

Jordi Bosch

Director general de la Fundación Taxi Siglo XXI



¿Cuándo nació la fundación y con qué propósitos?

La fundación se creó el 22 de mayo de este mismo año. En un primer momento nació con el nombre de Fundación Taxi Sostenible, en adelante denominada Fundación Taxi Siglo XXI. Es una entidad sin ánimo de lucro que nace como una herramienta de transformación del sector, con un claro objetivo de interés general y orientado a todos los taxistas, pertenezcan o no a una asociación. Está formada por cuatro áreas de actividad bien delimitadas: comunicación, formación, innovación y responsabilidad social corporativa, algo que es totalmente desconocido en el ámbito del taxi. Queremos trabajar sobre palancas que permitan la "empresarialización" del sector, dotando de los elementos necesarios para generar rentabilidad y valor al usuario, manteniendo la esencia de un ecosistema de autónomos.

Manifiestan que su objetivo principal es el de "empresarializar" un ecosistema de autónomos. ¿A qué se refieren con esto concretamente?

El sector del taxi está compuesto por un ecosistema de microempresas con una mentalidad individual. Los nuevos tiempos demuestran que así es difícil afrontar los retos del mercado y su rápida evolución. Es importante mantener la esencia individual, pero actuar de forma colectiva, con mentalidad de gran empresa.

¿Cualquier taxista podría pertenecer a la fundación?

Sí, cualquier taxista y de cualquier comunidad. Aunque nuestra fundación tiene su sede en Madrid y cuenta con otra oficina en Barcelona, no ponemos barreras en cuanto al territorio. Estamos a la disposición de cualquier profesional del sector para ayudarle en todo lo que necesite y lo hacemos de forma gratuita.

¿Colaboran o tienen algún tipo de convenio con alguna asociación del taxi?

Sí, colaboramos con UNALT y STAB y estamos iniciando acuerdos con otras, como por ejemplo la asociación de taxis adaptados Aema, en Madrid, y la central del taxi en Barcelona.

¿En qué se diferencian de una asociación al uso u otras organizaciones ya existentes?

Creo que la diferencia más destacada es que los promotores de la fundación somos profesionales del ámbito de la empresa, y de diferentes sectores, pero con lazos profundos con el taxi. Nacemos sin cargas ni compromisos que puedan condicionar nuestra forma de operar, siendo siempre profesionales y teniendo un enfoque empresarial.

No hay ninguna otra entidad que haya sido capaz de agrupar, de una forma apolítica, todo un planteamiento. Nuestra propuesta es superar esa especie de militancia que hay en el mundo del taxi. Se trata de un cambio de mentalidad, que es totalmente necesario para abordar el taxi del siglo XXI.

¿Qué tiene que hacer un taxista si quiere pertenecer a esta fundación?

Contactar con la fundación a través de la web, en la dirección de correo info@fundaciontaxi.com o llamar al teléfono 932 41 16 00.

Se autodefinen como una herramienta de transformación del sector. ¿Considera que el taxi necesita modernizarse para ser más competitivo?

Sí, por supuesto. El taxi es un servicio público de interés general según el TSJ y está debidamente regulado

por las administraciones públicas. La flota de taxis está compuesta por unos 70.000 vehículos, que pagan sus impuestos y generan una riqueza al país de más de 5.000 millones de euros. El proyecto empresarial de Uber o Cabify no podría asumir todo esto.

El sector del taxi no tiene miedo a la competencia, porque siempre ha existido, pero hay que transformarse y adaptarse a los nuevos tiempos y demandas, primando los servicios que el usuario reclama: accesibilidad, vestimenta y aseo, música de emisora de radio, cortesía. Los que ya están más modernizados tienen que seguir innovando constantemente y los que están más anticuados deben ponerse las pilas y apostar por la innovación, sino se quedarán fuera del mercado.

Es importante aumentar la formación de los profesionales, invertir en tecnología, calidad del servicio y, de este modo, mejorar la experiencia del usuario, que debe ser satisfactoria. Se deben incluir facilidades de pago, aumento de canales, facilidad de petición de servicios y renovar también la flota de vehículos, incluyendo más taxis accesibles y que sean sostenibles con el medio ambiente. Se debe potenciar la imagen profesional mediante buenas prácticas para, a su vez, fortalecer los lazos entre el taxi y el cliente final. Como gremio también hay que mejorar la percepción de dichos procesos de cambio. Claramente no hay una equivalencia entre la imagen que proyecta el sector y su realidad empírica, hay un fallo de percepción y/o comunicación.

En la actualidad, el gremio vive un momento bastante convulso debido al intrusismo por parte de los VTC.

¿Cómo ve el futuro del taxi?

Antes de nada hay que prestar atención al origen de los problemas del sector. Las empresas de economía colaborativa, como es el caso de Uber y Cabify, que

irrumperon en el mercado de forma disruptiva, sin restricciones ni servidumbres, generando un negocio muy lucrativo. Aprovechando lagunas y resquicios legales, llegan para captar el mercado y convertirse en intermediarios con una alta comisión, que es lo que realmente les interesa, una vez captado el mercado.

Aprovechando la crisis, las multinacionales se apalancan en los activos (vehículos infrautilizados) y en personas con disponibilidad de tiempo a bajo coste para implementar un modelo agresivo pero sin control, invirtiendo en *marketing* de captación de clientes, porque en sí la tecnológica utilizada no es tan disruptiva.

La falta de liderazgo y desunión en el sector propician la instalación de este tipo de empresas multinacionales. Por lo tanto, es primordial que el sector se adecue a las necesidades actuales para ser más competitivo.

Veo el futuro del taxi con vocación de unidad y esperanza. No se pueden poner puertas al campo, las VTC van a tener su espacio, pero creo que el momento convulso que se está viviendo nos va unir más, profesionalizar y darnos un sentido de esperanza.

¿Qué medidas se deberían empezar a implementar de forma inminente?

Si queremos ser el taxi del siglo XXI tenemos que transformarnos y tener como objetivo principal la excelencia en el servicio que prestamos. Una de las medidas que vamos a poner en marcha desde la fundación tiene como eje central esta cuestión, pues creemos que es primordial. Queremos conseguir que el taxi tenga un sello de excelencia a nivel internacional para que se vea reforzada la imagen del sector. Estamos trabajando en ello y será una realidad próximamente.

NUESTRA MAYOR ILUSIÓN ES SEGUIR TENIENDO SUEÑOS,
NUESTRO MAYOR SUEÑO ES VIVIR EN UN MUNDO SIN CÁNCER

INVERTIR EN INVESTIGACIÓN
ES INVERTIR EN VIDA

Cris
contra el cáncer

Necesitamos tu ayuda, ¿colaboras?
www.criscancer.org
Objetos solidarios para eventos
y mucho más

@TaxiDeLaVida @Criscancer