportamiento aprendido por el hombre en todo su existir.

C.C.N.

Corredor Central Norte

DELINQUIR

Violar una ley o mandato.

DELITO FLAGRANTE

En el mismo momento en el que se comete un quebrantamiento de la ley.

DEMANDA

Conjunto de bienes o servicios que los consumidores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios, manteniéndose constantes el resto de las variables, también se define como petición de compra de un título, divisa o servicio.

DIAPORAMAS

Se trata de una técnica audiovisual consistente en la observación de un trabajo fotográfico a través de la proyección cruzada de imágenes diapositivas sobre una o varias pantallas yuxtapuestas sincronizadas manualmente o con ayuda magnética, acompañada de una banda sonora. Desde la disponibilidad de proyectos de vídeo, uno también llama generalmente diaporama a la conferencia elaborada en un documento usando software tal como PowerPoint, que puede ser o bien una conferencia profesional o bien un espectáculo público compuesto solamente de fotografías.

DISUASIVAS

Inducir a algo con razones a cambiar de dictamen o propósito.

ESTRATEGIA

Acción o conjunto de acciones que conllevan al cumplimiento de un fin establecido.

ESTUDIOS DESCRIPTIVOS

Es el registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente.

FUENTES PRIMARIAS

Son aquellas fuentes que contienen información nueva u original y cuya disposición no sigue, habitualmente ningún esquema predeterminado.

FUENTES SECUNDARIAS

Son las que contienen material ya conocido, pero organizado según un esquema determinado. La información que contiene referencia a documentos primarios. Son el resultado de aplicar las técnicas de análisis documental sobre las fuentes primarias y de la extracción, condensación u otro tipo de reorganización de la información que aquéllas contienen, a fin de hacerla accesible a los usuarios.

FLOTA

Es un gran grupo de buques, de importancia numérica muy variable, destinadas al transporte.

GPS

Global Positioning System (Sistema de Localización Global), tecnología que permite la localización vía satélite de un punto concreto, indicando la posición con alta exactitud.

HORAS PICO

Se refiere a las distintas horas en las que regularmente se producen congestiones en la vía pública, hay una sobredemanda del transporte.

IDENTIDAD

Es la tendencia a obtener o asimilar los rasgos distintivos de otro individuo, líder o grupo social.

IMAGEN

Palabra o expresión que sugiere algo con lo que tiene cierta relación o analogía.

INGERENCIA

Meter una cosa en otra.

INTERCULTURALIDAD

Se refiere a la conflictiva convivencia de distintas culturas en un mismo entorno.

LARGOMETRAJE

Es una película con duración de cuarenta minutos o superior.

MEDIOS IMPRESOS

Son publicaciones para el público en general, como revistas especializadas, diarios, guías telefónicas y directorios industriales en los que una empresa puede publicar sus anuncios.

MÉTODO DEDUCTIVO

En ella se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

MISIÓN

Enunciado corto que establece el objetivo general y la razón de existir de una dependencia, entidad o unidad administrativa; define el beneficio que pretende dar y las fronteras de responsabilidad, así como su campo de especialización.

PAUTAJE

Son las veces que se desea rotar una cuña publicitaria en los diferentes medios de comunicación.

PERIFONEO

Es un mecanismo mediante el cual el proveedor de un bien o servicio, mediante un sistema de comunicación, generalmente un generador, micrófono y parlante se informa a las personas sobre algo de interés

POA

Es un plan operativo anual, es un proceso que las empresas u organizaciones utilizan para la medición de resultados.

PROGRAMAS DE ACCIÓN

Programa detallado que muestra lo que debe hacerse, quién lo hará, y cómo se coordinarán las decisiones y medidas para poner en marcha los planes y la estrategia de mercadotecnia.

PUBLICIDAD

La publicidad es una subdivisión del marketing que abarca todo lo que tiene que ver con mensajes pagados que promueven los productos, servicios, ideas o conceptos. El estilo y lo que ofrezca la publicidad tendrán influencia en el concepto que se forme el consumidor del producto y eso les hará tener una actitud positiva o negativa frente al mismo.

RECAUDOS

Poner en custodia con precaución y cuidado.

RED IP

Es un grupo de recursos que hacen posible que la señal de voz viaje a través de internet empleando un protocolo IP, esto significa que se envía la señal de voz en forma digital en paquetes, en lugar de enviarlo a través de circuitos utilizables, sólo para telefónica como una compañía telefónica convencional.

RED LAN

Una LAN es una red que conecta los ordenadores en un área relativamente pequeña y predeterminada, se pueden conectar entre ellas a través de líneas telefónicas y ondas de radio.

RELACIONES PÚBLICAS

Función directiva que crea, desarrolla y pone en práctica políticas y programas destinados a influenciar a la opinión pública o estimular la reacción pública respecto a una idea, un producto o una organización.

SEGURIDAD

Libre y exento de todo daño o riesgo.

SERVICIO AL CLIENTE

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure el uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing.

SISTEMA DE RADIOS TRONCALIZADOS

Se caracteriza por la seguridad y confiabilidad con varias opciones de cobertura, operación rápida y eficiente aún con un gran número de usuarios. Para las organizaciones donde la comunicación efectiva y privada son parte vital de la operación diaria, un sistema de radio troncalizado ofrece la cobertura, la eficiencia de canales, la seguridad y la flexibilidad necesarias.

SLOGAN

Es la frase de un anuncio que resume el mensaje publicitario.

TELEMETRÍA

Arte de medir distancias entre objetos lejanos.

TRONCAL

Es el enlace mayor entre la cabecera y las líneas alimentadoras.

USUARIOS

Es cuando se utiliza habitualmente un bien o servicio. Es el activo más valioso de una compañía. Sin ellos, las empresas no tendrían razón de ser. Los usuarios son personas que están dispuestas a pagar cierta cantidad de dinero en forma ordinaria por adquirir un servicio que satisfagan sus necesidades.

VISIÓN

Es la imagen futura de la organización, es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las operaciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

BIBLIOGRAFÍA

- ARCEO VACAS José Luis, FUNDAMENTOS PARA LA TEORÍA Y TÉCNICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, PPU, Barcelona, España, 1988.
- ARENS William, PUBLICIDAD, Mc Graw Hill, 2000.
- ARISMENDI Posada, CAMPO Darío, ROMULO Victoria, RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL TURISMO, MERCADEO Y SOCIEDAD, Clave, Bogotá, Colombia, 1993.
- BARQUERO CABRERO José Daniel, RELACIONES PÚBLICAS FINANCIERAS REALIDAD DE ALTA DIRECCIÓN EMPRESARIAL Y FACTOR DE ÉXITO, Grinver, 1992.
- BLAKE Roland, SEGURIDAD INDUSTRIAL, Diana, 1994.
- BONILLA GUTIÉRREZ Carlos, LA COMUNICACIÓN FUNCIÓN BÁSICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, Trillas, Barcelona, España, 1997.
- COHEN Dorothy, PUBLICIDAD COMERCIAL, Diana, 1991.
- CHASE, Richard, AQUILATO, Nicholas, JACOBS, Robert, ADMINISTRACIÓN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES, Mc Graw hill, octava edición, Bogotá, Colombia, 2000.
- DICCIONARIO DE MARKETING, Brosmac, Madrid, España, 1999.
- FERNÁNDEZ Carlos, GORDON L. Dahnke, LA COMUNICACIÓN HUMANA, Mc Graw Hill, México, 1995.

- FISHER Laura, NAVARRO Alma, INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS, Mc Graw Hill, segunda edición, México, 1990.
- GOLDMAN Jordan, RELACIONES PÚBLICAS EN LA MEZCLA DE MERCADOTÉCNIA, Mc Graw Hill, México, 1991.
- GONZALEZ Carlos, PRINCIPIOS BÁSICOS DE COMUNICACIÓN, Trillas, Barcelona, España.
- GUTIERREZ, Abraham, TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN Y METODOLOGÍA DEL ESTUDIO, Serie Didáctica AG, cuarta edición, Quito, Ecuador, 1995.
- HARRISON, Shirley, RELACIONES PÚBLICAS UNA INTRODUCCIÓN, Thomson, 2002.
- INCASI (Instituto de Capacitación en Seguridad Integral), CURSO PARA JEFE DE OPERACIONES, Ministerio de Educación y Cultura, Quito, Ecuador, 2007.
- INCASI (Instituto de Capacitación en Seguridad Integral), CURSO DE GERENCIA ESTRATÉGICA EN SEGURIDAD INTEGRAL, Ministerio de Educación y Cultura, Quito, Ecuador, 2008.
- KLEPPNER Otto, RUSSEL J, LANE Thomas, W Ronald, PUBLICIDAD, Prentice Hall, 1995.
- LASKER DAVIS Albert, CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EXITOSAS, Mc Graw Hill, México, 1994.
- LESLY Philip, NUEVO MANUAL DE RELACIONES PÚBLICAS. ANÁLISIS, TÉCNICA Y PRÁCTICA DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, Martínez Roca Ediciones, Tomo I, Barcelona, España, 1981.

- MALHOTRA, Maresh K, INVESTIGACIÓN DE MERCADOS UN ENFOQUE PRÁCTICO, Prentice Hall, segunda edición, México, 1997.
- MARTÍNEZ CABELLO David, AGUILAR AMILPA Martha, MARTÍNEZ AMILPA Gustavo, EL PROCESO DE LAS RELACIONES PÚBLICAS, tercera edición, México, 1995
- MC. FARLAND Lynne, SENN E. Larry, CHILDRESS John R., LIDERAZGO PARA EL SIGLO XXI, Mac Graw Hill, Bogotá, Colombia.
- MOORE Frazier H, CANFIELD Bertrand R, BIBLIOTECA DE PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS, Continental S.A., Tomo VI, México, 1987.
- NAVARRETE Carlos, LOS PÚBLICOS EN RELACIONES PÚBLICAS, revista mexicana de relaciones públicas, México, 1997.
- PÉREZ GONZÁLEZ Rafael Alberto, ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN, Ariel, primera edición, Barcelona, España, 2001.
- PORTER Michael, ADVANTAGE OF NATIONS.
- RAYMON Simón, SORIA MURILLO Víctor, RELACIONES PÚBLICAS Y HUMANAS, Limusa, 1991.
- RENDER, Barry, HEIZER, Jay, PRINCIPIOS DE ADMINISTRACIÓN DE OPERACIONES, Pearson Educación, primera edición, México, 1996.
- REVISTA GESTIÓN, Quito, Ecuador, mayo 1999.
- RÍOS Jorge, RELACIONES PÚBLICAS SU ADMINISTRACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES, Trillas, México, 2002.

