

# PARADA EFICIENTE DE TAXI

## Participantes

LUÍS MERINO,

M.MAR DE LA IGLESIA,

REGINA GONZÁLEZ,

SOFÍA FERNANDEZ.

MediaLab Prado - Madrid 03.2019

## Memoria de Proyecto

Examinando las paradas actuales de taxi y comparándolas con las paradas de autobuses y metro, vemos como la parada de taxi sigue siendo exclusivamente una señal de tráfico y que las demás han evolucionado e incorporado nuevas tecnologías.

Por lo que vemos necesario la creación de una nueva parada de taxi, mucho más moderna e innovadora, que esté geolocalizada y vinculada a las diferentes aplicaciones del taxi que estén en el mercado y que sirvan tanto para el taxista como para el usuario.

Comenzamos el análisis preguntándonos si podría tener importancia la manera de contratar un taxi

**¿Cómo lo hacemos?** Existen tres formas: levantando la mano en la calle, yendo a la parada oficial y por precontratación (vía telefónica, por aplicación o whatsapp)

**¿Quién es el usuario de la parada de taxi?**

Tenemos dos tipos de usuarios:

-El taxista: es su lugar de descanso y donde seguro va a encontrar un cliente.

-El usuario: encontramos cinco tipos de diferentes en función del tipo de parada:

-Turista: En paradas de aeropuertos, estaciones de trenes y autobuses etc, para el viajero la parada es la primera imagen que tiene del transporte público de la ciudad.

- Los enfermos, mayores y personas de movilidad reducida: En paradas de hospitales y centros de salud suelen necesitar vehículos adaptados (eurotaxis)

- Ejecutivo: En áreas empresariales. Buscan una disponibilidad inmediata del servicio, su tiempo es caro.

- Estudiantes y profesores: Centros universitarios, posibilidad de compartir taxi ya que los campus están retirados del centro.

-Público en general: Parada en la calle, donde seguramente encontraran un taxi. Necesitan ser visibles.

**¿Qué esperamos de hoy de una parada de taxi?**

Visibilidad, identidad, modernidad, conectividad y eficiencia.

-Visibilidad: que se vean y sean reconocibles al igual que lo es la capilla que llevan todos los taxis.

-Identidad de la marca taxi: como branding corporativo y sentimiento de pertenencia a un grupo. El taxi necesita un icono que lo represente como tiene Metro o EMT.

-Modernidad: Una parada inteligente geolocalizada. Un elemento de mobiliario urbano que conecta al usuario directamente con el taxista, ya sea a través de la aplicación o del call center. Pudiendo también solicitar un taxi directamente desde la parada a través de una pantalla táctil "botón" en caso de no haber vehículo disponible en ese momento. Este botón también se podría incorporar en cualquier otro elemento como las paradas de autobuses, en calles donde no se pueden colocar paradas de taxis oficiales.

**Nuestra propuesta de parada:**

Un nuevo elemento dentro del mobiliario urbano fácilmente identificable gracias a la abstracción de la capilla del taxi en la parte superior del objeto, la cual está iluminada con la palabra TAXI y un luminoso verde. Justo debajo se encuentra el número de identificación de la parada de taxi, se numera por distrito, número de parada y capacidad total de taxis en la parada. En la parte central del mobiliario se dispone una pantalla informativa (tarifas, localización...) En la pantalla táctil contigua podemos seleccionar un servicio personalizado (selección de:

número de personas, maletas, sillas para bebés o eurotaxi). Y debajo la banda roja hace referencia a la identidad actual del taxi de Madrid.

Todo este monolito se prevé que sea autosuficiente gracias a una placa solar instalada en la parte superior.

Por último, se debe hacer una intervención en la calle para que la parada sea accesible para personas invidente y de movilidad reducida.