



COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA SERVICIO DE CORREOS
RÁPIDOS AL AMPARO DE LOS DISPUESTO EN EL ART. 165 DE
CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E
INVERSIONES EN LA CIUDAD DE QUITO

ANDREA ESTEFANÍA CASTILLO GARCÍA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del grado de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
INTERNACIONAL

Año 2013



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Andrea Estefanía Castillo García

En proyecto de grado denominado “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA SERVICIO DE CORREOS RÁPIDOS AL AMPARO DE LOS DISPUESTO EN EL ART. 165 DE CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES EN LA CIUDAD DE QUITO” ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el proyecto, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es mi autoría.

En virtud de esta declaración me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de proyecto de grado en mención.

Quito, 26 de julio de 2013

Andrea Estefanía Castillo García



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

CERTIFICADO

Ingeniera Marcela Viteri e Ingeniero Patricio Santacruz

CERIFICAN

Que el trabajo titulado “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA SERVICIO DE CORREOS RÁPIDOS AL AMPARO DE LOS DISPUESTO EN EL ART. 165 DE CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES EN LA CIUDAD DE QUITO” realizado por Andrea Estefanía Castillo García, ha sido guiado y revisado periódicamente y cumple normas estatutarias establecidas por la ESPE en el Reglamento del Estudiante de la Escuela Politécnica el Ejército.

Debido a que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos por la universidad se recomienda su publicación.

El mencionado trabajo consta de un documento empastado y un disco compacto el cual contiene los archivos en formato portátil de Acrobat (PDF) autoriza a Andrea Estefanía Castillo García que lo entregue al Ingeniero Fabián Guayasamín, en su calidad de Director de la Carrera.

Quito, 26 de julio de 2013


Ingeniera Marcela Viteri
DIRECTOR


Ingeniero Patricio Santacruz
CODIRECTOR



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Yo, Andrea Estefanía Castillo García

Autorizo a la Escuela Politécnica del Ejército la publicación en la biblioteca virtual de la institución del trabajo “CREACIÓN DE UNA EMPRESA PARA SERVICIO DE CORREOS RÁPIDOS AL AMPARO DE LOS DISPUESTO EN EL ART. 165 DE CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES EN LA CIUDAD DE QUITO”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Quito, 26 de julio de 2013

Andrea Estefanía Castillo García



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

DEDICATORIA

Antes que todo dedico esta tesis a Dios por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el período de estudio.

A mis padres Carlos Castillo y Lila García, porque creyeron en mí y me sacaron adelante, dándome ejemplos dignos de superación y entrega, porque en gran parte gracias a ustedes, hoy puedo ver alcanzada mi meta, ya que siempre estuvieron impulsándome en los momentos más difíciles de mi carrera, y, por el orgullo que sienten por mí, fue lo que me hizo ir hasta el final. Va por ustedes, por lo que valen, porque admiro su fortaleza y por lo que han hecho de mí.

A mis hermanos, porque a pesar de ser menores, con sus simples palabras lograron que mi mente imagine y visualice caminos correctos, lo cual la importancia de lo mismo dio gran valor a mi vida.

A la persona que amo David A. Vélez R., porque a través de su amor me dio lo más importante en mi vida, a nuestra hija Luzdhary V. Vélez C., ahora son fuente de tranquilidad y amor.

A todos mis amigos, por compartir los buenos y malos momentos, por estar ahí para un consejo, y sobre todo por darme lo más valioso de un ser, su amistad.



ESCUELA POLITÉCNICA DEL EJÉRCITO

AGRADECIMIENTO

En primera instancia quiero agradecerte a ti Dios por bendecirme en cada paso que he dado, gracias a ti porque la fe nunca la perdí y aún más la esperanza de cumplir con mi sueño anhelado.

A mis padres por ser el pilar fundamental de mi vida, porque sus enseñanzas me llevo a lograr todo lo que he propuesto.

A mi Directora de tesis, Ingeniera Marcela Viteri y Codirector Ingeniero Patricio Santacruz que gracias a sus conocimientos y experiencias, paciencia y motivación pude culminar con mi tesis.

También agradezco a todos los ingenieros que estuvieron en toda mi carrera profesional, ya que aportaron a través de sus conocimientos la experiencia vivida y aprendizaje que me ayudo a tomar las riendas en el aspecto laboral.

Al Ingeniero David Andrés Vélez Rueda, por sus palabras de motivación, rectitud y compañía, ya que esto en mi vida hizo que cada vez me diera cuenta de la realidad de las cosas que me rodean.

Son muchas las personas que han formado parte de mi vida personal y profesional a las que me encantaría agradecer por su amistad, consejos, apoyo y ánimo en los momentos más difíciles de mi vida. Algunas están aquí conmigo y otras en mi recuerdo y corazón, sin importar en donde estén quiero darles las gracias por formar parte de mí, por todo lo que me han brindado y por todas sus bendiciones.

A todos ustedes mil gracias.

INDICE DE CONTENIDOS

<u>EXTRACTO</u>	8
<u>EXTRACT</u>	9
<u>JUSTIFICACIÓN</u>	10
<u>OBJETIVOS</u>	12
<u>METODOLOGÍA</u>	13
<u>CAPÍTULO I</u>	14
<u>ANTECEDENTES</u>	14
1. <u>Antecedentes históricos</u>	14
1.1 Marco Jurídico	16
1.1.3 Reglamento del COPCI	17
1.1.4 Reglamento de mensajería Rápida o Courier	18
<u>1.2 Situación Actual</u>	23
<u>CAPITULO II</u>	28
<u>ESTUDIO DE MERCADO</u>	28
2. <u>Estudio de Mercado</u>	28
2.2 <u>Diseño de la investigación</u>	29
2.3 <u>Tipo de muestreo</u>	30
2.5 <u>Competencia</u>	32
<u>Intermediación aduanera</u>	36
2.6 <u>Encuestas</u>	42
2.8 <u>Resultados de las encuestas, Personas Naturales y Jurídicas</u>	65
2.9 <u>Perfil de consumidor</u>	88
<u>CAPÍTULO III</u>	89
<u>CREACIÓN DE LA EMPRESA</u>	89
3.1 <u>Aspectos legales para constituir una empresa de Servicios (Courier)</u>	89
3.2 <u>Estudio de la Localización Geográfica</u>	96
3.3 <u>Actividades Principales</u>	98
3.5 <u>Estructura Organizacional de la empresa</u>	102
3.6 <u>La elección y fijación de los canales de distribución.</u>	106
3.7. <u>La Política de precios</u>	107
3.8 <u>Mix de Comunicación</u>	115

<u>CAPITULO VI</u>	118
<u>LOGISTICA Y DISTRIBUCIÓN</u>	118
4.1 Logística de importación de mercancías a través de Courier.	118
4.2 ASESORAMIENTO DEL SERVICIO COURIER	124
4.3 RECEPCIÓN DEL PEDIDO	126
4.4 SOLICITUD DE COMPRA	127
4.5 RECEPCIÓN DE LA COMPRA	129
4.6 DOCUMENTOS	131
4.7 MERCANCÍA EN ADUANA	133
4.8 RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA	133
4.9 Gestión Logística de la empresa CASTILLO GEXPRESS	135
<u>CAPITULO V</u>	139
<u>ESTUDIO FINANCIERO</u>	139
5 ESTUDIO FINANCIERO	139
<u>CAPITULO VI</u>	162
6.1 Conclusiones	162
6.2 Recomendaciones	163
<u>Bibliografía</u>	160

ÍNDICE DE TABLAS

<u>Tabla N.1.1 Porcentajes de Ad-Valorem, en la aplicación de Courier (Resolución N° 63,66 y 67 de COMEX , 2012)</u>	19
<u>Tabla N.2.1 Consulta de totales por Nandina del capítulo 98 desde 1 de Enero de 2007 hasta el 31 de Diciembre de 2012</u>	39
<u>Tabla No. 2.2 Número de Operadores de Comercio Exterior en la ciudad de Quito y Guayaquil</u>	42
<u>Tabla N. 2.3 Importación por Courier</u>	44
<u>Tabla N. 2.4 Trámites de importación</u>	45
<u>Tabla N. 2.5 Empresas dedicadas a Courier</u>	46
<u>Tabla N. 2.6 Trámites mensuales</u>	48
<u>Tabla No.2.7 Empresas dedicadas a Courier vs Trámites mensuales</u>	50
<u>Tabla N. 2.8 Cantidad de importación kg Courier</u>	52
<u>Tabla No. 2.9 Empresas dedicadas a Courier vs Cantidad de importación kg</u>	53
<u>Tabla N. 2.10 Dólares de importación Courier</u>	55
<u>Tabla N. 2.11 Satisfacción por el servicio</u>	57
<u>Tabla N. 2.12 Empresas dedicadas a Courier vs Satisfacción por el servicio</u>	59
<u>Tabla N. 2.13 Elección a otra empresa</u>	61
<u>Tabla N. 2.14 No atraen al cliente</u>	63
<u>Tabla N. 2.15 Elección de una nueva empresa</u>	65
<u>Tabla N. 2.16 Ubicación de la empresa</u>	67
<u>Tabla N. 2.17 Tarjeta de crédito</u>	70
<u>Tabla N. 2.18 Importación por Courier</u>	71
<u>Tabla N. 2.19 Empresa de Importación</u>	72
<u>Tabla N. 2.20 Objetivo de Importación</u>	74
<u>Tabla No. 2.21 Empresa de importación vs Objetivo de importación</u>	76
<u>Tabla N. 2.22 País de importación</u>	77

<u>Tabla No. 2.23 Empresa de importación vs País de importación</u>	<u>79</u>
<u>Tabla N. 2.24 Importación en Kilos mensual</u>	<u>80</u>
<u>Tabla N. 2.25 Importación en dólares mensual</u>	<u>81</u>
<u>Tabla N. 2.26 Grado de satisfacción</u>	<u>83</u>
<u>Tabla No. 2.27 Empresa de importación vs * Grado de satisfacción</u>	<u>84</u>
<u>Tabla N. 2.28 Aspectxos que no atraen de la empresa</u>	<u>86</u>
<u>Tabla No. 2.29 Empresa de importación vs Aspectos que no atraen de la empresa</u>	<u>87</u>
<u>Tabla N. 2.30 Creación de una nueva empresa</u>	<u>88</u>
<u>Tabla No. 2.31 Edad de las personas vs Creación de una nueva empresa</u>	<u>89</u>
<u>Tabla N. 2.32 Ubicación de la nueva empresa</u>	<u>90</u>
<u>Tabla N. 2.33 Edad de las personas que importan mercadería por Courier</u>	<u>91</u>
<u>Tabla N. 2.34 Género de la persona encuestada</u>	<u>93</u>
<u>Tabla No. 2.35 Edad de las personas vs Genero de la persona</u>	<u>93</u>
<u>Tabla N. 2.36 Sector laboral</u>	<u>94</u>
<u>Tabla No. 2.37 Edad de las personas vs Sector Laboral</u>	<u>95</u>
<u>Tabla N. 3.1 Camión de HEALTH GROUP</u>	<u>119</u>
<u>Tabla N.3.2 Tarifas</u>	<u>126</u>
<u>Tabla 4.1 Solicitud de Compra</u>	<u>128</u>
<u>Tabla 4.2 Solicitud de Compra con datos</u>	<u>128</u>
<u>Tabla No. 5.1 Inversión Total</u>	<u>139</u>
<u>Tabla No. 5.2 Sueldo y Salarios para personal Administrativo</u>	<u>140</u>
<u>Tabla No. 5.3 Total anual del Dpto. Administrativo</u>	<u>141</u>
<u>Tabla No. 5.4 Sueldo y Salarios para personal de Logística</u>	<u>141</u>
<u>Tabla No. 5.5 Total anual del Dpto. Logístico</u>	<u>142</u>
<u>Tabla No. 5.6 Sueldo y Salarios para personas que trabajan indirectamente en la empresa</u>	<u>145</u>
<u>Tabla No. 5.7 Total anual del personal indirecto</u>	<u>157</u>
<u>Tabla N. 5.8 Costos y Gastos</u>	<u>157</u>
<u>Tabla No. 5.9 Precios utilizados para la importación bajo régimen Courier</u>	<u>159</u>

<u>Tabla No. 5.10 Presupuesto Total de Ventas</u>	<u>146</u>
<u>Tabla N. 5.11 Depreciación</u>	<u>146</u>
<u>Tabla N. 5.12 Puntos sobresalientes para el préstamo</u>	<u>147</u>
<u>Tabla N. 5.13 Tabla de Amortización</u>	<u>148</u>
<u>Tabla N. 5.14 Tabla de Utilidad (Pérdida) Neta</u>	<u>148</u>
<u>Tabla N. 5.15 Total de Flujo de caja</u>	<u>149</u>
<u>Tabla N. 5.16 T.M.A.R</u>	<u>150</u>
<u>Tabla N. 5.17 Puntos para obtener el VAN</u>	<u>151</u>
<u>Tabla No. 5.18 Flujo Descontado</u>	<u>152</u>
<u>Tabla N. 5.20 Flujo Actual</u>	<u>153</u>
<u>Tabla N. 5.21 TIR</u>	<u>154</u>
<u>Tabla N. 5.22 Costos Fijos y Variables</u>	<u>155</u>
<u>Tabla N. 5.23 Nivel de Equilibrio de los Ingresos por Servicio</u>	<u>156</u>
<u>Tabla N. 5.24 Periodo Real de Recuperación</u>	<u>157</u>
<u>Tabla N. 5.25 Razón Costo Beneficio</u>	<u>158</u>