- ROJAS Octavio, RELACIONES PÚBLICAS LA EFICACIA DE LA INFLUENCIA, Esic, Madrid, España, 2005.
- RUSSELL J, LANE Thomas, W Ronald, PUBLICIDAD, Pearson, 2001.
- URBINA, Gabriel, EVALUACIÓN DE PROYECTOS, tercera edición, Quito, Ecuador, 1997.
- WILCOX Dennis, AUTT Philips, WARREN Agee, RELACIONES PÚBLICAS ESTRATEGIAS Y TÁCTICAS, Adison Wesley Iberoamericana, Barcelona, España, 2001.
- WRAGG David, RELACIONES PÚBLICAS PARA MERCADEO Y VENTAS, Legis, Santa Fe de Bogotá, Colombia, 1992.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- DEPARTAMENTO DE SEGURIDAD DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO QUITO.
- DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y MARKETING DE LA EMPRESA PÚBLICA METROPOLITANA DE TRANSPORTE DE PASAJEROS DE QUITO QUITO.
- POLICÍA METROPOLITANA
- CORPOSEGURIDAD
- UNIDAD DE VIGILANCIA SUR UVS
- UNIDAD DE VIGILANCIA NORTE UVN

WEB

- w.w.w.advenezuela.com/guia_de_medios/relaciones_publicas/index.html
- www.miespacio.org/cont/invest/rp.htm
- www.margen.com
- www.staffcreativo.cl.htm

ANEXOS

ANEXO 1

ANEXO 2

IMAGEN INSTITUCIONAL

ALINEACION ESTRATÉGICA

OBJETIVOS	BSC	POA 2008	ACTIVIDADES
1.-Reducción de Costos para el servicio de alimentadores	Diseñar un modelo de gestión para Rutas de Alimentadores		
2.-Disponer de información financiera oportuna que permita la toma de decisiones		Implementar un Sistema Financiero	Optimización de la Gestión Financiera
3.-Optimizar recursos	Tercerizar servicios		Implementación de Una Base de Información, Normas y Procedimientos Adecuados Para el Control y Seguimiento de Los Bienes del Sistema Trolebus
			Mejorar la Calidad en la Gestión de la Cadena Logística
4.-Brindar seguridad dirigida tanto para el cliente interno y externo	Implementar un plan de seguridad integral	Implementación de un Plan de Seguridad y de Manejo Ambiental	
		Implementación de Medidas de Seguridad en el Sistema	Normar la Gestión de Recuperación de Siniestros
5.-Estandarizar y fortalecer la práctica de los procesos críticos de la empresa	Implementar un sistema de calidad integral (9000-14000- 18000)	Implementación del Sistema ISO 9001:2000	

6.-Posicionar el servicio de manera favorable	Mejorar la imagen corporativa del Trolebús		Optimización de la Gestión de la Comunicación Interna y Externa
7.-Satisfacer la demanda	Mejorar la gestión operativa de la flota	Mejoramiento de Equipos de Taller	
		Mantener en Optimas Condiciones la Flota de 113 Trolebuses	
8.-Garantizar la regularidad del servicio y cumplimiento de frecuencias	Garantizar cumplimiento de Horario y distancia	Incremento de la Capacidad de Transporte de la Flota(ok)	
		Mejoramiento y Adecuación de la Infraestructura Física y de la Vía Exclusiva(ok)	
9.-Incrementar ingresos para contribuir a la sustentabilidad y permanencia de la empresa	Generar Ingresos y servicios periféricos agregados al sistema	Repotenciación de la Zona Comercial de las Estaciones del Trolebus	
10.-Mejorar el clima y cultura organizacional	Implementar un programa de mejoramiento continuo del Talento Humano	Desarrollo del Rrhh del Sistema Trolebus	
		Mejoramiento del Clima Organizacional	

11.-Desarrollar nuevos servicios en portales corporativos

[Integración Tecnológica Empresarial](#)

Implementacion del Sistema Erp

Sistematizar el Archivo General de la Nueva Empresa

Explotación y Uso de Los Recursos Tecnológicos Internos (Intranet)

MIGRACION DE PLATAFORMA DE MENSAJERIA DE LOTUS NOTES A EXCHANGE SERVER

ASEGURAMIENTO DE LA INFORMACIÓN DE LA UOST (Protección y recuperación de datos)

ASEGURAMIENTO DE LA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA DE LA UOST

Desarrollar nuevos servicios en portales corporativos (WEB / EXTRANET / INTRANET)

MANUAL DE IMAGEN DEL TROLEBÚS

Uso del manual



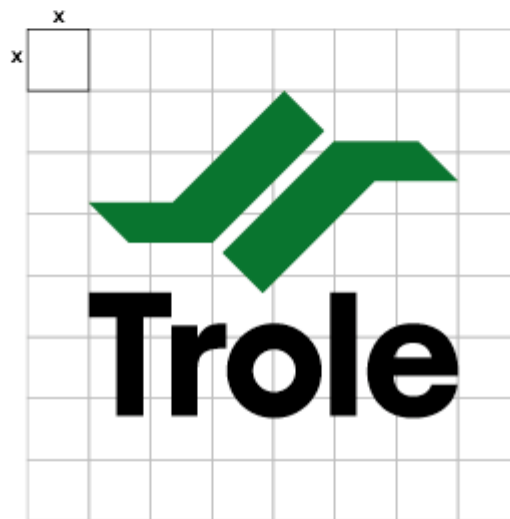
El Manual de Identidad Corporativa constituye un instrumento de consulta y trabajo para todas aquellas personas responsables de la utilización correcta de los elementos que conforman el logotipo de la Compañía Trolebús Quito S.A.

Este manual proporciona información de la identidad visual global del Trolebús, por lo que se sugiere leer detalladamente todo el contenido y seguir cada una de las indicaciones que en él se describen.

El buen uso de este manual aporta al manejo ordenado de la imagen del Trolebús.

A lo largo de estas páginas, se plantea el diseño y uso del logotipo, proponiendo un abanico de posibilidades para su uso y difusión.

Estructura del logotipo



1 El isotipo simboliza la silueta de dos buses vistos desde arriba, su disposición paralela refleja la manera en que funciona éste sistema que atraviesa a la ciudad de Quito. La inclinación de la línea rompe con la simetría y demuestra la versatilidad y forma particular de este medio de transporte.

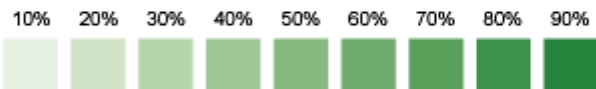
En heráldica el verde representa el crecimiento y la esperanza. Además, sugiere estabilidad y resistencia. Tiene una fuerte relación a nivel emocional con la seguridad.

La marca se complementa con la denominación de la empresa o nombre.

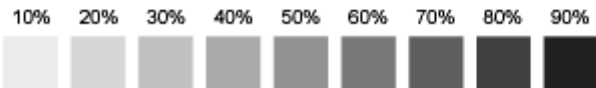
Colores Corporativos

PANTONE

Pantone 356 U





Pantone
Process Black U





MATICES

SEPARACIÓN EN CUATRICOMÍA

 Pantone 356 U	Cyan:95%	Magenta:0%	Amarillo:100%	Negro:27%
 Pantone Process Black U	Cyan:0%	Magenta:0%	Amarillo:0%	Negro:100%

SEPARACIÓN EN RGB

 Pantone 356 U	R:13	G:104	B:42
 Pantone Process Black U	R:0	G:0	B:0

2

Los colores corporativos son el Pantone 356 U y el Pantone Process Black U que representan al verde y negro respectivamente. Además de los pantones, tenemos los valores de éstos en cuatricomía para impresiones que ameriten el uso de las cuatro tintas CMYK y los valores en RGB, aplicable a medios digitales como televisión o internet.

Estos valores son inalterables en cualquier caso.

VERSIÓN PRINCIPAL



VERSIÓN SECUNDARIA



3 En la versión original del logotipo, el isotipo va colocado en la parte superior del nombre y es de color Pantone 356 U (Verde). La palabra Trole, es de color Pantone Process Black U (Negro).

La versión secundaria (Horizontal) puede ser usada cuando la restricción de espacio así lo amerite. Los colores en este caso son los mismos para cada elemento.

Los tamaños y colocación de los elementos deben ser respetados y aplicados como se sugiere en éste manual.



4 El área de restricción se refiere al espacio que hay que dejar alrededor del logotipo sin que ningún otro elemento rebase este límite. Ha sido determinada tomando como referencia un elemento del logotipo, en éste caso la letra O.

El área de restricción también nos sirve cuando el logotipo a colores va a ser colocado sobre una superficie de color que no este determinada como autorizada en este manual, en éste caso se usa el área de restricción en color blanco como fondo.

LOGOTIPO EN POSITIVO

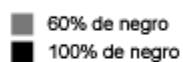


LOGOTIPO EN NEGATIVO



5 Estas dos opciones del logotipo se utilizan cuando va a ser aplicado en una tonalidad única de color donde el uso de las tintas esté restringido a una sola y sin tramas, por ejemplo: en sellos o avisos de prensa.

También se puede utilizar cualquiera de las dos opciones (blanco o negro) sobre fondos que no sean concordantes con los colores corporativos del logotipo, por ejemplo: sobre fondo rojo, naranja, celeste, entre otros.



- 6** Esta versión de logotipo se debe aplicar cuando el uso de la tinta este restringida al color negro, por ejemplo: en documentación interna que vaya a ser reproducida en impresoras blanco y negro o fotocopiadoras, o para avisos de prensa donde se puede utilizar trama.



7 Cuando va a utilizarse el logotipo en una sola tinta, diferente a la versión en blanco y negro, está permitido únicamente utilizar el color verde corporativo o el color dorado.