ÍNDICE DE GRÁFICOS

<u>Gráfico N. 2.1 Importación por Courier</u>	38
<u>Gráfico N. 2.2 Trámites de importación</u>	39
<u>Gráfico N. 2.3 Empresas dedicadas a Courier</u>	40
<u>Grafico N. 2.4 Trámites mensuales</u>	42
<u>Gráfico N. 2.5 Cantidad de importación kg Courier</u>	45
<u>Grafico N. 2.6 Dólares de importación Courier</u>	48
<u>Grafico N. 2.7 Satisfacción por el servicio</u>	50
<u>Grafico N. 2.8 Elección a otra empresa</u>	53
<u>Grafico N. 2.9 No atraen al cliente</u>	55
<u>Gráfico N. 2.10 Elección de una nueva empresa</u>	57
<u>Grafico N. 2.11 Ubicación de la empresa</u>	59
<u>Grafico N. 2.12 Tarjeta de crédito</u>	61
<u>Grafico N. 2.13 Importación por Courier</u>	62
<u>Grafico N. 2.14 Empresa de Importación</u>	63
<u>Grafico N. 2.15 Objetivo de Importación</u>	54
<u>Grafico N. 2.16 País de importación</u>	67
<u>Grafico N. 2.17 Importación en Kilos mensual</u>	69
<u>Grafico N. 2.18 Importación en dólares mensual</u>	71
<u>Grafico N. 2.19 Grado de satisfacción</u>	72
<u>Grafico N. 2.20 Aspectos que no atraen de la empresa</u>	74
<u>Grafico N. 2.21 Creación de una nueva empresa</u>	76
<u>Grafico N. 2.22 Ubicación de la nueva empresa</u>	78
<u>Grafico N. 2.23 Edad de las personas que importan mercadería por Courier</u>	79
<u>Grafico N. 2.24 Género de la persona</u>	80
<u>Grafico N. 2.25 Sector laboral</u>	82
<u>Gráfico N. 3.1 Localización de la empresa geográfica CASTILLO GEXPRESS C.A</u>	93
<u>Gráfico N.3.2 Liderazgo de la empresa.</u>	94

<u>Gráfico N. 3.3 Mapa de la ciudad de Miami</u>	103
<u>Gráfico N. 3.4 Mapa de la ciudad de Miami Primer Perímetro</u>	105
<u>Gráfico N. 3.5 Mapa de la ciudad de Miami Segundo Perímetro</u>	106
<u>Gráfico N. 3.6 Mapa de la ciudad de Miami Tercer Perímetro</u>	107
<u>Gráfico 4.1 Proceso gráfico de importación de mercadería</u>	116
<u>Gráfico 4.2 Páginas web</u>	122
<u>Gráfico 4.3 Factura Comercial</u>	125
<u>Gráfico N. 4.4 Revisión de número de tracking</u>	129

EXTRACTO

El estudio presentado a continuación se relaciona con un plan de Comercio Exterior y Negociación Internacional de la creación de una empresa para servicio de correos rápidos al amparo de lo dispuesto en el art. 165 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones en la ciudad de Quito, teniendo como objetivo brindar un servicio mejorado de Mensajería Rápida o Courier, mediante un plan estratégico de negocios, cumpliendo con las expectativas del cliente.

Cada uno de los puntos planteados y estructurados en la presente tesis, han logrado establecer metas y soluciones a varios de los problemas que en la actualidad existe en el sector de servicios, entre ellos el mal manejo del tiempo al momento que se realiza una importación bajo régimen de Courier.

El ambiente competitivo que existe hoy en día, ha llevado a las empresas a desarrollar nuevas técnicas de negocio, con la finalidad de obtener ventajas competitivas en el ámbito de comercio exterior, es por esta razón que día a día se aplican nuevas alternativas las cuales el único que las necesita y escoge es el cliente.

Parte de este escenario, y con un gran peso de acciones en la toma de decisiones en las empresas, lo forma la logística de distribución y manera de negociación y fundamentalmente la aplicación de bases legales hacia dichos sectores de servicios las cuales necesitan canales digitales de información inter-empresariales para su eficiente gestión, enmarcada en el indicador fundamental de resultado la velocidad de respuesta a las necesidades del consumidor final, donde en muchos procesos dentro de la cadena de gestión está determinada por actividades innecesarias pero regulatorias de alguna resolución o regulación estatal.

Guiados en la estructura empresarial y los artículos de la ley que ampara lo dispuesto en el Art. 165 del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones junto con su Reglamento y lo que hace mención a la Ley de Courier, se garantiza la creación total y perfecta de una empresa con objetivos amplios.

EXTRACT

The study presented below relates to a plan of Foreign Trade and International Negotiation creating a company for express mail service under the provisions of art. 165 of the Organic Code of Production Trade and Investment in the city of Quito, aiming at providing an improved service Quick Courier or Courier, with a strategic business plan, meeting customer expectations.

Each of the points raised and structured in this thesis, have established goals and solutions to many of the problems that currently exist in the service sector, including poor time management when an import is performed under Courier regime.

The competitive environment that exists today, has led companies to develop new business techniques, in order to gain competitive advantages in the field of foreign trade, it is for this reason that every day apply new alternatives which the only the need and the client chooses.

Part of this scenario, and with a weight of shares in the decision-making firms, logistics distribution form and manner of negotiating and implementing fundamentally legal basis to those service sectors which need digital channel information inter-enterprise for efficient management, part of the fundamental indicator of response speed result to the needs of the end, where in many processes within the management chain is determined by regulatory unnecessary activities but some resolution or state regulation.

Guided in business structure and articles of the law that protects the provisions of Article 165 of the Organic Code of Production Trade and Investment with the Regulations and what makes mention of the Act Courier, is guaranteed the full and perfect of a company with broad objectives.

JUSTIFICACIÓN

Con el avance tecnológico y la especialización de las industrias a nivel mundial, han dado lugar a que cada una de las actividades del sector de servicios tengan visiones más específicas a corto y mediano plazo, por ende los métodos que en la actualidad son utilizados para orientarse a obtener resultados se basa totalmente en crear nuevas necesidades y consecuentemente la creación de nuevas empresas con misiones y visiones diferentes que como resultado obtendremos la satisfacción de las exigencias de los clientes.

Basándonos en gestiones anteriores y analizando lo que se aplica en la actualidad, se puede determinar que, al momento de implementar un sistema de distribución orientado a gestiones económicas y, que de igual manera las mismas sirvan como vinculo para realizar procesos que requieren de un análisis más profundo, nos conducirá a el manejo apropiado de obtener mejoras en la estructura genérica descrita en modelos económicos, políticos y laborales por ende los procedimientos legales se fundamentarán con el Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, y se concretará en invertir de manera adecuada en la creación de una empresa orientada a dar de mejor manera el servicios de mensajería rápida o Courier , cabe señalar que el conjunto de estrategias y acciones que formulan el gobierno y en general el Estado para conducir e influir sobre la economía está constituida por el conjunto de medidas, leyes, regulaciones, que alteran los incentivos o desmotivan a las personas a ingresar en esta actividad es por eso que para evitar este tipo de inconvenientes nos basaremos en un proceso adecuado de importación de mercancías su logística y distribución.

Justificación Teórica

Al ir analizando este tipo de actividad de importación de mercancías se puede observar que no existen datos referenciales con disolución económica, sino, actividades básicas sin originar atractivos de procesos basados en requerimientos de tiempo.

Una teoría más apropiada son las perspectivas de país, que al final de la década de los ochenta y el inicio de los noventa trajo para las empresas de servicios y en general un

nuevo concepto que asimilar: la calidad y homogeneidad en los procesos al momento de dar un servicio.

Justificación Metodológica

Ecuador es, dentro de los últimos años un país que se ha dedicado a brindar servicios de manera correcta, la cual las principales empresas que se dedican a Mensajería rápida o Courier aplican un 65% de sus estrategias lo cual de esta manera generan un alto beneficio a nivel empresarial como a nivel laboral, sin embargo varias empresas se encuentran desarrollando estrategias más preparadas para mejorar sus servicios, y al momento de realizar un estudio más profundo de las necesidades de los clientes, se generarán dudas al desarrollar procesos tanto de importación como de distribución y su logística correspondiente, de igual manera facilidades de pago, plazos, diseñando encuestas, basadas en crear una empresa deseada por las personas que importan de manera masiva mercancías bajo este régimen, y tomando en cuenta que usualmente el cliente siempre busca seguridad al momento de encargar el envío de la correspondencia y adicionalmente, se preocupa del tiempo de arribo de la llegada tomando en cuenta que el precio depende mucho de lo que envíe, siempre y cuando ese encuentre bajo los parámetros del COPCI.

Justificación Práctica

Con todos estos factores económicos, se impone la necesidad de seguir ofertando un servicios nuevo y dar a conocer la facilidad de cómo es el proceso de importar bajo este régimen, donde se abrirán nuevos escenarios y de esta manera se determinara la rentabilidad de crear una empresa con esta actividad, aplicado en los principales mercados como en los diferentes horizontes que dan paso a una economía avanzada. De igual manera se elaboraran estadísticas sustentadas de manera empresarial, y de igual manera los principios empresariales serán formados éticamente mejorando de manera continua , donde se acogerán críticas, observaciones y sugerencias desarrollando el conocimiento económico de la empresa aportando a nuestra sociedad ecuatoriana, y

difundiendo eficiencia y eficacia dentro de los lineamientos que permitan su mejor utilización e interpretación.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Crear una empresa de Servicios rápidos al amparo de lo dispuesto en el art. 165 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones en la ciudad de Quito.

3.2 Objetivos Específicos

- Analizar e investigar los diferentes conceptos y variables acerca del tema propuesto.
- Elaborar un estudio de mercado de localización de la Empresa de Servicios, y su demanda bajo el criterio de importación de mercancías.
- Crear a la empresa de Mensajería rápida o de Courier basándonos en los estatutos legales para su constitución.
- Implementar la cadena logística al cumplimiento del servicio ofertado.
- Realizar un estudio técnico y financiero para determinar la rentabilidad de la inversión.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se realizará utilizando varios métodos que permitirán obtener toda la información necesaria para la creación de la empresa aplicada al sector de servicios bajo la actividad de Courier mediante la aplicación de lo aprendido durante los años de la carrera de Comercio Exterior y Negociación Internacional, y a la vez demostrar los beneficios que brindará al constituir dicha empresa.

TIPO DE ESTUDIO.

- **Estudio exploratorio.**- La metodología que se aplicará, es el método exploratorio, que se utilizará para recoger, analizar, presentar, generalizar los resultados de las observaciones. Este método implica el resultado que obtendremos al culminar con el mismo.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.

- **Inductivo.**-El método inductivo, se aplicara para señalar los motivos por el cual se realizará la actividad de Courier en la ciudad Quito.
- **Deductivo.**- se aplicará para conocer a detalle los beneficios que se obtendrá al momento de constituir a la empresa, y de iguala manera el proceso adecuado para la transportación de las mercancías importadas al amparo del Régimen de Mensajería rápida o Courier.
- **Análisis e interpretación.**- Se aplicará este método para analizar datos estadísticos del sector de servicios e interpretarlos de manera correcta para adquirir un conocimiento global de lo que se quiere obtener.

TÉCNICAS PARA LA GESTIÓN DE LOS DATOS REQUERIDOS

Información Cuantitativa y Cualitativa.

- **Cuantitativa:** al momento de obtener datos referentes al estudio de mercado de nuestros posibles clientes basándonos en instrumentos de recopilación de datos de igual manera datos estadísticos del nivel de empleo en los cinco últimos años.
- **Cualitativa:** cuando se trate de constituir la empresa de servicios o de correos rápidos, de igual manera al analizar a las empresas que se dedican a esta

actividad para observar procedimientos, estrategias y métodos basándonos en normas que rige el Ecuador.

Fuentes de Datos Secundaria, Primaria y Otras

- Análisis de datos secundarios
- Observación de campo

Instrumentos Para la Recolección de los Datos.

- Herramientas de mercadeo
 - Encuestas
 - Entrevistas
 - Estudios de casos
 - Diario de campo

Tratamiento de los Datos.

- Clasificar la información en dirección a la solución del problema planteado
- Discernir los datos obtenidos mediante el uso de herramientas tecnológicas y programas de análisis de datos que permitan la efectiva interpretación de la información
- Análisis
- Conclusión

Interpretación y Presentación de la Información

- Cuadros estadísticos
- Graficas
- Tablas dinámicas

CAPÍTULO I

ANTECEDENTES

1. Antecedentes históricos

En este tema se dará amplitud a un conjunto de vicisitudes históricas de la manera como apareció el Courier a nivel internacional y nacional, para lo cual se han recopilado información acerca de esto.

Los antecedentes remotos corresponden a una etapa de conceptualizaciones acertadas al desarrollo de uno de los regímenes más importantes del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

A nivel Internacional

Durante los siglos XVII y XVIII, el intercambio de correspondencia entre los diferentes países era regularizado por acuerdos entre cada par de naciones, pero en el siglo XIX esta red de acuerdos se hizo tan compleja que impedía que los envíos se entreguen con rapidez. A causa de esto, se empezaron a implementar varios proyectos, entre los cuales destacó el de (Hill, 1852), quien introdujo un sistema para uniformizar el tamaño de las cartas. También es conocido por crear la estampilla postal.

En 1863, a solicitud del (Blair, 1863), de la administración postal de Estados Unidos, se convocó a una conferencia en París ante quince delegados europeos y de América para acordar los principales tratados postales, pero solo llegaron a juntar algunos acuerdos separados y no pudieron establecer un sistema postal universal. Para hacer esto se le dejó la tarea a (Stephan, 1874) quien convocó una nueva conferencia en Berna el día 15 de septiembre de 1874, en la cual propuso hacer una organización de regularización del correo a escala mundial. Gracias a esto, el día 9 de octubre del mismo año, en virtud del Tratado de Berna, nacía la Unión Postal General y esa fecha es hoy en día el día mundial del servicio postal. El

nombre fue cambiado a Unión Postal Universal en 1978. Posteriormente pasó a ser un organismo especializado de las Naciones Unidas, por un acuerdo que entro en vigor el 1 de julio de 1948.

La UPU mantiene relaciones cercanas con varios programas, como el Programa de las Naciones Unidas para el Control de Drogas (UNDCP), el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP) y el Programa de las Naciones Unidas para el Cuidado del Medio Ambiente (UNEP). La organización también coopera con diferentes organizaciones, como la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU), la Organización Internacional de Aviación Civil (ICAO), la Organización Internacional del Trabajo (ILO), la Organización Mundial del Comercio (WTO) y el Banco Mundial. Para facilitar el traslado de los mensajes, la UPU trabaja en conjunto con la Organización Internacional del Transporte Aéreo (IATA), la Organización Internacional para la Estandarización (ISO), la Organización Mundial de Aduanas (WCO) y la Organización Internacional de Policía Criminal (INTERPOL).

A nivel Nacional

Se observa que en el año de 1878, en la ciudad de Quito, existió la manera del envío de paquetes y documentos que se enviaban de manera rápida dentro del país, los fuertes más importantes del Ecuador fueron aquellos que consideraban que El servicio postal es un sistema dedicado a transportar documentos escritos y otros paquetes de tamaño pequeño alrededor del mundo. Todo documento enviado a través del sistema postal es llamado correo o correspondencia. Los paquetes son "envíos postales" que se pueden transportar por tierra, mar, o aire; cada uno con tarifas diferentes dependiendo de la duración en la entrega. Un sistema postal puede ser privado o estatal.

En sus inicios, la actividad postal era controlada en forma monopólica por el Estado Ecuatoriana, respaldado por el marco legal que le brindaban la Ley N° 20.216 y su Decreto Reglamentario, y la Ley N° 21.138. En el año de 1936, se comenzó a permitir la participación en el mercado del sector privado, tendencia que se fue acentuando en forma gradual hasta llegar a la privatización de la actividad. (Ley N°

22.005, Decreto N° 1842/87, Ley N° 23.696). Asimismo, en el año 1992 se creó la Comisión Nacional de Correos rápidos como autoridad de aplicación del marco regulatorio de la actividad postal, para que observara el cumplimiento de las obligaciones asumidas por las empresas concesionarias. (Decreto N° 214/92). Finalmente, en 1993 se suprimió el monopolio estatal, disponiéndose que el mercado postal local e internacional sea abierto y competitivo, creándose a estos efectos el Registro Nacional de Prestadores de Servicios Postales, administrado por la Comisión Nacional de Comunicaciones. (Decreto N° 1187/93). (**Ver Anexo 1.1**)

Según el origen que tengan, los envíos postales encuadrarán dentro de la categoría de importación o exportación. Estas categorías, a su vez, determinarán el tratamiento que deben recibir según el Régimen de Envíos Postales y el Régimen de Courier.

Si bien ambos regímenes tienen legislación en común, cada uno cuenta, también, con particularidades propias que los diferencian.

Cada planteamiento de regulaciones legislativas acerca de Mensajería Rápida, correos postales o Courier son datos escritos por las personas que intervienen en la regulación de la Ley Orgánica de Aduanas que en la actualidad toma el nombre de Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones.

En definitiva Courier es una empresa destinada a la importación y exportación de mercaderías tales como paquetes y documentos alrededor del mundo.

Las compañías Courier ofrecen servicios adicionales tales como el desaduanizaje de la mercadería, embalaje de productos, seguro del envío y asistentes informáticos que le permiten al cliente el seguimiento y control del transporte de la mercadería.

1.1 Marco Jurídico

La amplitud de Leyes en el mundo del comercio exterior ha sido el límite de saber de manera ordenada todos los artículos al momento de aplicar el régimen que se necesita utilizar, para importar o exportar mercadería, la cual en este tema se observará de manera concreta de los aspectos legales al momento de aplicar el régimen de Mensajería rápida o Courier.

1.1.1 Definición.- Dentro del ámbito de comercio exterior se denomina marco jurídico al conjunto de disposiciones, leyes, reglamentos y acuerdos a los que debe apegarse una dependencia o entidad en el ejercicio de las funciones que tienen encomendadas.

1.1.2 Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones

Art. 165.- Mensajería acelerada o Courier.- La correspondencia, documentos y mercancías que cumplan con lo previsto en el reglamento dictado por la Directora o Director General del Servicio Nacional de Aduanas y no excedan los límites previstos en el mismo, transportados por los denominados correos rápidos, se despacharán por la aduana mediante formalidades simplificadas conforme la normativa dictada por el Servicio Nacional de Aduanas.

Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido, se sujetarán a las normas aduaneras generales.

Para efectos de clasificar las mercancías enviadas bajo esta modalidad, éstas se agruparán en categorías de acuerdo a su peso y valor.

1.1.3 Reglamento del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones (Art. 210).-

La correspondencia, documentos y mercancías que cumplan con los plazos, procedimientos y requisitos previstos por el reglamento dictado por la Directora o Director General del Servicio Nacional de Aduanas y no excedan los límites previstos en el mismo, transportados por los denominados correos rápidos, se despacharán por la aduana mediante formalidades simplificadas. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido, se sujetarán a las normas aduaneras aplicables para el efecto.

La transportación de las mercancías importadas al amparo del presente régimen se realizará a través del operador público, o por los operadores privados debidamente autorizados por la Aduana y registrados ante la Agencia Nacional Postal. En caso de envíos destinados a cualquier otro régimen, la empresa autorizada cumplirá la función de transportista.

La persona jurídica que ejerza la actividad de mensajería acelerada que intervengan en los despachos aduaneros tendrá las mismas responsabilidades y obligaciones de las de un Agente de Aduana, respecto a la declaración Aduanera, el archivo de los documentos de soporte y de acompañamiento, en relación a los límites en envíos establecidos.

El Control Aduanero será ejercido directamente sobre los envíos postales internacionales, cualquiera sea el destinatario o remitente.

Las demás operaciones derivadas de este régimen se regularán de acuerdo a los procedimientos específicos que para el efecto dicte el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

1.1.4 Reglamento de Mensajería Rápida o Courier.- Se determinarán las categorizaciones existentes al momento de importar o exportar mercadería a través de Courier.

Categorizaciones:

Categoría A.- Documentos Impresos tales como: libros, cartas, postales, periódicos, fotografías, o cualquier otro tipo de información; contenidos en medios de audio y video, magnéticos, electromagnéticos, electrónicos; que no estén sujetos de licencias, etc., pudiendo ser de naturaleza judicial, comercial, bancaria, pero desprovistos de toda finalidad comercial y que no sean de prohibida importación. Esta categoría no requiere Declaración Aduanera Simplificada (DAS).

Categoría B.- Menor o igual a 4Kg y US\$400 FOB Paquetes cuyo peso sea menor o igual a 4 kg. y su valor FOB sea menor o igual a los US\$ 400,00 (o su equivalente en otra moneda); siempre que se trate de bienes de uso para el destinatario y sin fines comerciales. Las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea, adjuntando la Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

Categoría C.- Menor o Igual a 50Kg y US\$2.000 FOB Paquetes cuyo peso no exceda los 50 kg, ni el valor FOB de US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra moneda), y que no contemple la categoría anterior. Sin embargo, cuando se trate de repuestos para la industria, equipos médicos, o medios de transporte, se admitirá un peso de hasta 200 kg., siempre que su valor FOB no supere los US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra

moneda). Se exceptúan las limitaciones de valor y peso a las mercancías mencionadas anteriormente, cuando su número no exceda de 10 (diez) unidades. Las mercancías dentro de esta categoría, deben cumplir con todos los documentos de control previo para su desaduanización y se requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

Categoría D.- Textiles y calzados. Menores o iguales a 20Kg. y US\$2.000 FOB Todas las prendas, confecciones, textiles y calzados, que no se contemplen en la Categoría B, deberán obligatoriamente declararse en esta categoría, y el peso no puede excederse a los 20 kg., ni el valor sobrepasar los US\$ 2.000,00 (o su equivalente en otra moneda). Estos bienes no podrán ser usados, debido a que constituyen mercancías de prohibida importación. Esta categoría requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

- **Cuando se trate de ropa a más del Adv., debe sumarse \$5.50 por kilo**
(Ver Anexo 1.2)
Resolución No. 466 del COMEXI
- **Cuando se trate de calzado a más del adv., debe sumarse \$6.00 por cada par de zapatos.** (Ver Anexo 1.3)
Resolución No. 550 del COMEXI

Categoría E.- Medicina sin fines comerciales, equipos ortopédicos, órganos y tejidos, etc. Paquetes con medicinas sin fines comerciales, siempre que arriben a nombre de una persona natural; aparatos ortopédicos, órganos, tejidos y células; fluidos humanos y otros elementos requeridos para procesos médicos y quirúrgicos de emergencia; equipos y aparatos para personas con discapacidad, justificando su necesidad ante la administración aduanera. No contempla limitaciones de peso y valor ni se exigirán documentos de control previo o pago de impuestos. Se requiere la presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

Categoría F- Libros o similares Paquetes con libros o similares, o equipos de computación y sus partes; siempre que la partida específica dentro de los capítulos 1 al 97 del Arancel Nacional de Importaciones tenga tarifa 0%. Estos artículos están exentos

de toda limitación de peso y valor. Se requiere una presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

Equipos de computación y sus partes paquetes con libros o similares, o equipos de computación y sus partes; siempre que la partida específica dentro de los capítulos 1 al 97 del Arancel Nacional de Importaciones tenga tarifa 0%. Estos artículos están exentos de toda limitación de peso y valor. Se requiere una presentación de una Declaración Aduanera Simplificada-Courier (DAS-C).

Tabla N.1.1 Porcentajes de Ad-Valorem, en la aplicación de Courier (Resolución N° 63,66 y 67 de COMEX , 2012)

Categoría	Descripción	Ad Valorem	I.V.A.	Fodinfra
A	Documentos Impresos	0%	0%	0%
B	Menor o igual a 4Kg y US\$400,00 FOB	0%	0%	0%
C	Menor o Igual a 50Kg y US\$2.000,00 FOB	20%	12%	0.5%
D	Textiles y calzados. Menores o iguales a 20Kg. y US\$2.000,00 FOB	* 10%+ \$5.50 por Kilo de ropa * 10%+ \$6.00 por cada par de zapatos	12%	0.5%
E	Medicina sin fines comerciales, equipos ortopédicos, órganos y tejidos, etc.	0%	12%	0.5%
F	Libros o similares	0%	0%	0.5%
	Equipos de computación y sus partes	0%	12%	0.5%

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Consideraciones Generales

No se podrán realizar envíos de paquetes o bultos mediante Correos Rápidos o Courier, que contengan dinero en efectivo o mercancías que estén prohibidas por la legislación ecuatoriana. Resolución N°. 182 (www.comex.gob.ec).

Todos los envíos realizados que constituyan muestras sin valor comercial, deberán venir claramente identificados como tales en la guía aérea o guía Courier, factura y producto.

Para las categorías C, D, E y F; es imprescindible la presentación de la Factura Comercial. En caso de no tenerla, será necesaria una Declaración de Valor suscrita por el remitente.

Para las categorías C y D, en el caso de que las mercancías excedan las limitaciones de peso y valor, éstas deberán pagar todos los tributos y cumplir con todas las formalidades correspondientes a una importación común, es decir presentar la Declaración Aduanera Única y contratar los servicios de una Agente de Aduana.

Se permite el envío por courier de ropa y calzado usado siempre que no exceda de 4 kilos (8.8 libras) y cuatrocientos dólares americanos, (US\$ 400,00, lo que comúnmente se conoce como “Envío 4x4”, porque a través de courier se puede importar mercadería menor a igual a 4 kilos, y que el costo del mismo sea menor o igual a \$400.00, es por esta razón que se lo conoce como Envío 4kg*\$400.00.

Para los envíos de sus mercancías por encomiendas postales y paquetes (correos del Ecuador), en el caso de las Categorías C, E y F las encomiendas postales no podrán sobrepasar los límites de pesos que establece el Art. 12 del Convenio Postal Universal y que se indica a continuación:

- Los envíos prioritarios y no prioritarios, las cartas, las tarjetas postales, los impresos y los pequeños paquetes de hasta 2 kilogramos.
- Los cecogramas de hasta 7 kilogramos. Entendiéndose como cecogramas a las impresiones que utilicen signos de Cecografía en sistema Braille-tinta o alto relieve destinadas exclusivamente para el uso de personas no videntes o con limitación visual. Se incluyen dentro de esta categoría, libros y revistas impresos y hablados digitales, así como el papel destinado para el uso de las personas ciegas.

(Ver Anexo 1.4)

Las sacas especiales que contienen diarios, publicaciones periódicas, libros, documentos impresos similares, consignados a la dirección de mismo destinatario y con el mismo destino, denominadas sacas M, Hasta 30 kilogramos, porque a través del Courier señalando que es el servicio que permite enviar sacas especiales que contienen diarios,

publicaciones periódicas, libros y documentos impresos similares, consignados a la dirección del mismo destinatario y con el mismo destino hasta 30 kilogramos. Será posible incluir otros objetos en las sacas M, siempre que se cumplan las condiciones indicadas a continuación:

- Los objetos (discos, cintas magnéticas, casetes, muestras comerciales expedidas por fabricantes y distribuidores, otros artículos comerciales no sujetos al pago de derechos de aduana o material de información que no pueda ser revendido) deberán estar unidos o asociados por otro medio a los impresos a los que acompañan.
- Los objetos deberán tener relación con los impresos junto a los que son expedidos.
- El peso de cada envío que contenga objetos mencionados en anteriormente asociados a los impresos no deberá exceder de 2 kilogramos.
- Se indicará la dirección del destinatario en cada paquete de impresos incluido en una saca especial y expedida a la dirección del mismo destinatario y para el mismo destino.
- El servicio está dirigido a todos los clientes de Correos, especialmente a estudiantes o becarios que se encuentren dentro o fuera del país y deban remitir los libros y documentos diversos que han utilizado para sus estudios.

Se prohíbe la importación de Celulares a través de Courier, salas de arribo internacional de pasajeros, pasos fronterizos o puertos marítimos y paquetes postales. (Resolución N°. 70 del COMEX , 2012)

1.2 Situación Actual

Inicios de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos o Courier en el Ecuador.