La opción de utilizar el logotipo a una tinta puede presentarse cuando en la pieza que va a ser aplicada, se manejen tonos específicos con los que el logotipo en blanco, negro o a color, sea discordante.

La opción de utilizar el logotipo en color dorado, es para piezas en las que se quiera resaltar el logotipo de una manera solemne o relevante.



TIPOGRAFÍA MOBIL

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

8

El nombre del logotipo está elaborado con tipografía MOBIL y de ahí la importancia de esta tipografía, que viene a convertirse en un elemento fundamental para la imagen de la institución.

Se utilizará esta tipografía en todas las piezas gráficas y digitales, a excepción de la documentación interna (Memos, solicitudes, formularios, entre otros)

Puede ser usada en combinación con la tipografía secundaria en piezas gráficas donde se requiera colocar textos más largos y ésta tipografía resulte muy pesada.

TIPOGRAFÍA ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

TIPOGRAFÍA ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

9

Existe una tipografía secundaria que puede ser utilizada como complemento de la tipografía principal, esta tipografía es ARIAL en sus versiones Regular y Bold.

La tipografía ARIAL también debe ser usada en los documentos de difusión interna, lo cual ayudará con la unificación y ordenamiento de los mismos y por ende, el reforzamiento de la marca.

Tamaño mínimo



10

El tamaño mínimo de reproducción del logotipo indica el tamaño menor en el que puede representarse la marca TROLEBÚS para su adecuada lectura. En este caso, el tamaño es de 1.5 x 1.329 cm.

En cuanto al tamaño máximo, no existe un límite determinado para su reproducción, éste dependerá del medio en donde vaya a ser utilizado. Sin embargo, se recomienda que el logotipo se encuentre acorde a los demás elementos que compongan la pieza gráfica y que su tamaño no sea exagerado para no causar un efecto negativo.

Uso incorrecto (Colores)



11

- 1) No cambiar el color del isotipo o del nombre. Siempre deben usarse los colores corporativos planteados en este manual.
- 2) No usar el logotipo a una tinta en colores que no sean los sugeridos en este manual.
- 3) No usar los colores de la ciudad de Quito en el logotipo del TROLE.
- 4) No usar el logotipo a color sobre un fondo no sugerido en este manual sin el área de restricción.



12

- 1) No cambiar el orden de los elementos del logotipo.
- 2) No modificar el tamaño de los elementos de manera independiente. La proporción del isotipo con el nombre deben respetarse de acuerdo a lo planteado en este manual.
- 3) No deformar el logotipo, existen dos versiones del mismo (Vertical y horizontal) para que sea usado de acuerdo al espacio y a la necesidad.
- 4) No usar otra tipografía para el nombre, que no sea la sugerida en este manual.
- 5) No usar líneas delgadas para la construcción del isotipo, ni tampoco girarlo. Para reproducirlo debe tomarse como referencia la cuadrícula de la página 1.



13

- 1) El logotipo a color puede ir sobre fondo amarillo mostaza exclusivamente si va a ser impreso en sobres tipo manila.
- 2) El logotipo puede ir sobre fondo verde, siempre y cuando el verde sea del mismo tono del isotipo y solamente hasta un 40% de su intensidad.
- 3) Si el logotipo a colores va a ser usado sobre otros fondos que no sean los sugeridos en los numerales 1 y 2 de ésta página, debe usarse el área de restricción en color blanco como fondo.

Denominación de la empresa



14

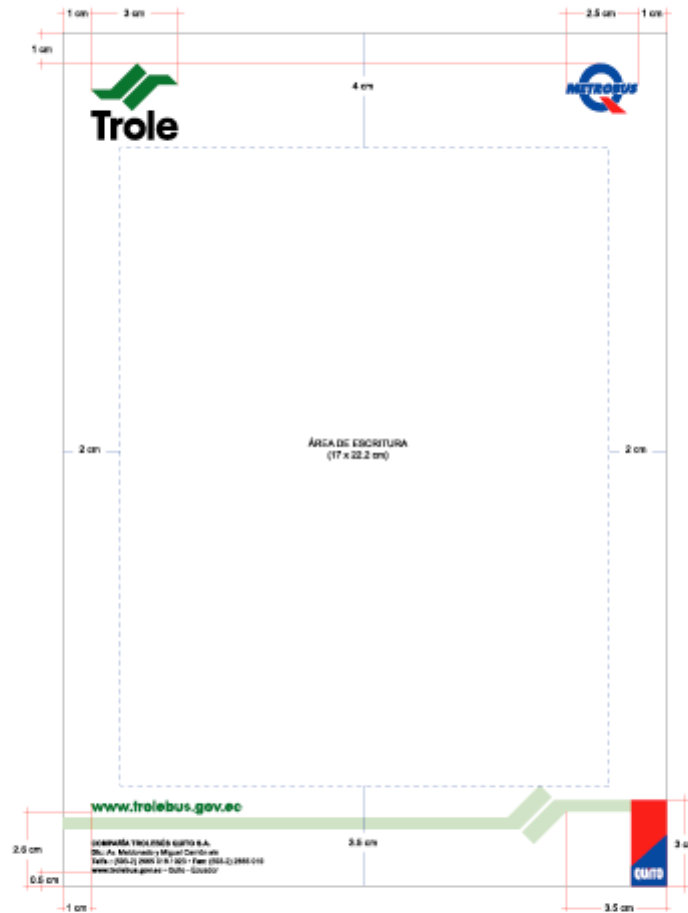
La versión del logotipo acompañado de la denominación de la empresa se puede utilizar para documentos administrativos o contables. La estructura del logotipo no varía en su forma ni especificaciones y, respetando el área de restricción, se adiciona el nombre oficial de la compañía separado del logotipo por una línea. Para determinar el tamaño de la denominación de la empresa, se toma como referencia el alto del isotipo como se muestra en la gráfica. Los elementos van centrados horizontalmente.



15

En el caso de otras empresas administradas por el Trolebús, como la ECOVIA, se utiliza el mismo isotipo y el nombre va colocado proporcionalmente con la misma tipografía y ubicación que en la versión principal del logotipo del TROLEBÚS.

En el caso de la ECOVIA, el isotipo va en color vino (Pantone 704 U). Las aplicaciones desarrolladas en este manual, pueden ser utilizadas para la ECOVIA. Deben tomarse en cuenta los valores y medidas aquí sugeridas.



16

En la hoja membretada van colocados tres logotipos: Trolebús, Metrobús Q y el banderín de Quito. Deben respetarse el orden y tamaño de los elementos. Además está determinada el área de escritura que es de 17 x 22.2 cm.

La tipografía para direcciones y teléfonos es Arial de 7 puntos en color negro y para la página web es Mobil de 15 puntos en color Pantone 356 U.

En la parte inferior está colocado el isotipo a manera de detalle, que separa la información de la empresa. Esta franja es de color Pantone 356 U al 20%.

Tarjetas de presentación

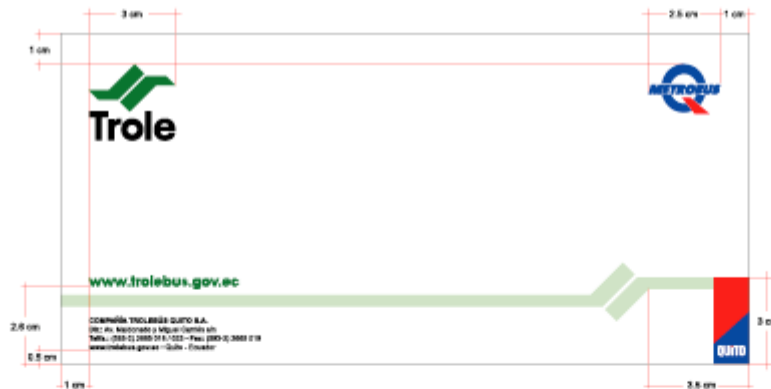


17

La tarjeta de presentación mide 9 x 5.5 cm y es de doble lado. La cara principal es de color blanco, en ésta constan los datos de nombres y direcciones. La tipografía para direcciones y teléfonos es Arial de 6 puntos en color negro, el nombre es de color Pantone 356 U, va en tipografía Arial Bold de 10 puntos y los datos van en color negro en tipografía Arial de 7 puntos. En esta cara van colocados los logotipos de Trolebús y el banderín de Quito.

La cara posterior es de color Pantone 356 U, en esta va la página web en color blanco con tipografía Mobil y el logotipo de Metrobús Q. El detalle del isotipo del Trolebús va en color Pantone 356 U al 80% a manera de marca de agua.

Sobre Oficio



18

Los elementos gráficos del sobre van colocados en la parte posterior, las medidas y ubicaciones se detallan en centímetros, las cuales deben ser respetadas para que se mantenga la uniformidad con el resto de piezas que conforman la papelería. Los sobres llevan tres logotipos que tienen la misma ubicación y dimensiones que en las hojas membretadas

Todos los elementos (Direcciones, teléfonos, tipografía, entre otros.) van distribuidos igual que en las hojas membretadas, los colores y porcentajes también son los mismos.

La solapa es de color Pantone 356 U en su totalidad.

Sobre F3



19 El sobre F3 tiene un tamaño de 23 x 32 cm. y al igual que el sobre oficio, los elementos deben estar distribuidos tomando en cuenta las dimensiones y posición que se sugiere en este manual.

Los colores, tipografías y dimensiones de los elementos son exactamente iguales que en el sobre oficio y de igual forma la solapa es de color Pantone 356 U en su totalidad.



20

El sobre manila tiene un tamaño similar al sobre F3. A diferencia de éste, el sobre manila lleva solo el logotipo del Trolebús, el cual va colocado en la esquina superior izquierda del sobre. El logotipo en éste caso puede ser de color sin necesidad de usar el área de restricción.

La tipografía para direcciones y teléfonos es Arial de 7 puntos en color negro.

La página web va en color negro en sentido vertical en la esquina inferior derecha. La tipografía es Mobil de 15 pts.

Memorando



22

Al igual que la solicitud, el memorando lleva los logotipos de Trolebús y Metrobús Q en las esquinas superior izquierda y derecha, respectivamente.

La tipografía para las direcciones y teléfonos es Arial de 7 puntos y va en color negro.

Si este documento va a ser reproducido internamente, debe tomarse en cuenta los valores de colores que se sugieren en este manual para que se conserve la igualdad corporativa.

Formulario de quejas o sugerencias

1 cm 3 cm
1 cm

 **Trole**
Compañía
Trolebús
Quito S.A.

SERVICIO AL CLIENTE
No. 00000000



Quito, _____ de _____ del _____

Señor Director:
Por medio de la presente expongo mi:
Felicitación Sugerencia Queja

Respecto al servicio recibido en:
Parada Estación
Trolebús Alimentador Otros

Por parte del:
Recaudador Conductor Otro

El día _____ de _____ del _____ a las _____ horas.

ASUNTO:

Mi datos de identificación son:
Nombre: _____ C. I. _____
Dirección: _____
Teléfono Domicilio: _____ Teléfono Trabajo: _____

NOTA:
Declaro bajo juramento que los datos expresados en la presente solicitud son verdaderos y en caso de falsedad me someto a las acciones judiciales y penas correspondientes.

Observaciones: _____

Atentamente,

Firma o Huella Digital

Recibido: Personal de Servicio al Cliente de la U.O.S.T. _____
Nombre _____

Firma: _____

Llamada Telefónica: Número al que se comunicó: _____

1 cm 1 cm

24

Esta pieza mantiene el equilibrio gráfico con el resto de documentos internos o informativos, debido a que su distribución y elementos han sido dispuestos tomando como referencia a los documentos anteriores, esto nos permite unificar la imagen corporativa tanto interna, como externamente.

Avisos de prensa

CONVOCATORIA REGISTRO DE PROVEEDORES

Compañía Trole S.A.

Compañía TROLEBUS QUITO S.A.J. convoca a todos los proveedores habilitados a presentar su inscripción y a ofrecer los servicios que se detallan en el presente anuncio de convocatoria y a participar en el proceso de selección de proveedores para la prestación de servicios. La inscripción debe presentarse en la oficina de la Compañía Trole S.A. ubicada en la Av. Amazonas 1000, entre las calles 10 y 11 de la ciudad de Quito, hasta el día 10 de mayo del presente año, hasta las 17:00 horas.

PERSONAS NATURALES

- Nombre y apellidos completos del interesado
- Copia de la cédula de ciudadanía
- Último Documento del Impuesto a la Renta (últimos legítimos)

PERSONAS JURÍDICAS

- Récord Social de la Empresa
- Nominación del representante legal, de la persona jurídica debidamente inscrita en el Registro Mercantil
- Copia de la escritura de constitución de la compañía
- Certificado del cumplimiento de obligaciones con la Superintendencia de Compañías
- Último balance presentado a la Superintendencia de Compañías

PERSONAS NATURALES Y JURÍDICAS

- Carta de Presentación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes
- Certificado emitido por la Comandante General del Ejército, en el que conste que no se han cumplido con las obligaciones del Régimen Militar
- Documento o estados financieros auditados al último año anterior, presentados al organismo aludido según corresponda. Si la actividad es presentada por una persona natural, este año debe cumplir con este requisito, así como la declaración del impuesto a la Renta del último ejercicio fiscal
- Dirección del proveedor, teléfono principal, celular, correo electrónico, número de fax, correo electrónico, correo electrónico, fax o teléfono

DECLARACIÓN FORMAL DE LA VIGILANCIA DE LA CALIDAD DE DESPACHO LAS CARACTERÍSTICAS Y CONDICIONES DE LAS OBRAS, SERVICIOS Y PRODUCTOS DE FORMA PERMANENTE CONTINUAMENTE.

- Experiencia: Labor de empresa a quienes haya servido o prestado su servicio
- Calidad del producto o servicio: Muestra o presentación de manifiesto del tipo, de sus partes y repuestos
- Fotografía actualizada de la infraestructura y/o local comercial
- Distribución nacional por parte del fabricante y del distribuidor
- Servicios en caso de emergencia y repuestos.

Nota: Los documentos deberán ser los originales o en su defecto copias debidamente notariadas.

Av. Amazonas Miguel Cordero s/n - CAG - Telf.: (02) 2 288 218-128
Fax: (02) 288 218 - www.trolebus.com.ec

ALCALDÍA METROPOLITANA QUITO

AVISO

Alcalde para la gestión de los procesos de selección por la Compañía TROLEBUS QUITO S.A.J. El Municipio Metropolitano de Quito, convoca al personal de Ingenieros Electricistas, Instaladores, Economistas, Contadores y afines, con experiencia en el sector del transporte.

Cargo Director Técnico de Área

Modalidad: Contrato de Servicios Occasionales

Remuneración: 1360 USD

Disponibilidad: Tiempo Completo

Ref. Directivo

Competencias requeridas para el puesto:

- Titulación
- Experiencia
- Experiencia con resultados
- Hábitos de decisiones
- Gestión de servicio
- Hábitos en equipo
- Organización

Se solicita a los interesados enviar el curriculum vitae con fotografía actualizada a la dirección de correo electrónico riga@trolebus.gov.ec hasta el viernes 10 de enero del presente año, hasta las 17:00.

Crd. René Lopez
DIRECTOR GENERAL

ALCALDÍA METROPOLITANA QUITO

25

Para avisos de prensa, podemos usar las dos modalidades de logotipo, la versión principal y la que está acompañada de la denominación de la empresa, la aplicación de cualquiera de estas versiones, dependerá de la información que se va a colocar.

Banners



26

En piezas gráficas como banners se pueden crear diferentes opciones, todo dependerá del mensaje que se requiera transmitir.

Para reforzar la imagen del Trolebús y crear recordación de marca, podemos usar los colores corporativos en la composición tomando en cuenta las normas sugeridas en este manual.

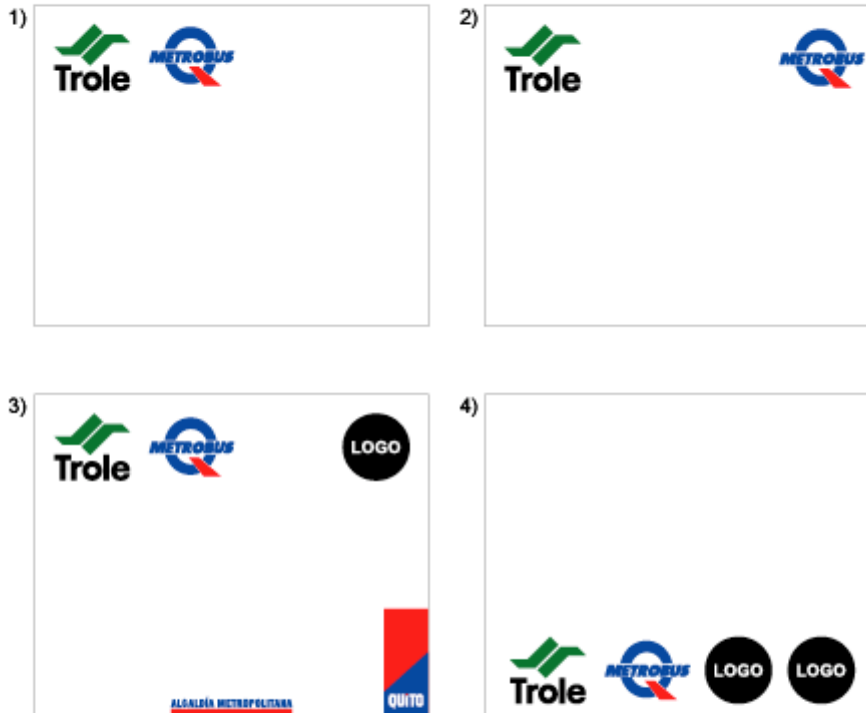


27

Si el logotipo del Trolebús va a ir colocado junto a otros logotipos, debe tomarse en cuenta el área de restricción. Si son más de dos logotipos, tomamos como referencia el área de restricción del logotipo del Trolebús, es decir, la letra O, para que todos los logotipos tengan la misma distancia y se vea una composición uniforme. Si alguno de los logotipos que acompañen al nuestro, tiene una especificación distinta en su respectivo manual corporativo, deberá tomarse en cuenta dicha aplicación (En el caso específico de ese logotipo).

Por ningún motivo el resto de logotipos debe ser más grande que el logotipo del Trolebús. Éstos deben ser del mismo tamaño o más pequeños.

Ubicación correcta



28

- 1) El logotipo del Trolebús debe ir siempre colocado en el lado izquierdo del documento. En caso de piezas publicitarias, se puede colocar el logotipo de Metrobús Q, respetando el área de restricción, junto al logo del Trole.
- 2) Generalmente el logotipo del Trolebús debe ir colocado en la esquina superior izquierda de la pieza gráfica y, a la misma altura, en la esquina derecha debe ir colocado el logotipo de Metrobús Q.
- 3) Los logotipos que tiene una ubicación definida, como es el caso del logo del Municipio de Quito, se colocarán tomando en cuenta sus especificaciones.
- 4) En el caso de auspicios, independientemente de la ubicación en el documento, el logotipo del Trolebús deberá ir siempre al lado izquierdo del resto de logos y debe respetarse su área de restricción.



29

Para las credenciales del personal, usamos los logotipos de Trolebús y Metrobús Q en sus versiones a color. Al igual que en la papelería, hemos usado el isotipo a manera de detalle, el cual nos ayuda a dar equilibrio a la pieza y a reforzar la marca.

El resto de elementos han sido colocados tomando en cuenta los parámetros definidos en este manual (colores y tipografía).



El Trole pone a Quito en movimiento

El **Trole**
pone a **Quito**
en **movimiento**

30

El slogan que define a la empresa Trolebús es:

El Trole pone a Quito en movimiento

Para representar gráficamente este importante elemento, hemos partido por el uso de la tipografía corporativa MOBIL, de ahí podemos crear una infinidad de opciones. En la gráfica se muestra un ejemplo de lo que se puede crear con éste slogan. La combinación de colores corporativos pueden ayudarnos a resaltar los elementos.



- 31** | En esta opción de tarjeta para visitantes, se usaron recursos que se han aplicado en otras piezas gráficas, pero que funcionan en ésta y otras piezas corporativas, ayudándonos a crear una recordación de marca.