Las empresas, Courier conjuntamente con el Tráfico Postal Internacional se definen como un régimen aduanero particular o de excepción. Las empresa Courier se

dedican al transporte internacional de mercancías que no sean de prohibida importación y cuyo monto máximo puede alcanzar en el caso del Ecuador hasta \$4000.00.

Dichas empresas constituyen una modalidad de los correos rápidos de bienes y deben como cualquier empresa, sujetarse a las normas de control de la Superintendencia de Compañías. Cabe destacar que las empresas de Courier no tienen capacidad legal para el transporte internacional de dinero.

Las compañías Courier ofrecen servicios adicionales tales como el desaduanizaje de la mercadería, embalaje de productos, seguro del envío y asistentes informáticos que le permiten al cliente el seguimiento y control del transporte de la mercadería. En términos de logística esta es una manera más fácil de realizar esta actividad sin embargo el Courier puede hacerlo directamente.

El ambiente competitivo que existe hoy en día, ha llevado a las empresas a desarrollar nuevas estrategias, métodos, técnicas de negocio, con la finalidad de obtener ventajas competitivas en el ámbito de comercio exterior, es por esta razón que día a día se aplican nuevas alternativas las cuales el único que las necesita y escoge es el cliente.

Al igual que cualquier empresa en este nuevo mundo y milenio, en nuestro país las empresas competitivas de mensajería rápida o Courier serán las que definan y desarrollen su eficiencia sobre la base de la velocidad de respuestas a todas sus necesidades tanto internas, como externas, las que conozcan y dominen su plataforma de información, las que sean capaz de flexibilizar e integrar cada situación (nuevas regulaciones, resoluciones, emisión de información empresarial, emisión de información estadística, entre otras) a este activo sistema de información que constantemente es cambiante a cada momento y con cada decisión, se visualiza los sistemas de información de las empresas como un sistema nervioso, parecido al del cuerpo humano, donde ante “una acción, existe una reacción”, es por ello que el resultado de los sistemas empresariales basados en el reglamento de Mensajería rápida o Courier estará acentuado por el uso de la tecnología y sus aplicaciones en este ámbito, será el manual de trabajo de la empresa. Conceptualmente, se puede definir un canal de distribución como “el conjunto de intermediarios relacionados entre sí que cubren la distancia entre proveedor y cliente, añadiendo valor a la transacción en términos de lugar, tiempo y posesión”.

Parte de este escenario, y con un gran peso de acciones en la toma de decisiones en las empresas, lo forma la logística de distribución y manera de negociación y fundamentalmente la aplicación de bases legales hacia dichos sectores de servicios las cuales necesitan canales digitales de información inter-empresariales para su eficiente gestión, enmarcada en el indicador fundamental de resultado la velocidad de respuesta a las necesidades del consumidor final, donde en muchos procesos dentro de la cadena de gestión está determinada por actividades innecesarias pero regulatorias de alguna resolución o regulación estatal. Hoy en día las herramientas y aplicaciones de información para el desarrollo constante de las mismas representan un potencial de progreso importante para dominar el comportamiento de la cadena logística de Courier, incluso más allá de las fronteras de las empresas; las mismas deberán tomar acciones en la gestión de estos procesos con la aplicación de la tecnología digital con el objetivo de crear un modelo de organización digital (plataforma web) que simplifique las actividades de estos procesos, a partir de la fluidez, flexibilidad de la información y la comunicación entre todas las áreas tanto internas como externas de la empresa.

Para brindar la eficiencia y la calidad de los servicios, para crear este modelo de organización digital, que demande a partir de sus necesidades resultados debemos emplear Internet, ahora no debemos confundir, es tener acceso a internet como vía para acceder a un sistema creado por la empresa a partir del diseño de su flujo de información, personalizable a sus necesidades y flexible a los cambios del entorno, el internet no uniformiza y homogeniza los ordenadores de sus nodos, sino que integra los existentes y promueve la aparición de servidores especializados y su compartición con las áreas involucradas; para lo cual se debe ampliar la tradicional visión de cadena de materiales o productos, para la prestación de un servicio a costos razonables, se debe desarrollar lazos, redes o mallas digitales que entrecrucen las cadenas de colaboración de nuestras empresas, integradoras y especializadas, con recursos compartidos en un Modelo de Organización Digital.

Cada empresa pertenece a una o varias cadenas de suministro y de su actuar en este entorno a partir de cada regulación, resolución, diseño de operación, procedimiento, o instrucción empresarial, ministerial, o estatal, y de su desempeño propiamente en este

contexto, definirá en cada actividad y momento de esta cadena sus resultados, sin embargo, nos perdemos, no hay una visualización correcta, no se entienden las relaciones, no se toma en cuenta, no se explota la capacidad obtenida, en fin no existe reconocimientos de estrategias, y menos como valor profesional y social; las cuales se aplicarán dependiendo de varios factores, como el del diseño de la información, de la utilización y aplicación de la tecnología digital o como vía de competitividad y eficiencia. Existen varias dimensiones a considerar partiendo de la complejidad, integralidad y longitud de la cadena, lo que hace más complejo definir y diseñar las relaciones entre de las empresas de servicios

.Desarrollar las relaciones en cada eslabón de las cadenas, impone la necesidad de romper con la antigua estructura empresarial de resultados aislados, pensar como grupo integrante de cada uno de los eslabones y actividades de la misma, y que en cada eslabón se den diferentes relaciones, y es donde radica la clave: Definir los tipos de Relación y las Estrategias que se distinga el servicio, que permitan ventajas competitivas en cada actividad y relación de esta cadena empresarial.

No se han creado alianzas colaborativas, al menos como principio para fundamentar y consolidar información referente a resultados globales en nuestro país, no se han detenido los grandes empresarios a valorar las ventajas de un crear un nuevo diseño empresarial, ya que son ellos mismos quienes se relacionan con actividades monetarias entre las empresas de servicios, dejando a un lado de buscar las necesidades más paulatinamente de los clientes.

Las empresas actuales dedicadas a la actividad de mensajería rápida o Courier han desarrollado un sistema aplicativo que les provea de la información necesaria para mantener el mercado que atienden en cuanto a su servicio, las regulaciones y resoluciones imperantes ponen en práctica una oficina con mucho papel, todo lo contrario a la tendencia de hoy de poner en práctica la oficina sin papel, o sea la eliminación paulatina del soporte papel, la disminución en la utilización de este soporte reduce coste, pero lo más importante disminuye el tiempo de espera en los análisis empresariales, y en los márgenes de errores, además que implica una menor utilización

de trabajadores, recordar que la competitividad y eficiencia se medirá de acuerdo con la velocidad de respuesta.

Algunas de las empresas de servicios tienen actividades y funciones muy específicas para cada uno de sus trabajadores, esto define en el hombre monotonía, rutina de trabajo, sin contar que si falta el trabajador, no se sabe quién haría sus funciones de trabajo, esto se denota la medida de trasladar según el área de trabajo a los trabajadores por diversos puestos, de esta forma se contará con profesionales calificados y motivados en sus funciones, esto acoplándolo con la tecnología digital en la simplificación de las actividades y procesos en la empresa, le dará fluidez a la información y comunicación tanto interna, como externa entre todos las actividades y procesos factibles.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2. Estudio de Mercado

Según (K., 2004)

Se determina estudio de mercado al proceso por el cual se adquiere, procesa y analiza la información, respecto a los temas relacionados, como: clientes, competidores y el mercado. La investigación de mercados nos ayuda a crear el plan estratégico de la empresa, preparar las estrategias de un producto o servicio y facilitar el desarrollo de los mismos dependiendo del ciclo de vida.

El propósito de la investigación de mercados es ayudar a las compañías en la toma de las mejores decisiones sobre el desarrollo y el marketing de los diferentes productos o servicios. La investigación de mercados representa la voz del consumidor al interior de la compañía.

2.1 Objetivos del Estudio de Mercado

Según (Kinnear, 2011)

Un estudio de mercado está diseñado para que el investigador tenga una idea más clara sobre la cantidad de consumidores que habrán al momento de adquirir el servicio que se piensa ofrecer, dentro de un espacio definido, durante un tiempo determinado y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. Nos dirá igualmente qué tipo de clientes son los interesados en el servicio, lo cual servirá para orientar las estrategias del negocio. Finalmente, el estudio de mercado nos dará la información acerca de todo lo referente al servicio que se pretende dar, o a la vez poder competir en el mercado, o bien imponer un nuevo precio por alguna razón justificada.

Por otra parte, cuando el estudio se hace como paso inicial de un propósito de inversión, ayuda a conocer el tamaño indicado del negocio por instalar, con las

previsiones correspondientes para las ampliaciones posteriores, consecuentes del crecimiento esperado de la empresa.

Con la ayuda de la definición de la investigación de mercados se ha determinado los siguientes objetivos para la creación de una empresa de Mensajería Rápida o Courier;

2.1.1 Objetivo Principal

Determinar la viabilidad e implementación de la empresa a través del análisis proyectado al entorno en el cual se quiere constituir la empresa de Mensajería Rápida o Courier.

2.1.2 Objetivos Secundarios

- Determinar la competencia a través del estudio que se realizará.
- Analizar cantidades anuales de importación de mensajería rápida o Courier.
- Conocer el perfil del consumidor que utilizará el servicio de Courier.

2.2 Diseño de la investigación

Según (García, 2000)

El diseño de la investigación constituye el plan general del investigador para obtener respuestas a sus interrogantes o comprobar la hipótesis de investigación.

El diseño de investigación desglosa las estrategias básicas que el investigador adopta para generar información exacta e interpretable.

El diseño de investigación que estipula la estructura de la empresa a ser constituida se basa fundamentalmente en la descripción de las actividades que realizará dicha empresa, a través de los siguientes puntos:

2.2.1 Investigación Exploratoria.- Este método se efectúa, normalmente, cuando el objetivo de la investigación será analizar el tema o problema que existe en la actualidad en el sector de servicios basado en la importación de mercadería bajo régimen de mensajería rápida o Courier, la técnica utilizada será conocer el criterio u opiniones de los Operadores Económicos Autorizados, que son personas dedicadas a importar

grandes cantidades de mercadería que a través de preguntas claves nos permitirá saber qué es lo que realmente sucede al momento de importar mercadería bajo régimen.

2.2.2 Investigación concluyente

Según (Naresk, 2004)

La investigación concluyente es aquella que suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar la línea de acción. El diseño de la investigación se caracteriza por procedimientos formales. Esto comprende necesidades definidas de objetivos e información relacionados con la investigación.

2.2.2.1 Descriptivo.- El objetivo de la investigación descriptiva utilizada consistió en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes de las personas que importan mercadería por régimen Courier, a través de la descripción exacta de las actividades, objetos entre otros. La finalidad no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. La encuesta creada formuló preguntas que nos permitió identificar qué es lo que una empresa no debe hacer, y lo que realmente necesita el cliente para poder satisfacer sus necesidades convirtiéndose a la vez en un fiel cliente de la empresa a ser creada.

2.3 Tipo de muestreo

El objetivo de aplicar tipos de muestreo a la investigación, es porque de la obtención de muestras en un estudio de mercado se alinea con la idea de obtener información de una parte de la población objeto de estudio, de tal manera que los resultados pueden generalizarse tal cual se hubiere realizado en el total de la población al ser estudiada.

La obtención de una muestra origina que la estrategia se relacione con el nivel de confianza del estudio, el error de estimación y los estudios pilotos a ser utilizados para definir el tamaño de muestra correcta.

2.3.1 Muestra.- la muestra que se obtuvo en la investigación fue a través de un muestreo aleatorio simple con datos nominales, ya que este se utiliza cuando se conoce

el tamaño poblacional y de igual manera cuando la pregunta psicográfica es medida sobre una base nominal.

Para determinar la muestra se basó en los datos que se obtuvo de una entrevista realizada al Eco. Garzón Luis (2012), Eco. Solines Pedro (2012) y el Eco. Vera Santiago. (*Ver anexo 2.1*)

De los datos reales obtenidos de la entrevista se desglosa lo siguiente:

El total hasta Agosto de 2012 de tarjetas de crédito es de 1'937,688, el 63% de las tarjetas de crédito son para uso internacional y el 37% para uso nacional El total de Tarjetas a nivel internacional es de 1'220,743.44 la cual se obtuvo multiplicando el 1'937,688 por el 63%. Se tomó en cuenta que el total de tarjetas a nivel internacional es de 1'220743.44, de las cuales el 27% de las tarjetas a nivel internacional se encuentran en la Provincia de Pichincha. El 27% de tarjetas internacionales en la ciudad de Pichincha multiplicado por 1'220,743.44 es de 329.601, personas que tienen tarjetas internacionales en la provincia de Pichincha.

Con el dato obtenido del 27% de tarjetas de crédito en la Provincia de Pichincha realizaremos un muestreo aleatorio simple con datos nominales

Muestreo Aleatorio simple con datos nominales

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

$$n = \frac{(1,95)^2 (0,4)(0,9) (329601)}{(329601-1) (0,1)^2 + (0,4)(0,9) (1,95)^2}$$

$$n = \frac{3,8025 (0,36) (329601)}{329600 (0,01) + (0,36)(3,8025)}$$

$$n = \frac{1.3689(329601)}{3296+1.3689}$$

$$n = \frac{451190.8089}{3297.3689}$$

n

El total demuestra que se realizarán 148 encuestas en la ciudad de Quito.

Los datos que se han colocado son los siguientes:

z^2 : Nivel de confianza: 1.95

p: Proporción de ocurrencia: 0.5

q: Proporción de fracaso: 0.5

e^2 : Error de la estimación de las proporciones: 0.1

N: Personas que tienen tarjetas de crédito en la ciudad de Quito

2.5 Competencia

Se define a la competencia según (Spencer, 2013)

La competencia es una situación en la cual los agentes económicos tienen la libertad de ofrecer bienes y servicios en el mercado, y de elegir a quién compran o adquieren estos bienes y servicios. En general, esto se traduce por una situación en la cual, para un bien determinado, existen una pluralidad de ofertantes y una pluralidad de demandantes.

Capacidad de poner en operación los diferentes conocimientos, habilidades, pensamiento, carácter y valores de manera integral en las diferentes interacciones que tienen los seres humanos para la vida en el ámbito personal, social y laboral.

2.5.1 Consideraciones Estadísticas

De acuerdo a la (Superintendencia de Compañías, 2012) existen 232 empresas Courier en el país, legalmente constituidas y registradas por dicha institución cuyo listado se adjunta en el *Anexo 2.2*.

De éstas, solamente 140 se encuentran activas de acuerdo a este organismo. De su lado, en el marco de lo dispuesto en el (Reglamento del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2010), el (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, 2012), ha registrado una lista actualizada con 62 empresas Courier que ha cumplido con los requisitos de ley para desarrollar sus actividades de transporte de mercancías bajo el régimen analizado.

2.5.1.1 Análisis de la competencia

Para analizar el comportamiento de las empresas de Courier el (Banco Central del Ecuador), solicitó al (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) información de varios años respecto del número de paquetes Courier, y el monto en dólares de la actividad, tanto en lo que tiene que ver con el ingreso al país de mercancías. Sin embargo el (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) señaló que solo dispone de información de forma mensual para el año 2011 y para el período enero-agosto 2012. Además señala que debido a que la mayoría de los paquetes no están avalorados, pues no siempre se declara el valor del contenido de los paquetes, no se dispone del valor económico de las mercancías transportadas por esta vía.

Analiza a cada una de las empresas que poseen mayor porcentajes de importación.

DELGADO COURIER TIENE UNA PAG. WEB, MATRIZ , SUCURSALES

El 17 de Octubre de 1985, dio inicio a sus operaciones en Quito la empresa Delgado Courier S.A., siendo sus mentalizadores el Señor Francisco Delgado Alvarado y Señora Dolores O. de Delgado, ameritados ejecutivos que basados en la meta de satisfacer las necesidades del importación de mercadería por medio de Courier, crearon esta empresa visionaria de servicio.

La Cartera de Servicios de esta empresa se basa en:

- Exportación de documentos hacia México, categoría A.
- Importación de documentos desde México, categoría A.
- Importación de paquetes Courier categoría B.
- Realiza envíos desde:
 - New York
 - New Jersey

➤ Chicago

La empresa está ubicada en:

Dirección: Avilaló Y Geovanny Farina **Barrio:** Sangolquí

Tiene sucursales, en Ecuador, y en Estados Unidos cuenta con oficinas propias en:

- New York
- New Jersey
- Chicago

(Ver Anexo 2.3)

SIATIGROUP

Es un conjunto de empresas que brinda soluciones Integrales en Logística y Comercio Exterior, convirtiéndose en un aliado estratégico de negocios para sus clientes, un respaldo incondicional para sus colaboradores y accionistas y un ente de generación de trabajo en el país.

Esta empresa lleva 10 años en el mercado de servicios de Courier.

El grupo está conformado por SIATIEXPRESS: importaciones bajo el régimen Courier; SIATILOGISTICS: consolidación y desconsolidación de carga aérea y marítima SIATIEXPRESS INC., nuestro Freight Forwarder en Miami, USA y nuestra principal ventaja competitiva, que le permite almacenar su mercadería en instalaciones propias y manejo exclusivo de carga para el Ecuador.

La cartera de servicios de esta empresa se basa en:

- Importación de mercadería desde Miami.
- Importación de mercadería bajo régimen 10, importación a consumo.
- Pick's ups fuera de la ciudad de Miami
- Delivery's in/out

Sus clientes, son organizaciones bancarias:

- Banco del Pichicha

- Produbanco
- Pacificard

Las empresas que importan bajo régimen 10, importación a consumo con Siatigroup son:

- Truck's and Track's
- Novachem
- Carolina Flores
- IMERTEC
- Pablo Viver, entre otros

La página web de esta empresa es:

Las sucursales de esta empresa en Ecuador son:

- Yasuní N44-258 y Av. El Inca
- Cdla. La Garzota 1 Mz. 28 Solar 14 Calle 15B
- y Av. Guillermo Pareja C.C. Stefanny Local 5

En Estados Unidos su sucursal es:

- SIATIEXPRESS INC. 6117 NW 72nd Ave. Miami FL 33166.

(Ver Anexo 2.4)

DHL

Provee de servicios express de importación al país que se escoja con una amplia gama de opciones de entrega de DHL, desde entregas con horario urgente garantizadas para el día siguiente hasta opciones menos urgente de entrega con fecha determinada.

- Número de centros de servicio: 4
- Número de puertos de entrada: 1
- DHL tiene la mayor infraestructura en América Latina, con especial énfasis en sus rutas aéreas a Ecuador, Venezuela, Colombia, y Panamá.
- El mercado internacional Express en Ecuador es liderado por DHL.
- DHL es el único integrador que no opera a través de un agente en el Ecuador.

La cartera de servicios de esta empresa se basa en:

- Rastreo de la mercadería
- Sistema de Exportación
- Sistema de Importación
- Apoyo a las PYMES
- Aplicación express Courier
- Programas internacionales de Mentores

Intermediación aduanera

DHL es uno de los mayores intermediadores aduaneros del mundo, realizando varios millones de registros por año, a partir de un completo menú de servicios de intermediación. Negocian complejos reglamentos internacionales de envío de parte de los clientes en oficinas ubicadas en todos los grandes puertos, aeropuertos o puntos internacionales de cruce fronterizo.

DHL también trabaja en estrecha relación con las autoridades regulatorias internacionales, tales como la WCO (Organización Internacional de Aduanas) y la Comisión Europea.

La página web de esta empresa es:

Las sucursales principales de esta empresa en Ecuador son:

- Cuenca
- Manta
- Quito
- Guayaquil

(Ver Anexo 2.5)

CORREOS DEL ECUADOR

Correos del Ecuador impulsa el desarrollo del talento humano, los servicios postales y la optimización de los recursos financieros y sociales apoyados en la actualización tecnológica. Por eso, hoy en día es una Empresa que se esfuerza por ser eficiente y eficaz en el manejo de la correspondencia.

La cartera de servicios de esta empresa se basa en:

- Exportación de mercadería al resto del mundo categoría B
- Importación de mercadería del resto del mundo categoría B
- Puntomáticos
- Portal trámites ciudadanos
- Rastreo de mercadería

Tiene agencias a nivel nacional excepto en la parte norte del Oriente Ecuatoriano, en Latacunga y Loja.

De igual manera se consideran como puntos de servicios de esta empresa los siguientes:

- Agenciados
- Patentados
- Buzones
- Franquiciados

La página web de esta empresa es:

(Ver anexo 2.6)

Mediante datos estadísticos, e información adicional de las mejores empresas que se destacan en nuestro país, se establecerán estrategias para poder entrar al mundo de los negocios a través de Courier en la ciudad de Quito.

2.5.2 Oferta de Demanda

En una situación normal, el mercado se encuentra equilibrado (Kinnear, 2011). Se oferta tanto como se demanda. Es decir que todo lo que hay para vender se vende, nadie demanda más ni menos de ese determinado bien o servicio de lo que está ofertado en el mercado.

2.5.2.1 Oferta

En Courier la oferta será la cantidad de veces que se realice las importaciones de mercadería. Existen factores importantes dentro de lo que la empresa oferta, estos son: el precio por el servicio, el precio de los factores que intervienen en el Inland o Haldling de la mercadería, las expectativas que tengan los empresarios acerca del futuro del servicio y del mercado.

2.5.2.2 Demanda

Para conocer la demanda de nuestro servicio utilizaremos dos fuentes. La primaria que son, encuestas, las secundarias que son estadísticas oficiales emitidas por el Banco Central del Ecuador, para determinar el porcentaje del nicho de mercado al cuál será proyectado.

Se observa en el Anexo 2.8 la tabulación correspondiente de cada una de las subpartidas que comparece el Capítulo 98, de las cuales al momento de ir analizando a cada se observa que en ciertas subpartidas no existen datos estadísticos.

2.5.2.2.1 Capítulo 98

La importación de mercadería a través de Courier se encuentra directamente relacionada con el capítulo 98 del (Arancel de Importación Integrado del Ecuador, 2013)

(Arancel de Importación Integrado del Ecuador, 2013) Brinda información actualizada de: Impuestos y tasas aduaneras vigentes, Preferencias, Negociaciones, Exoneraciones, Restricciones y toda la información que usted requiere para sus procesos de importar mercancías hacia el Ecuador

Capítulo 98.- Es el envío de paquetes y/o bultos a través de cualquier clase de “correo”, sea éste público o privado hacia el extranjero cuyo valor en aduana no exceda del límite que se establece en el reglamento y se despacharán mediante formalidades simplificadas, conforme los procedimientos que establezca la Aduana del Ecuador. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido, se sujetarán a las normas aduaneras generales. (*Ver Anexo 2.7*)

Podrá aplicarse el arancel correspondiente a la partida específica de la mercancía, siempre y cuando la misma sea declarada ante la Aduana por parte de Correos del Ecuador al momento del aforo físico, el error en la partida determinará que las mismas sean clasificadas en base al Capítulo 98 , no se podrá aceptar la presentación de partida arancelaria luego de efectuado el aforo físico, por lo que para la presentación ante la Aduana el usuario deberá coordinar previamente con Correos del Ecuador.

Mediante la siguiente tabla se demostrara el número de importaciones de mercadería bajo régimen Courier, del cual se obtendrá un análisis exacto para fines pertinentes.

Tabla N.2.1

Consulta de totales por Nandina del capítulo 98 desde 1 de Enero de 2007 hasta el 31 de Diciembre de 2012

(Toneladas y miles de dólares)

<i>SUBPARTIDA NANDINA</i>	<i>DESCRIPCION</i>	<i>TONELADAS</i>	<i>FOB – DOLAR</i>	<i>CIF – DOLAR</i>
9801201000	PRENDAS DE VESTIR	1.60	15.72	22.92
9801202000	COMPLEMENTOS TEXTILES Y CONFECCIONADOS	0.01	0.02	0.03
9801203000	CALZADO	0.06	0.96	1.32
9801206040	TV DE 42 O MÁS PULG.	1.55	54.75	66.83
9806000000	MUESTRAS SIN VALOR COMERCIAL	537.70	1,210.18	2,207.95
9807000010	TRAFICO PSOTAL INTERNACIONAL Y CORREOS RAPIDOS – CATEGORIA B	0.09	4.88	4.87
9807000040	CATEGORIA E	0.16	0.26	0.69
9807101000	Muestras sin valor comercial	80.71	36.10	75.23
9808000010	ALIMENTOS Y BEBIDAS	0.88	0.73	1.21
9808000020	ARTÍCULOS DE PERFUMERÍA, DE TOCADOR O DE COSMÉTICA	0.56	0.56	1.06
9808000030	PRENDAS DE VESTIR, TAPICES Y ALFOMBRAS, CORTINAS, ROPA DE CAMA, MANTELES	5.17	1.36	3.41

9808000040	VAJILLAS, ARTÍCULOS DE USO DOMÉSTICO (NO ELÉCTRICOS) Y OBJETOS DE ADORNO	1.57	0.51	1.07
9808000070	COMPUTADORAS, SUS PARTES Y ACCESORIOS	0.35	0.66	0.90
9808000081	MÁQUINAS, APARATOS O EQUIPOS	0.08	0.33	0.41
9808000082	PARTES Y PIEZAS DE MÁQUINAS, APARATOS O EQUIPOS	0.16	6.56	6.80
9808000096	HERRAMIENTAS Y ÚTILES INTERCAMBIABLES DE HERRAMIENTAS	0.14	0.82	0.91
TOTAL		638.80	1358.23	2406.08

Fuente: (Banco Central del Ecuador)

Elaborado por: Autora

En esta tabla se puede observar las toneladas de mercadería que se ha importado bajo régimen de Courier y Mensajería Rápida, la cual es de 638.80 toneladas desde el primero de enero de 2007 hasta el 31 de diciembre de 2012 y un total de 1358.23 (miles de dólares) en términos de negociación FOB (Free on Bord).

Cabe señalar que desde el 2007 hasta el 2010 no existen grandes cantidades de importación, esto en algunas subpartidas arancelarias mientras que en otras subpartidas como menaje de casa o equipaje de viajero la cantidad de importación es muy alta (**Ver Anexo 2.8**).

El nivel de crecimiento del año 2011 al año 2012 en las importaciones de la tabla No. 02 es del 15.25%, que significa que se ha obtenido un incremento bastante aceptable a comparaciones de años anteriores.

2.6 Encuestas

Según (Coll, 2010)

La encuesta es un estudio investigativo, la cual buscará recaudar datos por medio de un cuestionario prediseñado, y que no modifica el entorno ni controla el proceso que está en observación. Los datos se obtendrán a partir de realizar un conjunto de preguntas normalizadas dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio en este caso a los Agentes de Aduana o conocidos como Operadores de Comercio Exterior, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos del entorno de comercio exterior.

Se han seleccionado preguntas convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación.

Operadores de Comercio Exterior (Agentes Afianzados)

Según (Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones, 2009)

Operador Económico Autorizado.- Es la persona natural o jurídica involucrada en el movimiento internacional de mercancías, cualquiera que sea la función que haya asumido, que cumpla con las normas equivalentes de seguridad de la cadena logística establecidas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, para acceder a facilidades en los trámites aduaneros. Los Operadores Económicos Autorizados incluyen, entre otros, a fabricantes, importadores, exportadores, transportistas, consolidadores, desconsolidadores, agentes de carga internacional, puertos, aeropuertos, depósitos aduaneros, depósitos temporales, Courier, operadores de terminales, y se regularán conforme las disposiciones que para el efecto emita la Directora o el Director General.