Vehículos de uso oficial



32

Los vehículos de uso oficial deben tener el logotipo en su versión principal (a color), pero si el color del vehículo donde va a ser colocado el logotipo es discordante con el color del logotipo, se recomienda usar la versión en blanco o negro.

Camisetas



33

En el caso de camisetas tipo polo (con cuello), se puede usar el logotipo bordado en la parte izquierda del pecho.

Las camisetas de cuello redondo o en V pueden llevar serigrafiado el logotipo en la parte central del pecho.

El color de logotipo debe aplicarse de acuerdo al color de fondo de la camiseta. Para ésto, debemos tomar en cuenta las especificaciones de uso de ésta manual.



35

En el caso de las gorras, se debe usar el logotipo en su versión principal. El color del bordado dependerá del color de fondo de la gorra y la gama de colores de los hilos, puesto que éstos deben ser iguales a los pantones del logotipo.



36

Al igual que en el resto de souvenirs y piezas gráficas deben considerarse los colores de fondo, puesto depende de éstos para usar las diferentes versiones de color del logotipo. Además es importante tomar en cuenta que las tintas o colores que se usen en los diferentes objetos, sean iguales a los pantones corporativos.



37

El hablador ha sido creado tomando como referencia a una unidad de éste particular medio de transporte ya que su forma es un ícono representativo de la ciudad de Quito.

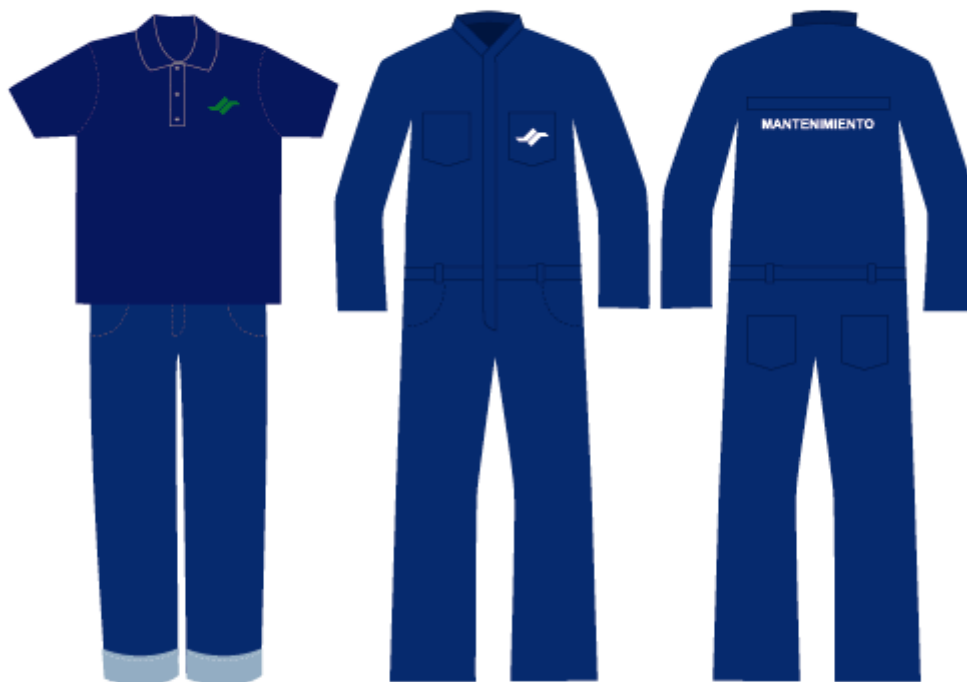
El uso de éste personaje nos sirve para transmitir mensajes al público de una manera amigable, siempre y cuando su aplicación esté autorizada por la Jefatura de Comunicación Social UOST.



38

Los uniformes del personal administrativo y operativo son de color azul. Están compuestos de un chaleco que lleva bordado el logotipo del Trolebús en color verde al lado izquierdo del pecho, camisa verde y pantalón azul. En el caso de las mujeres, también puede ir con falda azul y además tiene un pañuelo con apliques de color blanco y una boina azul. Para los hombres, se complementa el atuendo con una corbata azul de apliques blancos y una gorra azul. Tanto las gorras, como las boinas, llevan bordadas el isotipo del Trolebús en color verde.

Uniformes (Personal de mantenimiento)



39

Se han creado dos opciones de uniformes para mantenimiento, la primera está compuesta de una camiseta tipo polo de color azul, que lleva bordado el isotipo del Trolebús en el lado izquierdo del pecho. El pantalón es tipo jean de color azul.

La segunda opción es un overall de color azul, que lleva serigrafiado el isotipo del Trolebús en el lado izquierdo del pecho y en la espalda la palabra MANTENIMIENTO, ambos en color blanco.

Chompas



40

Las chompas son un complemento de los uniformes. Son de color azul y llevan bordado el logotipo del Trolebús en color verde al lado izquierdo del pecho.



41

En esta muestra de página web se utilizaron los colores corporativos y además, se usó el color azul como complemento para resaltar elementos en la composición.

Al igual que el resto de piezas sugeridas en este manual, hemos usado las tipografías corporativas y la distribución de los elementos se ha respetado tal como lo determina el manual de uso.

ANEXO 3

IMAGEN DEL MDMQ

ANEXO 4

NORMATIVA LEGAL

DERECHOS Y OBLIGACIONES CONSTITUCIONALES Y LEGALES

De los derechos civiles

Art.23.- Sin perjuicio de los derechos establecidos en esta Constitución y en los instrumentos internacionales vigentes, el Estado reconocerá y garantizará a las personas los siguientes:

- 1- La inviolabilidad de la vida. No hay pena de muerte
- 2- La Integridad Personal
- 3- La igualdad ante la ley
- 4- La Libertad
- 5- Desarrollo libre de la personalidad
- 6- Vivir en un ambiente sano
- 7- Disponer de bienes y servicios públicos
- 8- A la Honra, buena reputación e intimidad personal y familiar
- 9- Libertad de opinión y expresión de libre pensamiento
- 10-A la Comunicación
- 11-Libertad de conciencia, religión
- 12-Inviolabilidad del Domicilio
- 13-Inviolabilidad secreto y correspondencia
- 14-Transitar libremente por el país
- 15-Dirigir quejas y reclamaciones
- 16-Libertad de Empresa
- 17-Libertad de trabajo

- 18-Contratación con sujeción a la ley
- 19-Libertad de asociación o reunión
- 20-Calidad de vida
- 21-Reserva sobre convicciones políticas
- 22-Participación en la cultura
- 23-Derecho a la propiedad
- 24-Derecho a la identidad
- 25-Tomar decisiones libres y responsables sobre su vida sexual
- 26-Seguridad jurídica
- 27-Debido proceso y justicia sin dilaciones

GARANTIAS BASICAS

Art. 24.- Para asegurar el debido proceso deberán observarse las siguientes garantías básicas, sin menoscabos de otras que establezcan la Constitución, los instrumentos internacionales, las leyes o la jurisprudencia:

1. Nadie podrá ser juzgado por un acto u omisión que al momento de cometerse no esté legalmente tipificado como infracción penal, administrativa o de otra naturaleza.
2. En caso de conflicto entre dos leyes que contengan sanciones, se aplicará la menos rigurosa, aun cuando su prolongación fuere posterior a la infracción.
3. Las leyes establecerán la debida proporcionalidad entre infracciones y sanciones.
4. Toda persona, al ser detenida, tendrá derecho a conocer en forma clara las razones de su detención, la identidad de la autoridad que la ordenó,

la de los agentes que la llevan a cabo y la de los responsables del respectivo interrogatorio. También será informada de su derecho a permanecer en silencio, a solicitar la presencia de un abogado y a comunicarse con un familiar o con cualquier persona que indique. Será sancionado quien haya detenido a una persona, con o sin orden escrita del juez, y no justifique haberla entregado inmediatamente a la autoridad competente.

5. Ninguna persona podrá ser interrogada, ni aun con fines de investigación, por el Ministerio Público, por una autoridad policial o por cualquier otra, sin la asistencia de un abogado defensor particular o nombrado por el Estado. Cualquier diligencia judicial, preprocesal o administrativa que no cumpla con este precepto, carecerá de eficacia probatoria.
6. Nadie será privado de su libertad sino por orden escrita de juez competente, en los casos, por el tiempo y con las formalidades prescritas por la ley, salvo delito flagrante, en cuyo caso tampoco podrá mantenerse detenido sin formula de juicio, por más de veinticuatro horas.
7. Se presumirá la inocencia de toda persona cuya culpabilidad no se haya declarado mediante sentencia ejecutoriada.
8. La prisión preventiva no podrá exceder de seis meses, en las causas por delitos sancionados con prisión, ni de un año, en delitos sancionados con reclusión.
9. Nadie podrá ser obligado a declarar en juicio penal contra su cónyuge o parientes hasta dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo

de afinidad, ni compelido a declarar en contra de sí mismo, en asuntos que puedan ocasionar su responsabilidad penal.

10. Nadie podrá ser privado del derecho de defensa en ningún estado o grado del respectivo procedimiento. El Estado establecerá defensores públicos para el patrocinio toda persona que no disponga de medios económicos.
11. Ninguna persona podrá ser distraída de su juez competente ni juzgada por tribunales de excepción o por comisiones especiales que se creen para el efecto.
12. Toda persona tendrá el derecho a ser oportuna y debidamente informada, en su lengua materna, de las acciones iniciadas en su contra.
13. Las resoluciones de los poderes públicos que afecten a las personas, deberán ser motivadas. No habrá tal motivación si en la resolución no se enuncian normas o principios jurídicos en que se haya fundado, y si no se explicare la pertinencia de su aplicación a los antecedentes de hecho. Al resolver la impugnación de una sanción, no se podrá empeorar la situación del recurrente.
14. Las pruebas obtenidas o actuadas con violación de la Constitución o la ley, no tendrán validez alguna.
15. En cualquier clase de procedimiento, los testigos y peritos estarán obligados a comparecer ante el juez y a responder al interrogatorio respectivo, y las partes tendrán derecho de acceso a los documentos relacionados con tal procedimiento.
16. Nadie puede ser juzgado más de una vez por la misma causa.