Tabla No. 2.2

Número de Operadores de Comercio Exterior en la ciudad de Quito y Guayaquil

Operadores Económicos Autorizados	Total
<i>Quito</i>	166
<i>Guayaquil</i>	173
TOTAL	339

Fuente: (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador)

Adaptado por: Autora

Se encontraron 166 registrados en la ciudad de Quito, y 173 en la ciudad de Guayaquil obteniendo un total de 339 Operadores de Comercio Exterior.

La encuesta se realizará a los Operadores Económicos autorizados que se encuentran registrados en la ciudad de Quito ya que ellos tiene directamente contacto con las personas y empresas que importan mercadería a través del régimen de Courier, y son quienes tienen la información necesaria para obtener datos acerca de nuestro objetivo principal.

Mediante los datos que se obtuvieron en las preguntas, todos los Operadores Económicos Autorizados, mencionaron que en el año 2005, las importaciones a través de Courier, eran sumamente fuertes, pero que se han disminuido, por causa de varias restricciones que el Gobierno ha puesto, ya que para el Gobierno Ecuatoriano es importante la compra y venta y productos nacionales y nos los de importación, se le considera como motivación nacional a la elaboración de nuestros productos.

2.7 Resultados de las encuestas, tabulación y gráficos OEA`s (Ver Anexo 2.9)

Se observará el análisis de cada pregunta para obtener resultados concretos y correctos.

1. ¿Usted sabe lo que es Mensajería Rápida o Courier

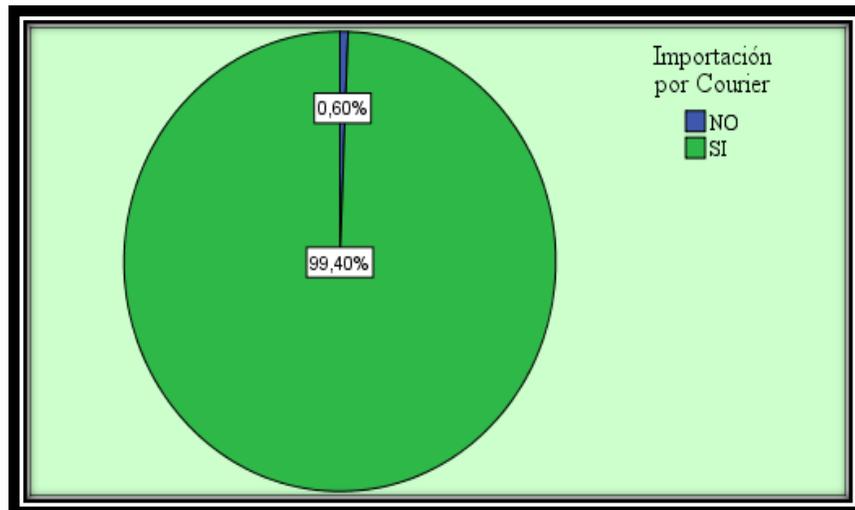
Tabla N. 2.3 Importación por Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
NO	1	,6	,6	,6
SI	165	99,4	99,4	100,0
Total	166	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.1



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se observa que el 99.4% de las Operadores de Comercio Exterior tiene conocimiento acerca de la importación de mercadería de régimen Courier y el 0.6% básicamente realiza actividades de importación a consumo régimen 10.

2. ¿Ha realizado trámites de importación de este régimen basándose en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones?

Tabla N. 2.4

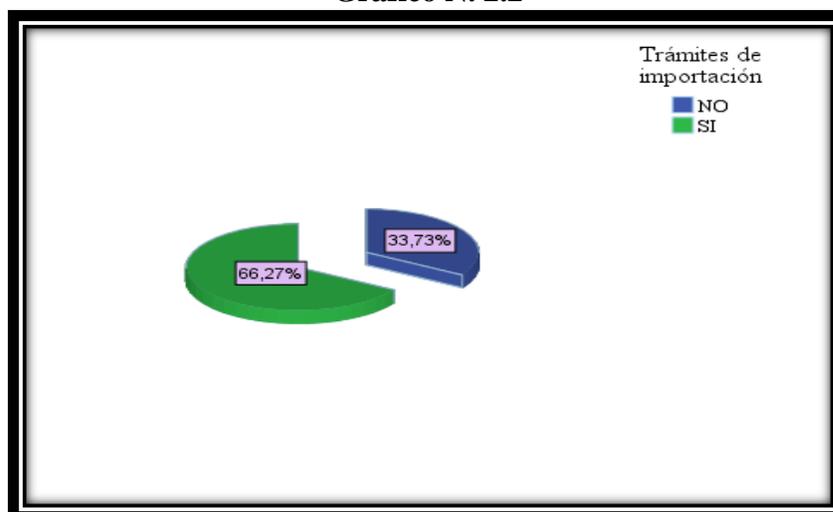
Trámites de importación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO	56	33,7	33,7	33,7
	SI	110	66,3	66,3	100,0
	Total	166	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.2



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis:

Se determina con respecto a esta pregunta que el 66.27% de Operadores de Comercio Exterior, realizan trámites de importación bajo el régimen de Courier aplicando el (Código de Producción Comercio e Inversiones), y el 33.73% no importan bajo este régimen ya que su actividad laboral se basa en la exportación e importación a consumo de mercaderías para la comercialización.

3. Por favor, indique una de las empresas que conoce dedicadas al servicio de Mensajería Rápida o Courier.

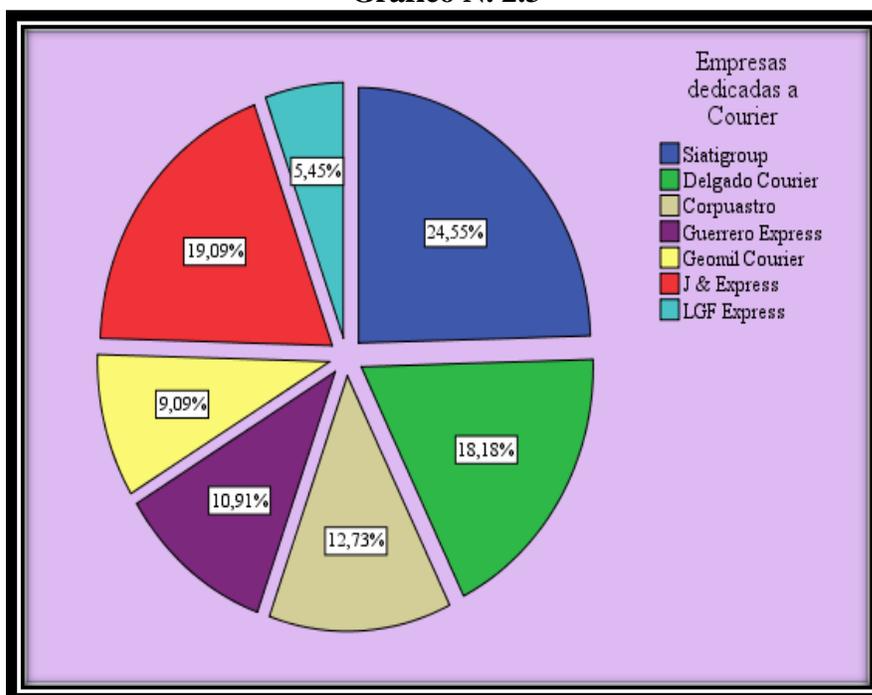
Tabla N. 2.5 Empresas dedicadas a Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siatigroup	27	24,5	24,5	24,5
Delgado Courier	20	18,2	18,2	42,7
Corpuastro	14	12,7	12,7	55,5
Guerrero Expres	12	10,9	10,9	66,4
Geomil Courier	10	9,1	9,1	75,5
J & Express	21	19,1	19,1	94,5
LGF Express	6	5,5	5,5	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.3



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Los Operadores Económicos Autorizados, en el ámbito laboral de aduana conocen a varias empresas dedicadas a este régimen, pero mediante la pregunta realizada determinaron que: el 24.55% conocen a Siatigroup, el 19.09% conocen a J&Express, seguido por el 18.18% Delgado Courier, el 12.73% Corpuastro, el 10.91% Guerrero Express, el 9.09% Goemil Courier y el 5.45% LGF Express.

Cabe señalar que varios Operadores conocen también otras empresas dedicadas al servicio de Courier, pero según sus opiniones las más conocidas son las mencionadas en la tabulación, ya que por la experiencia y el nivel de confiabilidad que les dan a sus clientes son empresas sólidas en el mercado al cual están proyectadas.

Se considera que esta información solo es a nivel de Quito, ya que hay empresas que se encuentran constituidas en la ciudad de Guayaquil sin tener sucursales en otras ciudades.

4 Con una (x), colocar cuantos trámites al día realiza bajo el régimen de Mensajería Rápida o Courier

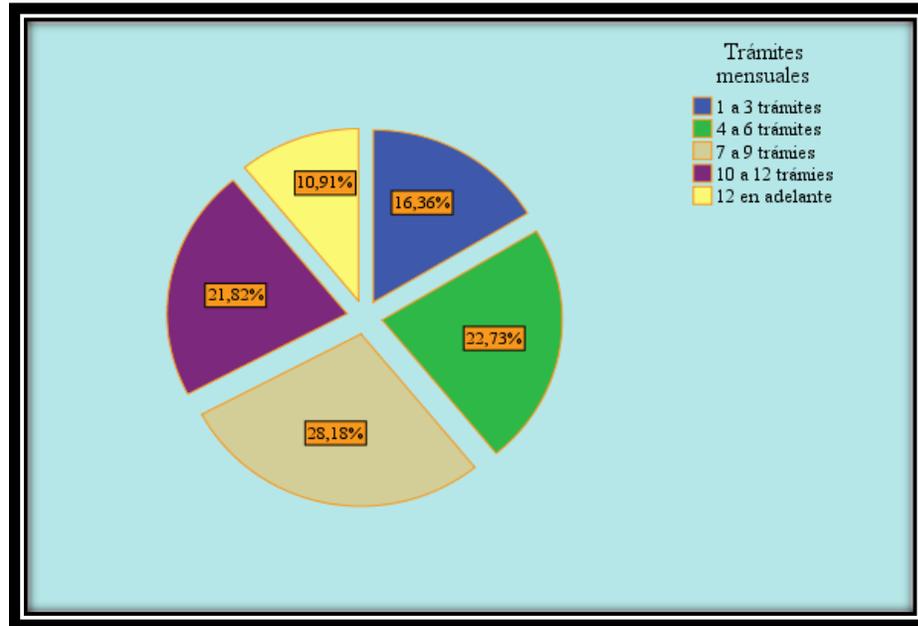
Tabla N. 2.6 Trámites mensuales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 1 a 3 trámites	18	16,4	16,4	16,4
4 a 6 trámites	25	22,7	22,7	39,1
7 a 9 trámites	31	28,2	28,2	67,3
10 a 12 trámites	24	21,8	21,8	89,1
12 en adelante	12	10,9	10,9	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.4



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se observa en el gráfico, que el 28.18%, realizan de 7 a 9 trámites, al día, ya que las personas compran demasiado a través de internet que es el medio más utilizado para la importación de régimen Courier, el 22.73% de 4 a 6 trámites, el 21.82% de 10 a 12 trámites, estos tienen un alto nivel de alcance al momento de importar documentación, el 16.36% de 1 a 3 trámites, y el 10.91% realizan de 12 trámites en adelante, ya que tienen un nivel más avanzado o un conocimiento más amplio de la importación de cargas, manejando un proceso más rápido agilizando la documentación para el retiro de la carga.

Se observará la relación que existe entre dos variables.

Tabla No.2.7 Empresas dedicadas a Courier vs Trámites mensuales

	Trámites mensuales					Total
	1 a 3 trámites	4 a 6 trámites	7 a 9 trámites	10 a 12 trámites	12 en adelante	
Siatigroup	10	4	8	4	1	27
Delgado Courier	2	9	5	2	2	20
Corpuastro	1	2	5	5	1	14
Guerrero Express	2	0	2	4	4	12
Geomil Courier	0	8	0	0	2	10
J & Express	3	0	11	5	2	21
LGF Express	0	2	0	4	0	6
Total	18	25	31	24	12	110

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

De la encuesta realizada y según el análisis entre las variables, Empresas vs tramites mensuales, se determina que el nivel mas alto de OEA´s que en este caso son diez señalan que la empresa Siatiguop realizan entre 1 a 3 tramites diarios, seguido por la empresa Delgado Courier que nueve OEA´s indican que esta empresa realiza de 4 a 6 tramites diarios, once OEA´s indicaron que la empresa J&Express realizan entre 7 a 9 tramites diarios, de igual manera J&Express realiza en tre 10 a 12 tramites diarios lo cual lo señalaron cinco OEA´s, y cuatro OEA´s señalan que la empresa Guerrero Express realiza de 12 tramites en adelante.

Cabe señalar que las importaciones que realizan cada empresa son mas de categoría B, excepto de la empresa Siatigroup, la cual esta empresa también importa mercadería bajo régimen 10, importación a consumo.

5. Con una (x) colocar cuanto usted importa mensual bajo el régimen de Courier en Kilos.

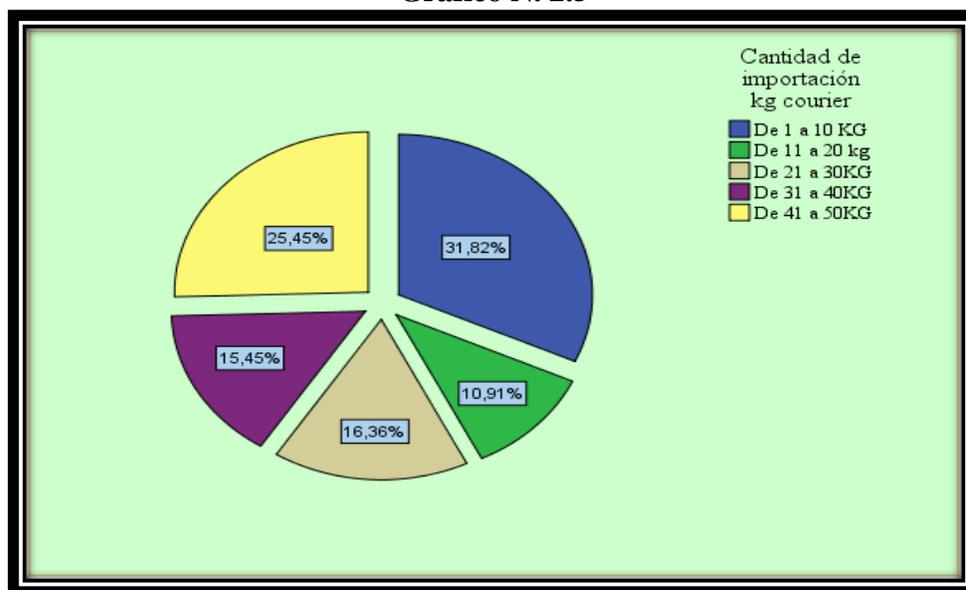
Tabla N. 2.8 Cantidad de importación kg Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 1 a 10 KG	35	31,8	31,8	31,8
De 11 a 20 kg	12	10,9	10,9	42,7
De 21 a 30KG	18	16,4	16,4	59,1
De 31 a 40KG	17	15,5	15,5	74,5
De 41 a 50KG	28	25,5	25,5	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.5



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se determina en esta pregunta que el funcionamiento de cada una de las categorías, al momento de ser aplicadas se maneja más mercadería bajo categoría B.

El 31.82% importan de 1kg a 10kg, lo cual hicieron referencia a que realizan más importaciones de carga de 4x4 que es lo que determina la categoría B del (Reglamento de Courier, 2008), el 25.45% de 41kg a 50kg, importando mercadería de categoría C, que son hasta 50kg, el 16.36% importan carga de 21KG a 30kg, el 15.45% de 31kg a 40kg y el 10.91% de 11kg a 20kg, que son aquellos que importan textiles y calzado, mejor dicho la categoría D, que son hasta 20kg. Cabe señalar que varias empresas tienen contratados a OEA'S, la cual estas personas se dedican exclusivamente a trabajar con empresas ya fijas, con un sueldo fijo, es por esta razón que los trámites para OEA'S particulares no son muchos.

Observaremos la relación entre dos variables.

Tabla No. 2.9 Empresas dedicadas a Courier vs Cantidad de importación

	Cantidad de importación kg Courier					Total
	De 1 a 10 KG	De 11 a 20 kg	De 21 a 30KG	De 31 a 40KG	De 41 a 50KG	
Siatigroup	8	3	2	1	13	27
Delgado Courier	3	0	6	7	4	20
Corpuastro	10	4	0	0	0	14
Guerrero Express	0	1	3	2	6	12
Geomil Courier	1	0	2	6	1	10
J & Express	11	1	5	1	3	21
LGF Express	2	3	0	0	1	6
Total	35	12	18	17	28	110

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Del análisis de la relación entre las variables Empresa vs kilos de importación se determina que once OEA's indican que la empresa J&Express importa de 1 a 10 kilos, cuatro de los OEA's señalan que la empresa Corpuastro importa de 11 a 20 kilos, cinco OEA's indican que la empresa J&Express importa de 21 a 30 kilos, siete OEA's determinaron que la empresa Delgado Courier importa de 31 a 40 kilos, y trece OEA's señalaron que la empresa Siatiguop importa mercadería de 41 a 50 kilos.

6 Con una (x) colocar cuanto usted importa diario bajo el régimen de Courier en Dólares.

Tabla N. 2.10

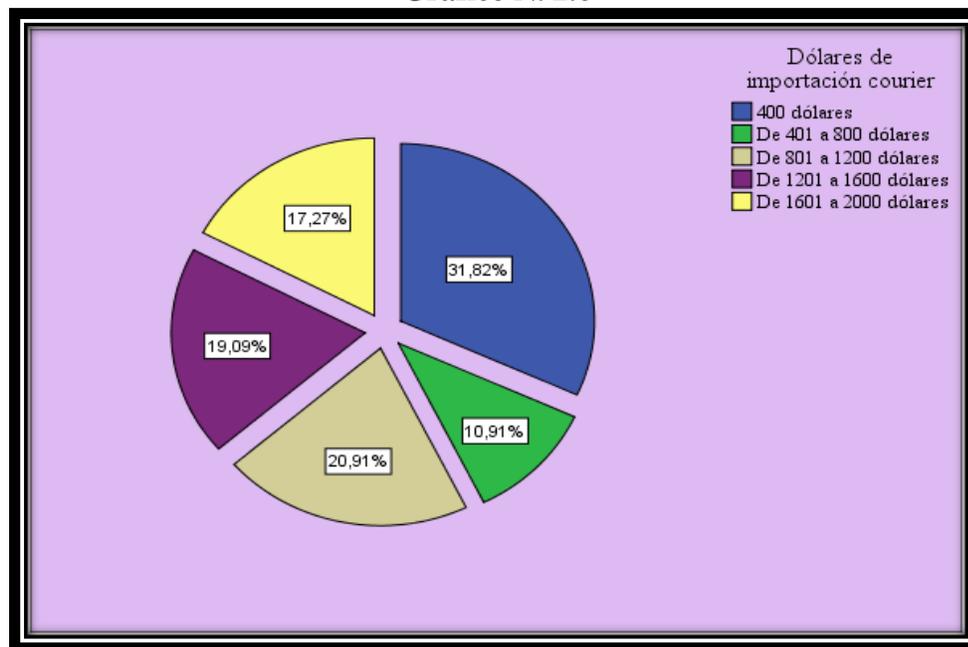
Dólares de importación Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 400 dólares	35	31,8	31,8	31,8
De 401 a 800 dólares	12	10,9	10,9	42,7
De 801 a 1200 dólares	23	20,9	20,9	63,6
De 1201 a 1600 dólares	21	19,1	19,1	82,7
De 1601 a 2000 dólares	19	17,3	17,3	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.6



Fuente: Datos de la encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis

Se debe tomar en cuenta que estos valores son aproximados, los cuales los Operadores Económicos Autorizados al momento de escoger se basaron de igual manera en las categorías que se aplican al Courier, al momento de importar mercadería.

La mayor parte de Operadores, realizan Courier bajo la categorización B, que son de 4kilos y menor o hasta \$400.00, o más conocido como “4x4”.

Según el porcentaje establecido en la pregunta el 31.82% importa carga hasta \$400.00, seguido por el 20.91% de \$801 a \$1200.00, el 19.09% de \$1201.00 a \$1600.00, el 17.27% de \$1601.00 a \$2000.00 y el 10.91% de \$401.00 a \$800.00.

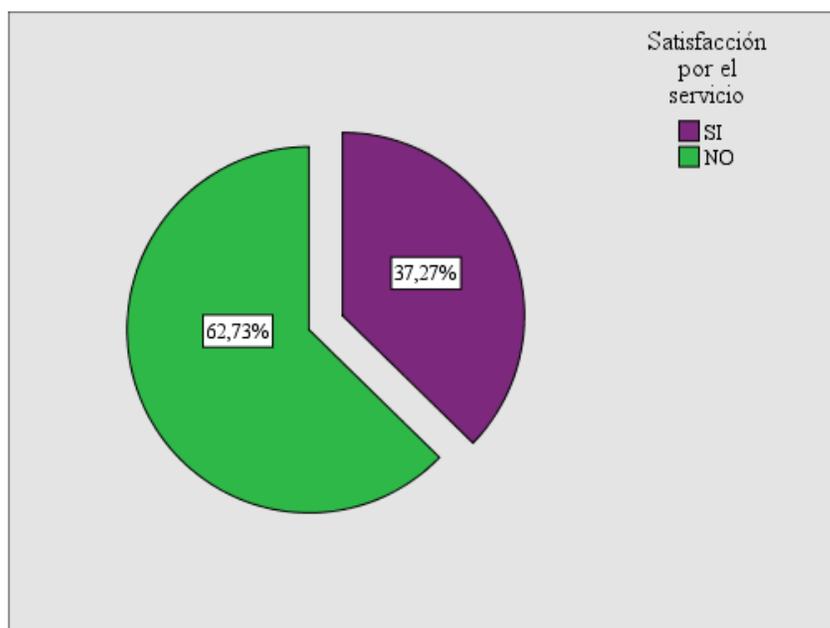
7. **¿Usted cree, que están totalmente satisfechas las personas que importan carga bajo el régimen de Courier por el servicio que brinda la empresa con la que realiza la importación?**

Tabla N. 2.11 Satisfacción por el servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	41	37,3	37,3	37,3
NO	69	62,7	62,7	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta
Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.7



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

En esta pregunta básicamente se ha analizado la satisfacción del cliente, por parte de las empresas de Courier, y según los OEA'S el 62.73% no se encuentra satisfecho por el servicio brindado, la cual ellos determinaron información, de que el tiempo que se les ofrece a los clientes cuando llega la mercadería no son reales, y de igual manera se demoran más días de los establecidos por la empresa al momento de adquirir el servicio.

Por el mismo hecho de ser Courier o Mensajería Rápida debería ser de un día para el otro, pero por lo analizado no es así.

Las razones para constituir una nueva empresa son varias, las cuales la planificación, la organización el control y ha donde va direccionado deben ser

correctas, concretas y certeras para competir en este ámbito laboral, y satisfacer al cliente. De igual manera el 37.27% si está satisfecho por empresas que tienen mejor estrategias al momento de brindar el servicio.

Observaremos la relación entre dos variables.

Tabla No. 2.12

Empresas dedicadas a Courier vs Satisfacción por el servicio

		Satisfacción por el servicio		Total
		SI	NO	
Empresas dedicadas a Courier	Siatigroup	14	13	27
	Delgado Courier	2	18	20
	Corpuastro	6	8	14
	Guerrero Express	4	8	12
	Geomil Courier	5	5	10
	J & Express	10	11	21
	LGF Express	0	6	6
Total		41	69	110

Análisis

Dentro de esta correlación se determina que catorce OEA's mencionan que los clientes están satisfechos de importar mercadería con la empresa Siatigroup, y 13 de ellos mencionan que los clientes no lo están. De igual manera de la empresa J&B Express diez OEA's mencionan que los clientes están satisfechos de importar mercadería con dicha empresa y once de ellos dicen que no. De la empresa Delgado Courier dos OEA's indican que si están satisfechos los clientes, y dieciocho de ellos indican que no lo están.

8. Cree usted posible que los clientes importadores de carga bajo régimen de Courier utilizarían otra empresa dedicada a este servicio para satisfacer sus necesidades

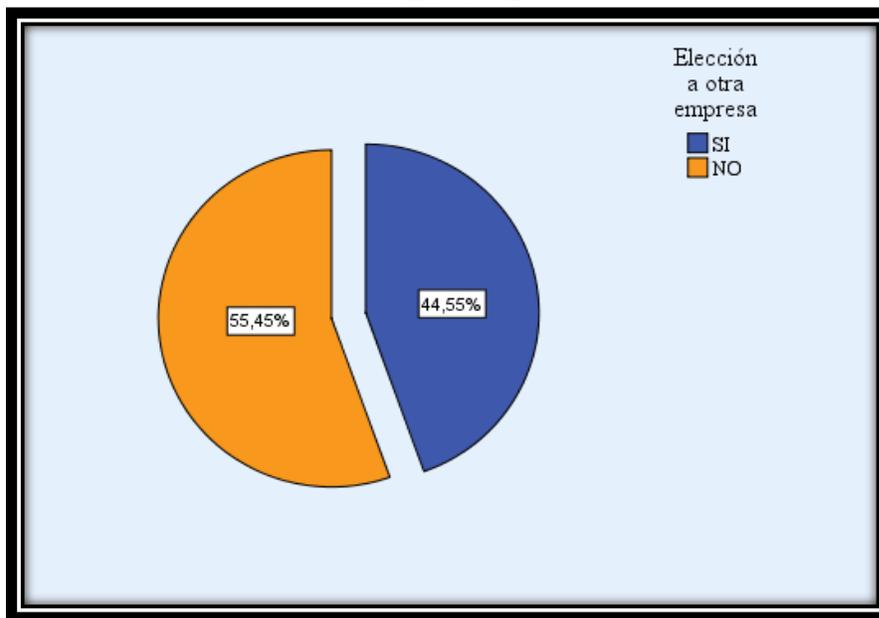
Tabla N. 2.13 Elección a otra empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	49	44,5	44,5	44,5
NO	61	55,5	55,5	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.8



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

A pesar de que el 44.55% de Operadores de Comercio Exterior mencionan que los clientes están satisfechos, en esta pregunta indica que el 55.45% de los clientes consideran la posibilidad de cambiar de empresa para importar mercadería.

Se determina que bajo conceptos importantes por las cuales las empresas dedicadas a brindar el Servicio de Mensajería Rápida o Courier que han surgido o se han establecido correctamente en el ámbito empresarial, tienen una mala organización, la cual esto quiere decir que las empresas exitosas en el mercado laboral ya no existen, ya que no van más allá de lo común y las personas necesitan más motivación, responsabilidad y que todas las respuestas de la empresa hacia el cliente sean certeras, de ahí los Operadores de Comercio Exterior mencionan que la confiabilidad de los clientes hacia la empresa son mayores, porque como se mencionó en la pregunta anterior a pesar de muchos problemas o errores de carga los clientes confían en las empresas escogidas y que desde hace muchos años han realizado importaciones bajo este régimen. Hay que considerar que por el tiempo o por el conocido “JUST IN TIME”, se observa que no es bueno ya que por muchas razones los OEA’S mencionaron que son varias las empresas que no tienen tiempos justos o reales, y es por esta razón que muchos clientes se cambian a otras empresas hasta encontrar la mejor en este aspecto.