17. Toda persona tendrá derecho a acceder a los órganos judiciales y a obtener de ellos la tutela efectiva, imparcial y expedita de sus derechos e intereses, sin que en caso alguno quede en indefensión. El incumplimiento de la resolución judicial será sancionada por la ley.

DE LAS CIRCUNSTANCIAS DE LA INFRACCION

Art. 19 – Causa de justificación:

Legítima Defensa

No comete infracción de ninguna clase en que obra en defensa necesaria de su persona, con tal que concurren las siguientes circunstancias: actual agresión ilegítima; necesidad racional del medio empleado para repeler dicha agresión y falta de provocación suficiente de parte del que se define.

Art. 20 – Presunción de Legítima Defensa

Se entenderá que concurren las circunstancias enumeradas en el artículo anterior, si el acto ha tenido lugar defendiéndose contra los autores de robo, saqueo ejecutados con violencia; o atacando a un incendiario, o la que roba o hurta en un incendio, cuando son detenido en delito flagrante; o rechazando durante la noche el establecimiento o fractura de los cercos, murallas o entradas a una casa o departamento habitados o de sus dependencias.

Art. 23 – Legítima defensa de la propiedad

No hay infracción en los golpes que se den sin causar heridas o lesiones graves, a los reos de hurto o robo, cuando se les sorprende en flagrante delito, o con las cosas hurtadas o robadas.

Art. 42 – Autoría.

Los que han perpetrado la infracción, sea de una manera directa e inmediata, sea aconsejando o instigando a otro para que la cometa.

Art. 43 – Complicidad.

Los que indirecta y secundariamente cooperan a la ejecución del acto punible, por medio de actos anteriores, o simultáneos.

Art. 44 – Encubrimiento.

Los que conociendo la conducta delictuosa de los malhechores, les suministran habitualmente alojamiento, escondite o lugar de reunión; o les proporcionan los medios para que se aprovechen de los efectos del delito cometido.

Art. 162 – Tenencia de Armas no autorizadas.

Los particulares que, sin el permiso necesario y sin la debida explicación, portaren armas de uso militar o policial, será sancionado con prisión de uno a cinco años y una multa de nueve a cuarenta y cuatro dólares.

Art. 183 – Detención Ilegal

Serán reprimidos con prisión de dos meses a dos años y multa de seis a doce dólares los que, sin orden de las autoridades constituidas y fuera de los casos en que la ley y los reglamentos permitieren u ordenaren el arresto o detención de los particulares, hubieren arrestado o hecho arrestar, detenido o hecho detener a cualquier persona, siempre que este arrestado o detenido no constituya un delito más severamente reprimido.

Art.187 –Torturas

Cuando la persona arrestada o detenida hubiera sufrido tormentos corporales, el culpable será reprimido con tres a seis años de reclusión menor.

Art.188 – Plagio

El delito de plagio se comete apoderándose de otra persona por medio de violencia, amenazas seducción o engaños, sea para venderla o ponerla contra su voluntad al servicio de otro, o obligarla a pagar rescate entregar una cosa

mueble, o extender, entregar o firmar un documento que surta o pueda surtir efecto jurídico, o para obligar a un tercero a que ejecute uno de los actos indicados, tendientes a la liberación del plagiado.

Art.192 – Violación de domicilio por particulares

Serán reprimidos con prisión de un mes a dos años y multa de seis a doce dólares, el que, sin orden de la autoridad y fuera de los casos en que la ley permite entrar en el domicilio de los particulares, contra la voluntad de estos, se hubiera introducido en una casa, departamento, pieza o vivienda, habitada por otro, sus dependencias cercadas, ya por medio de amenaza o violencia, ya por medio de fractura, escalamiento o ganzúas.

Art. 197 – Violación de correspondencia

Serán reprimidos con prisión de dos meses a un año y multa de seis a dieciséis dólares, los empleados del gobierno y los del servicio de estafetas y telégrafos, y otras personas que hubieran abierto o suprimido cartas confinadas al correo, o partes telegráficas, que hubieran facilitado su apertura o supresión.

Art- 461 – Muerte producida por riña

Cuando la riña o agresión en que tomaren parte más de dos personas, resultare una muerte, sin que constatare quien o quienes la causaron, se tendrá por autores

a todos los que ejercieron violencia sobre la persona del ofendido, y se aplicará la pena de uno a cinco años de prisión y multa de treinta y un a setenta y seis dólares.

DE LAS LESIONES CON ENFERMEDAD O INCAPACIDAD

Art. 463 – Que no excedan de ocho días.

El que hiere o golpear a otro, causándole una enfermedad o incapacidad para el trabajo personal, que pase de tres días y no de ocho, será reprimido con prisión de quince días a tres meses y multa de seis a doce dólares.

Art. 464 – Que no excedan de un mes...será reprimido con prisión de dos meses a un año y multa de doce a treinta dólares.

Art. 465 – Que no excedan de noventa días...será reprimido con prisión de seis meses a dos años y multa de dieciséis a cuarenta dólares.

Art. 470 – Lesiones en riña o agresión colectiva

Cuando en riña o agresión en que tomaren parte más de dos personas, resultaren heridas o lesiones, sin que constare quien o quienes la causaron, se tendrá por autores a todos los que ejercieron violencia sobre la persona del ofendido, y se aplicará la pena de quince días a un año de prisión y multa de ocho a dieciséis dólares.

DEL ABUSO DE ARMAS

Art. 488 – Abuso de Armas

Será reprimido con prisión de dos a cinco años el que dispare arma de fuego contra una persona o la agrediere con cualquier otra arma, sin herirle, siempre que el acto no constituya tentativa.

DISPOSICIONES ESPECIALES RESPECTO DE LAS CONTRADICCIONES

Art. 624 – Tenencia de armas sin permiso

Queda prohibido el usar o llevar consigo armas de cualquier clase, sin permiso previo otorgado legalmente por la autoridad competente. En caso de que las autoridades competentes para el juzgamiento de las contravenciones decomisen armas de dudosa procedencia, sin permiso legal vigente, deberán

levantar el acta correspondiente e inmediatamente remitirán el arma requisada a la Dirección de Logística del Comando Conjunto de la FFAA, y si el arma requisada sirviere como evidencia del delito será puesta a disposición de la autoridad competente.

LA APREHENSION

Art. 161 – Detención por delito flagrante...En caso del delito flagrante, cualquier persona está autorizada a practicar la aprehensión, pero debe entregar inmediatamente al aprehendido a la policía y esta, a su vez, al juez competente.

Art. 162 – Delito flagrante

Es delito flagrante el que se comete en presencia de una o más personas o cuando se lo descubre inmediatamente después de su comisión, si el autor es aprehendido con armas, instrumentos, huellas o documentos relativos al delito recién cometido.

Art. 163 – Agentes de la aprehensión.- Nadie podrá ser aprehendido sino por los agentes a quienes la ley impone el deber de hacerlo, salvo el caso de delito flagrante, de conformidad con las disposiciones de este código. Sin embargo y además del caso de delito flagrante, cualquier persona puede aprehender:

1. El que fugue del establecimiento de rehabilitación social en que se hallare cumpliendo su condena.
2. Al imputado o acusado, en contra de quien se hubiere dictado orden de prisión preventiva, o al condenado que estuviese prófugo.
3. Si el aprehensor fuere una persona particular, pondrá inmediatamente al aprehendido a órdenes de un agente de la Policía Judicial o de la Policía Nacional.

LEY DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD PRIVADA

Aprobada el 14 de julio del 2003 y publicada en registro oficial N° 130 (22 de julio del 2003)

Art. 1 – Objeto de la Ley

Esta ley regula las actividades relacionadas con la prestación de servicios de vigilancia y seguridad a favor de personas naturales y jurídicas, bienes muebles e inmuebles y valores, por parte de Cías. De vigilancia y seguridad privada legalmente reconocidas. Dentro de la libre competencia y a cambio de una remuneración.

Art. 2 – Modalidades

Vigilancia fija.- Brindar protección permanente a las personas naturales y jurídicas, bienes muebles e inmuebles y valores en un lugar o área determinados.

Vigilancia móvil.- Brindar protección a personas, bienes y valores en sus desplazamientos.

Investigación Privada.- Indagación del estado y situación de personas naturales y jurídicas; y bienes con sujeción a la Constitución y Leyes vigentes.

Art. 4 – Requisitos para el personal.- De compañías de seguridad:

- Tener ciudadanía ecuatoriana
- Haber completado la educación básica
- Acreditar cédula militar
- Haber aprobado cursos de capacitación en seguridad y relaciones humanas, que incluyan evaluaciones de carácter físico y psicológico que serán dictados por profesionales especializados.

Art. 5 – Impedimentos para contratación de personal.-

- a. Incapaces absolutos y relativos, determinados en el Código Civil, para las funciones de guardias e investigadores,
- b. Guardias, investigadores privados y personal administrativo que hayan sido separados de las Cías. de seguridad, por la comisión de delitos comprobados.
- c. Quienes hayan recibido sentencia condenatoria penal, debidamente ejecutoriada.
- d. Miembro de la fuerza policial y CTG en servicio activo,
- e. Funcionarios civiles del Ministerio de Defensa, Gobierno, Policía Nacional, FFAA, y Superintendencia de Compañías,
- f. Ex-miembros de la Fuerza Pública que hayan sido dados de baja por mala conducta.

Art. 8 – Objeto Social.- Las Cías. de vigilancia y seguridad privada tendrán por objeto social la prestación de servicios de prevención del delito, vigilancia y seguridad a favor de personas naturales y jurídicas, instalaciones y bienes, deposito, custodia y transporte de valores, investigación, seguridad en medios de transporte privado de personas naturales jurídicas y bienes; instalación, mantenimiento y reparación de aparatos, dispositivos y sistemas de seguridad; y el uso y monitoreo de centrales para recepción, verificación y transmisión de señales de alarma.

Art. 16 – Utilización, almacenamiento y registro de armas y equipos.-

Las Cías. de vigilancia y seguridad privada utilizaran su armamento y equipo autorizado, de uso exclusivo para personal de vigilancia y seguridad en los

lugares y horas de prestación de servicios establecidos en los respectivos contratos.

El almacenamiento del armamento y equipo autorizado se sujetara a las disposiciones de la ley de fabricación, importación, exportación, comercialización y tenencia de armas, municiones, explosivos y accesorios.

Art. 17- Las Cías. de Vigilancia y seguridad privada estarán sujetas a control y vigilancia del Ministerio de Gobierno y Policía, conjuntamente con la Superintendencia de Cías. de conformidad con la Ley de Compañías.

Art. 19 – La Secretaría Nacional de Telecomunicaciones, autorizará a las Cías. de vigilancia la utilización de equipos y frecuencia de radio y comunicaciones; la concesión de frecuencias se efectuará siempre y cuando no interfieran con las de la fuerza pública, de conformidad con lo establecido en la Ley Especial de Telecomunicaciones.

Art. 25 – Responsabilidad Civil y solidaridad patronal

Las Cías. de vigilancia serán civilmente responsables por daños a terceros, que provengan en los actos u omisiones del personal que se encuentren a su servicio.

Disposiciones Generales

Primera: Las Cías. de vigilancia y seguridad privada, emplearan uniformes, logotipos y distintivos que las identifiquen, diferentes a los de uso privativo de la fuerza pública.

Segunda: Las Cías. de vigilancia y seguridad privada no podrán utilizar los grados jerárquicos de la fuerza pública para denominar al personal que labora en las mismas.

Tercera: Las Cías. prestarán colaboración inmediata a la Policía Nacional en apoyo a la seguridad ciudadana.

Séptima: el personal de las Cías. de vigilancia y seguridad privada desempeñara sus funciones dentro del área correspondiente a cada empresa, industria, edificio, conjunto habitacional, local comercial o establecimientos, con los que se haya suscrito el correspondiente contrato de prestación de servicios, con excepción de aquellos contratos que involucren la custodia de personas, bienes y valores fuera de tales reas.

Octava: las empresas que no estén constituidas legalmente y que en forma clandestina presten servicio de vigilancia serán clausuradas en forma definitiva, propietarios sancionados y armas confiscadas.

LEY DE TENENCIA DE ARMAS

CAPITULO 1

FINALIDAD Y ALCANCE

Art. 1 – la presente ley regula la fabricación, exportación, comercialización almacenamiento y tenencia de armas, municiones, explosivos y accesorios, materias primas para la producción de explosivos y accesorios para satisfacer las necesidades de las instituciones, organismos públicos; y en general para satisfacer las necesidades de personas naturales o jurídicas.

Art. 6 - Está prohibida la posesión de armas destinadas al uso y empleo de las FFAA. y PPNN a personas ajenas a estas instituciones.

Art. 22 – Las Armas de fuego, municiones y explosivos no podrán ser aceptados como prenda comercial, y si de hecho se las entregase como tales, serán materia de decomiso.

Art. 23 – Está prohibido las personas naturales, aun cuando tuviesen autorización para tener y portar armas de fuego, municiones y explosivos, asistir armados a manifestaciones, reuniones, asambleas, juntas y mas actos públicos de cualquier orden.

REGLAMENTO A LA LEY DE ARMAS

Art. 3 – ORGANISMOS DE CONTROL

- a. El Ministerio de Defensa Nacional
- b. El CCFFAA
- c. Los Comandos de Brigada y los Comandos de zonas naval y aérea en sus respectivas jurisdicciones,
- d. Los Comandos de distritos y provinciales de la Policía Nacional, en sus respectiva jurisdicción,
- e. El servicio de vigilancia aduanera
- f. La comisión de Tránsito del Guayas
- g. Los demás organismos de control que determine el CCFFAA

Art. 14 – CLASIFICACION DE ARMAS

Para los efectos del presente reglamento las armas de fuego se clasifican en:

- a. Armas de guerra de uso privado de la FFAA,
- b. Armas de uso restringido,
- c. Armas de uso civil.

Art. 15 – ARMAS DE GUERRA

Son armas de guerra las usadas por la FFAA para defender la soberanía nacional:

- a. Pistola calibre 9mm;
- b. Fusiles y armas automáticas, sin importar calibres.
- c. Los tanques de guerra, cañones, morteros, obuses y misiles de tierra, mar aire en todos los calibres.
- d. Lanza cohetes,
- e. Granadas de mano y de iluminación,
- f. Armas que lleven dispositivos tipo militar,
- g. Las municiones correspondientes al tipo de armas enunciadas.

Art. 16 – ARMAS DE USO RESTRINGIDO

Son armas de uso restringido, aquellas de uso privativo de la PPNN.

- a. Revólveres hasta calibre 38, pistolas y subametralladoras semiautomáticas hasta calibre 9mm.
- b. Carabinas de repetición o semiautomáticas,
- c. Gases de uso y empleo de la PPNN
- d. Otras previa autorización del CCFFAA.

Art. 17 – ARMAS DE FUEGO DE USO CIVIL

Son aquellas que pueden tener o portar los ciudadanos previo permiso de la autoridad competente.

- Armas de defensa personal
- Armas deportivas

- Armas de colección

Art. 18 – **ARMAS DE DEFENSA PERSONAL**

Son armas de defensa personal, aquellas diseñadas para la defensa individual a corta distancia, tales como:

- a. Pistolas hasta 9mm; semiautomática, con alimentadoras de hasta 10 proyectiles,
- b. Revólveres hasta calibre 38
- c. Escopetas recortadas de calibre 10 hasta 410 o sus equivalentes
- d. Otras armas de las no previstas en los literales anteriores, previa autorización del CCFFAA

Art. 75 – **TENENCIA DE ARMAS**

La tenencia de armas es el documento que determina la cantidad tipo y calibre de las armas de propiedad de los bancos, organizaciones de seguridad privada, clubes de tiro, caza y pesca, coleccionistas, y de otras personas jurídicas legalmente autorizadas y registradas en la Dirección de Logística del CCFFAA

Art. 77 – **PERMISOS DE ARMAS**

Las personas naturales podrán obtener permisos para portar armas para su defensa personal, fines deportivos o cacería.

En casos especiales y previa justificación de las necesidades, se autorizara hasta un máximo de dos armas de las clases antes indicadas.

ANEXO 5

ESTRUCTURA ORGÁNICA DEL SISTEMA DE FISCALIZACIÓN PARA EL SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD, PATRULLAJE Y TRANSPORTE DE VALORES.

El Departamento de Seguridad de la UOST se encuentra conformado por el Jefe de Seguridad y como auxiliar administrativa dispone de una secretaria, conforman 10 supervisores los mismos que desempeñarán la actividad de ayudantes en los diferentes turnos para cubrir las 24 horas en los diferentes sectores

GENERALIDADES DEL SERVICIO A CONTRATAR

- La Empresa Contratista deberá cumplir con las disposiciones emitidas en este documento y las que se generen a través de los representantes de la UOST; en caso de no hacerlo, será objeto de sanción, las mismas que se encuentran establecidas en el contrato.
- Su servicio deberá ser eficiente a todo momento.
- Deberá utilizar armamento legalizado y del calibre establecido según consta en Especificaciones técnicas del contrato.
- El equipo y uniforme deberá estar en buenas condiciones y de acuerdo a las especificaciones técnicas.

DISPOSICIONES GENERALES PARA LA EMPRESA CONTRATISTA

- Los funcionarios de la Empresa Contratista deberán mantener reuniones periódicas semanales con el Jefe de Seguridad a fin de establecer y coordinar las novedades que se presenten.
- Se responsabilizará por el buen uso de las identificaciones y se encargará de recuperar las credenciales de guardias cesantes, debiendo entregarlas al Fiscalizador del Contrato.
- Deberá, para efectos de fiscalización, presentar la nómina del personal responsable de supervisión para acompañar a los respectivos supervisores de cada subsector, según el caso.

- Deberá reportar por escrito al Fiscalizador del Contrato, cualquier novedad o anomalía encontrada en el desarrollo del servicio y que afecte su normal desempeño, documento que servirá para el análisis y verificación de los formularios de fiscalización.
- La Empresa Contratista para acceder al pago por el servicio de vigilancia y seguridad, deberá adjuntar paralelamente a la emisión de la factura, fotocopia de los reportes del IESS de cada uno de sus empleados. En caso de que las plantillas estén con retraso o mora, será causal para terminar unilateralmente el contrato.
- Deberá tomar muy en cuenta las recomendaciones y observaciones realizadas por los técnicos de las diferentes áreas, en especial, trolebuses y el área de talleres. En caso de que por descuido o negligencia se afecte algún bien de las instalaciones fijas o móviles, la Empresa Contratista correrá con la multa, más el costo para reposición del bien y el lucro cesante en caso de existir.
- Deberá actualizar la nómina del personal de la empresa cada vez que exista rotación de mismo. Ésta nómina se presentará al jefe de seguridad, para la emisión de las credenciales respectivas y control.

RESUMEN DELSERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD LAS 24 HORAS

RESUMEN SERVICIO DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD 24 HORAS		
DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL		
CON EQUIPO REQUERIDO	TIEMPO	TOTAL
COR ARMA Y GAS	24 HORAS	23
CON ESCOPETA Y GAS	24 HORAS	2
TOTAL PUNTOS DE VIGILANCIA 24 HORAS		25

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

El servicio se lo deberá prestar las 24 horas del día de acuerdo a la programación de la Jefatura de Seguridad de la UOST.

- En este servicio se incluye el cierre y apertura de las puertas en las paradas acorde con los horarios de operación del Sistema.
- Los vehículos se ubicaran estratégicamente de acuerdo a la necesidad de reacción y/o monitoreo que programe el Responsable de Seguridad; en este sentido, el kilometraje recorrido será variable de acuerdo al día y operación que se realice.
- Se ha sectorizado el servicio en dos tramos por estrategia, pudiendo alternar la ubicación de los vehículos.
- Vigilar que las seguridades de las instalaciones e infraestructuras de la UOST se encuentren en óptimas condiciones de funcionamiento.
- Coordinar de acuerdo con los horarios establecidos, la apertura y cierre de las puertas de paradas y estaciones.
- Realizar recorridos de patrullaje en el sistema de acuerdo al horario asignado y al sector designado.
- Coordinar acciones con el personal de la Policía Nacional que a sido asignada al sistema, en lo referente a la circulación vehicular y uso exclusivo de la vía del Trolebús.
- El equipo y uniforme deberá estar en buenas condiciones.
- Deberá reportar por escrito al Administrador del Contrato, cualquier novedad o anomalía encontrada en el desarrollo del servicio y que afecte su normal desempeño, documento que servirá para el análisis y verificación de los formularios de fiscalización.
- La Empresa Contratista para acceder al pago por el servicio de patrullaje y Transporte de Valores, deberá adjuntar paralelo a la emisión de la factura.

REQUERIMIENTO DE VEHICULOS PARA EL PATRULLAJE

Para realizar ésta actividad se necesita vehículos con las siguientes características, para el óptimo trabajo de patrullaje.

- 2 Camionetas cabina simple.
- Equipo de comunicación enlazado a las frecuencias de la UOST.
- Vidrios polarizados con los respectivos permisos.
- Mínimo modelo 2007.
- Mínimo 2400 cc.

- Deberá contar con equipo de comunicación alto parlante.
- Dispondrá de 1 valija grande (Tipo Policía Nacional).
- El color requerido para los vehículos será blanco.
- Deberá contar con la identificación y distintivo de seguridad, insertando la leyenda “MDMQ-SEGURIDAD TROLEBÚS”, al igual que los respectivos logotipos. La ubicación será en las puertas laterales, capó y compuerta trasera. Las dimensiones son de 15.5 cm. de alto.
- El costo del suministro de combustibles para la movilización estará a cargo de la empresa proveedora.

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MANO DE OBRA PARA EL PATRULLAJE

En el siguiente cuadro se detallan los equipos y el número de personas que se requiere para el patrullaje, que se realiza las 24 horas del día.

REQUERIMIENTO: MANO DE OBRA			
DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL CON EQUIPO REQUERIDO	TIEMPO	FUNCIONES	TOTAL
1 CONDUCTOR, REVOLVER, GAS, RADIO BASE	24 HORAS	CONDUCIR EL VEHICULO DURANTE EL SERVICIO DE VIGILANCIA AL SISTEMA Y APOYO A LAS LLAMADAS DE EMERGENCIA	1
1 MOVIL, PISTOLA, GAS, RADIO MOVIL	24 HORAS	APOYAR AL GRUPO DE SUPERVISORES DE LA UOST EN LAS INSPECCIONES Y LLAMADAS DE EMERGENCIA DENTRO DEL SISTEMA	1
TOTAL VIGILANCIA (24 HORAS)			2

Fuente: Empresa Trolebús

OBLIGACIONES PARA EL CONDUCTOR DE LA PATRULLA

El conductor que realiza el patrullaje debe cumplir con las siguientes obligaciones:

- Prestar apoyo en el patrullaje del sector asignado.
- Dar apoyo en el lugar donde se encuentre la patrulla.
- Apoyar al departamento de seguridad en el momento que se lo necesite.
- Apoyar en apertura y cierre de las puertas en las paradas acorde con los horarios.
- Traslado del personal hacia y desde sus domicilios de acuerdo a los turnos de trabajo definidos por la Jefatura de Seguridad, en este sentido, solo se justificara si los horarios de entrada y salida se encuentran fuera del esquema definido (nocturno).
- Los vehículos patrullas, por ningún concepto en horas de operación deberán encontrarse fuera de la ruta del sistema.

DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

Se ha determinado 4 frecuencias diarias de lunes a domingo, dichas frecuencias pueden variar de acuerdo a los intereses de la UOST. Dicho personal encargado debe cumplir las siguientes disposiciones:

- Deberá utilizar armamento legalizado y del calibre establecido según consta en especificaciones técnicas del contrato.
- El equipo y uniforme deberá estar en buenas condiciones y de acuerdo a las especificaciones técnicas.
- Coordinar de acuerdo con los horarios establecidos, los recorridos en los diferentes sectores asignados.

REQUERIMIENTO DE VEHICULOS

Para realizar el transporte de valores se requiere lo siguiente:

- 2 Camionetas cabina doble con caseta metálica.
- Equipo de comunicación enlazado a las frecuencias de la UOST.
- Vidrios polarizados con los respectivos permisos.
- Mínimo modelo 2007.
- Mínimo 2400 cc.
- El color requerido para los vehículos será blanco.
- Deberá contar con la identificación y distintivo de seguridad, insertando la leyenda “**MDMQ-SEGURIDAD TROLEBÚS**”, al igual que los respectivos logotipos. La ubicación será en las puertas laterales, capó y compuerta trasera. Las dimensiones son de 15.5 cm. de alto.
- El costo de suministro de combustible para la movilización estará a cargo de la empresa proveedora.

REQUERIMIENTO DE EQUIPOS Y MANO DE OBRA PARA EL SERVICIO DE LA UOST

- Para realizar el transporte de valores se requiere del siguiente equipo y personal:

REQUERIMIENTO: MANO DE OBRA			
DESCRIPCIÓN DEL PERSONAL CON EQUIPO REQUERIDO	TIEMPO	FUNCIONES	TOTAL
1 CONDUCTOR, REVOLVER, GAS, RADIO BASE	24 HORAS	CONducir EL VEHICULO DURANTE LA RECAUDACION Y TRANSPORTE DE VALORES A LOS LUGARES PREDESTINADOS, APOYO EN LA SEGURIDAD DE LOS VALORES EN CASO DE EMERGENCIA	1
1 MOVIL, PISTOLA, GAS, RADIO MOVIL	24 HORAS	VIGILAR Y BRINDAR LAS DEBIDAS SEGURIDADES DURANTE LA RECAUDACION Y TRANSPORTE DE VALORES	1
TOTAL VIGILANCIA (24 HORAS)			2

Fuente: Empresa Trolebús

- La UOST, cuenta con algunas otras especificaciones generales para el óptimo servicio de vigilancia presentadas a continuación.

ESPECIFICACIONES GENERALES SERVICIO DE VIGILANCIA

ESPECIFICACIONES GENERALES SERVICIO DE VIGILANCIA		
A	PERFIL	
	EDAD	<ul style="list-style-type: none"> ▪ MÍNIMO 23 ▪ MÁXIMO 45 AÑOS
	SEXO	HOMBRE O MUJER
	FORMACION	EN CASO DE HOMBRES: <ul style="list-style-type: none"> ▪ FORMACIÓN MUTAR ▪ MÍNIMO SERVICIO MUTAR OBLIGATORIO
	ESTUDIOS	MÍNIMO BACHILLER
	ESTATURA	MÍNIMO 1,65 m.
NO TENER ANTECEDENTES PENALES		
B	SEGUROS	
	ROBO/HURTO	EN CASO DE NEGUGENCIA DEMOSTRADA POR LOS RESPECTIVOS INFORMES DE LA UOST, LA EMPRESA CUBRIRA EL VALOR DEL BIEN O EN CASO DE QUE EL SEGURO DEL MDMO CUBRA EL ROBO CORRERA CON EL VALOR DEL DEDUCIBLE
C	COMUNICACIONES	
	RADIOS	DE ACUERDO AL SECTOR DE LA EMPRESA DEBERA PROPORCIONAR LOS RADIOS EXIGIDOS EN LAS ESPECIFICACIONES
	BASE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FRECUENCIA UHF ▪ RANGO 450-520 MHZ ▪ SEÑALIZACIÓN MDC 1200
	MOVIL	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FRECUENCIA UHF ▪ RANGO 450-520 MHZ ▪ SEÑALIZACIÓN MDC 1200
FRECUENCIA	LA FRECUENCIA DE LA RADIO SERA RESPONSABILIDAD DE LA EMPRESA, LA UOST EN CASO EXTREMO PODRA FACIUTAR LAS FRECUENCIAS PROPIAS PARA LO CUAL LA EMPRESA DEBERA CANCELAR UN VALOR POR ARRIENDO	
D	ARMAMENTO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ REVOLVER CAL 38mm. ▪ PISTOLA CAL 9 mm (PERSONAL TRANSPORTE DE VALORES) ▪ ESCOPETAS TIPO O SIMLAR MOSBERG
E	MULTAS	SE BASARÁ DE ACUERDO AL INSTRUCTIVO DE FISCALIZACIÓN DEL SERVICIO DE SEGURIDAD GENERAL (VIGILANCIA-PATRULLAJE-TRANSPORTE DE VALORES)
F	RESUMEN DE PUESTOS	
	TOTAL PUESTOS 24 HORAS	27
	CON REVOLVER CAUBRE 38mm. (SEGURIDAD)	23
	ESCOPETAS TIPO O SIMLAR MOSBERG (SEGURIDAD)	2
	PISTOLA CAL 9 mm (PERSONAL TRANSPORTE DE VALORES) (PATRULLAJE)	2
	TOTAL PUESTOS 12 HORAS	21
	REVOLVER CAL 38mm. (SEGURIDAD)	21
	TOTAL PUESTOS 8 HORAS	2
PISTOLA CAL 9 mm (PERSONAL TRANSPORTE DE VALORES)	2	

CUADRO DE RUBROS Y CANTIDADES A CONTRATAR DEL SERVICIO DE VIGILANCIA, PATRULLAJE Y TRANSPORTE DE VALORES PARA UN AÑO		
SERVICIO DE VIGILANCIA	PUESTOS	MENSUAL
PUNTOS DE 24 HORAS GUARDIA	25	
PUNTOS DE 12 HORAS GUARDIA	21	
TOTAL SERVICIO DE VIGILANCIA		
SERVICIOS DE PATRULLAJE	PUESTOS	MENSUAL
PUNTOS DE 24 HORAS CONDUCTOR	2	
PUESTOS DE GUARDIA	2	
VEHICULO	2	
TOTAL SERVICIO DE PATRULLAJE		
SERVICIO TRANSPORTE DE VALORES	PUESTOS	MENSUAL
PUNTOS DE 8 HORAS CONDUCTOR	2	
PUNTOS DE 8 HORAS GUARDIA	2	
PUNTOS DE 8 HORAS VEHICULO	2	
TOTAL SERVICIO TRANSPORTE VALORES		