9. ¿Cuál de los siguientes aspectos no les atraen a los clientes del servicio según su criterio? Escoja una opción. Colocar una (x).

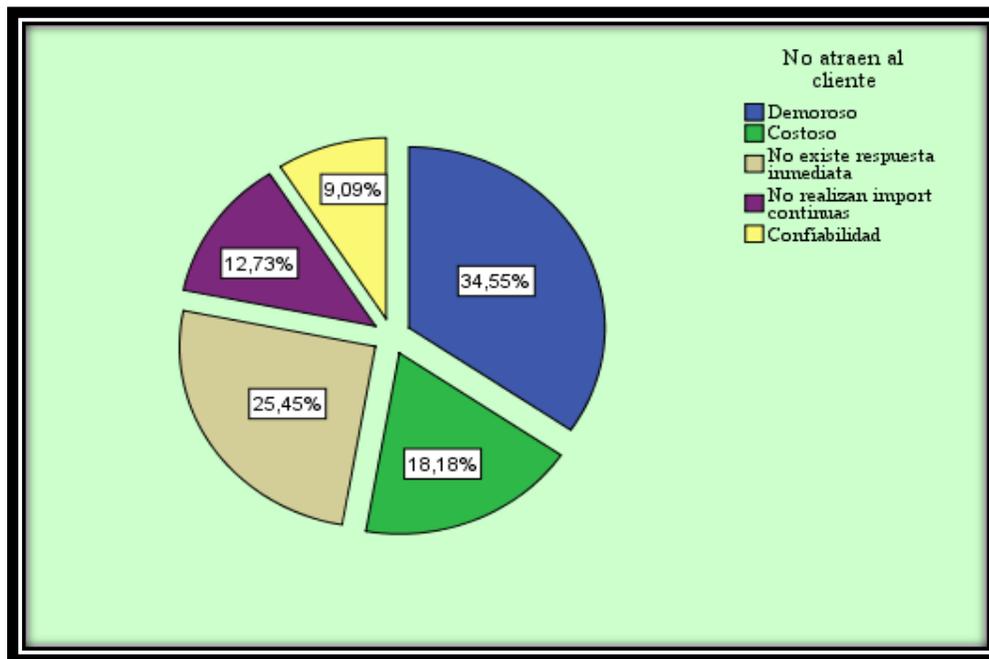
Tabla N. 2.14 No atraen al cliente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Demoroso	38	34,5	34,5	34,5
Costoso	20	18,2	18,2	52,7
No existe respuesta inmediata	28	25,5	25,5	78,2
No realizan import continuas	14	12,7	12,7	90,9
Confiabilidad	10	9,1	9,1	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.9



Fuente: Datos de la encuesta
Elaborado por: Autora

Análisis

Se realizó esta pregunta con el objetivo de determinar las razones por las cuales las personas no les atrae el servicio de Mensajería Rápida o Courier, donde se observa en el Gráfico N.9, que el 34.55% es porque es muy demoroso a pesar de que se le denomina Mensajería Rápida o Courier, el 25.45% es porque a los cliente se les deja sin respuesta, como decía un Operador de Comercio exterior no existe un respuesta inmediata hacia el cliente, la cual hay muchos clientes que se quejan por esta razón pero la empresa no hace nada más que pedir disculpas y lo que quiere el cliente aparte de eso es la repuesta acerca de su carga, o el status de la misma. El 18.18% es por el costo del servicio, mientras que hay clientes que si lo están, el 12.73% es porque no comúnmente realizan importación de Courier y el 9.09% son por razones de confiabilidad hacia la empresa.

Cabe señalar que en la parte del costo, existen precios sumamente altos, ya que dos empresas trabajan con importación Courier para el personal de Petroecuador, Andes Petroleum Petroamazonas y Petrocomercial.

10. Si se creará una empresa de Servicios dedicada a Courier, con el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente, ellos, se involucrarían en utilizarlo, siendo totalmente nueva la empresa.

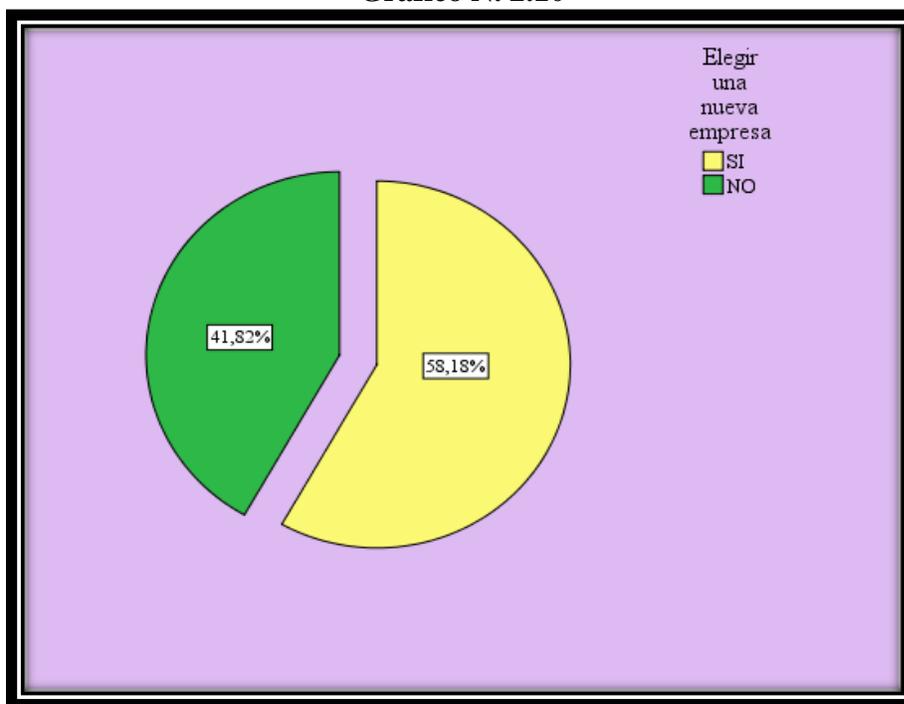
Tabla N. 2.15 Elección de una nueva empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	64	58,2	58,2	58,2
NO	46	41,8	41,8	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.10



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

No cabe duda que esta pregunta es el centro de toda la investigación y el inicio para la constitución de una nueva empresa. Se puede observar que el 58.18% de los Operadores Económicos Autorizados, requieren de empresas que se constituyan para que se dediquen a importar carga o mercadería bajo el régimen de Mensajería Rápida o Courier, por los motivos antes mencionados en el análisis de la encuesta, mientras que el 41.82% lo que mencionó fue que lamentablemente hay empresas que quiebran o cierran y se dedican a otras cosas, la cual según la perspectiva de cada uno de ellos, es que la planificación la organización y hacia donde está dirigida la empresa debe ser aplicable y la correcta para evitar problemas empresariales, y aduaneros, de igual manera mencionaron que sí es factible crear una empresa dedicada al servicio de Courier, pero apuntando a un objetivo de crecimiento continuo, no solo basándonos en satisfacer al cliente, sino que tenga un alcance de objetivos empresariales con tendencia de crecimiento, porque son muchas las empresas que solo por satisfacer al cliente, se olvidan que la principal fuente o el intermediario para concluir con una importación es la empresa, hay que ofrecerle al cliente lo mejor pero sabiendo hasta dónde puede llegar la empresa.

11. Donde le gustaría que se encuentre ubicada la empresa de Courier?, escoja una opción.

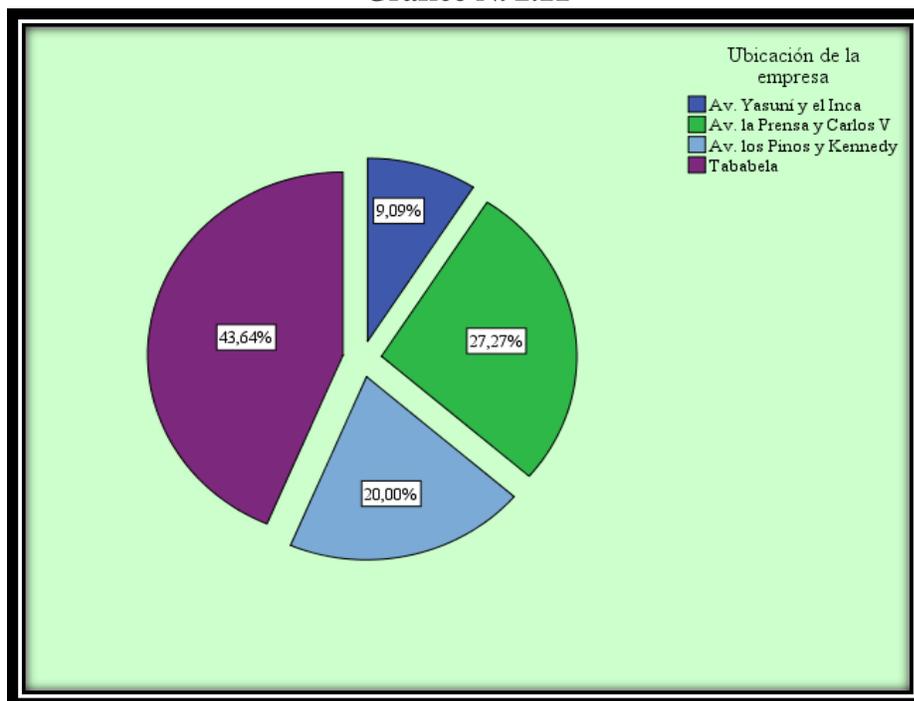
Tabla N. 2.16 Ubicación de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Av. Yasuní y el Inca	10	9,1	9,1	9,1
Av. la Prensa y Carlos	30	27,3	27,3	36,4
Av. los Pinos y Kend	22	20,0	20,0	56,4
Tababela	48	43,6	43,6	100,0
Total	110	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.11



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

En la actualidad Quito a través de cambios políticos y mejoras continuas el nuevo aeropuerto se encontrará ubicado en Tababela, la cual en este sector se observará lo que en la actualidad se observa; empresas, oficinas dedicadas a brindar servicios de tramitología aduanera, la influencia de Operadores Económicos Autorizados, básicamente un amplia gama de todo lo relacionado con el mundo aduanero y de comercio.

Ante las repuestas de varios de los Operadores Económicos Autorizados, la mejor idea que ofrecieron al realizar la encuesta es que, muchas empresas no se van a movilizar de donde están ubicadas, y son pocas las cuales se movilizarán pero a través de sucursales, donde es totalmente factible realizarlo, la tramitología, el proceso antiguo es llevado en el actual aeropuerto de Quito, y tardarán meses en que todo este movimiento se adapte a un nuevo ámbito aplicado, es por esta razón que estas empresas no se van a movilizar, porque cabe recalcar que su fuerte de comercialización está en el Aeropuerto Mariscal Sucre, en la Av. la Prensa, por la clientes sus proveedores entre otros aspectos.

Así que, como se puede observar el 43.60% de los encuestadores opinan que la empresa laboraría mejor en el nuevo Aeropuerto de Quito, (Tababela), y el 27.27% en la Av. La Prensa y Carlos V, por la movilización, cercanía al Aeropuerto, este punto estratégico que ofrecieron los Operadores, se analizará a través de la amplitud de la empresa y de la inversión que se realizará en la misma, seguida por el 20% en la Av Los Pinos y Kennedy y el 9.09% en la Av. Yasuní y el Inca.

2.8 Resultados de las encuestas, Personas Naturales y Jurídicas (Ver Anexo 2.10)

1. ¿Usted tiene tarjeta de crédito internacional?

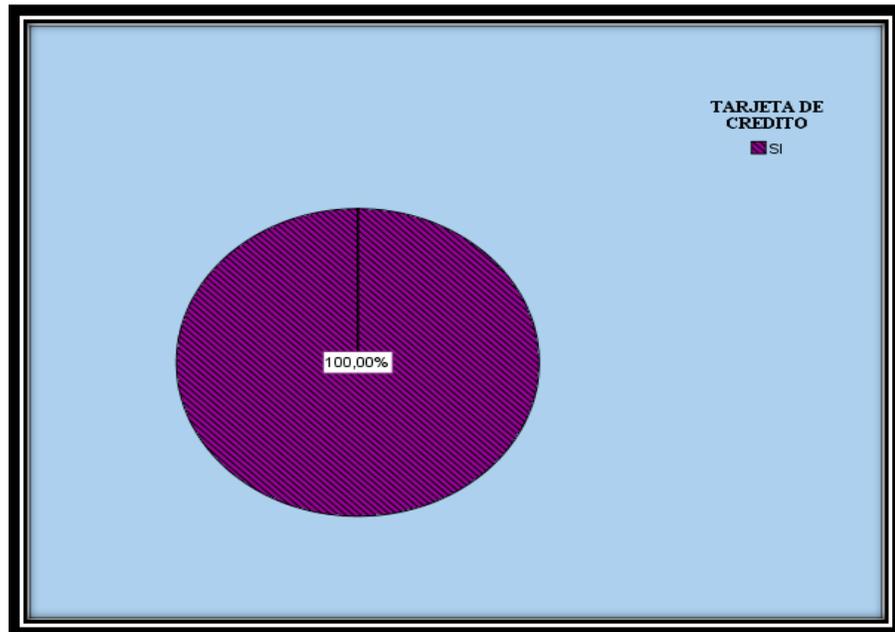
Tabla N. 2.17 Tarjeta de crédito

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	148	100,0	100,0	100,0

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.12



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Al momento de realizar la encuesta, se determinó un muestreo para observar cuantas personas son las tienen tarjetas de crédito internacional, y cuantas de ellas son las que importan mercadería a través de Courier, por la facilidad que les da la tarjeta, por lo tanto en el muestreo hemos obtenido que se realizará 148 encuestas para nuestros resultados proporcionales de importación de mercadería

a través de Courier, de la cual se observa que el 100% del total de las personas encuestadas tienen tarjetas de crédito.

2. ¿Ha realizado importación de mercadería a través de Empresas de Courier?

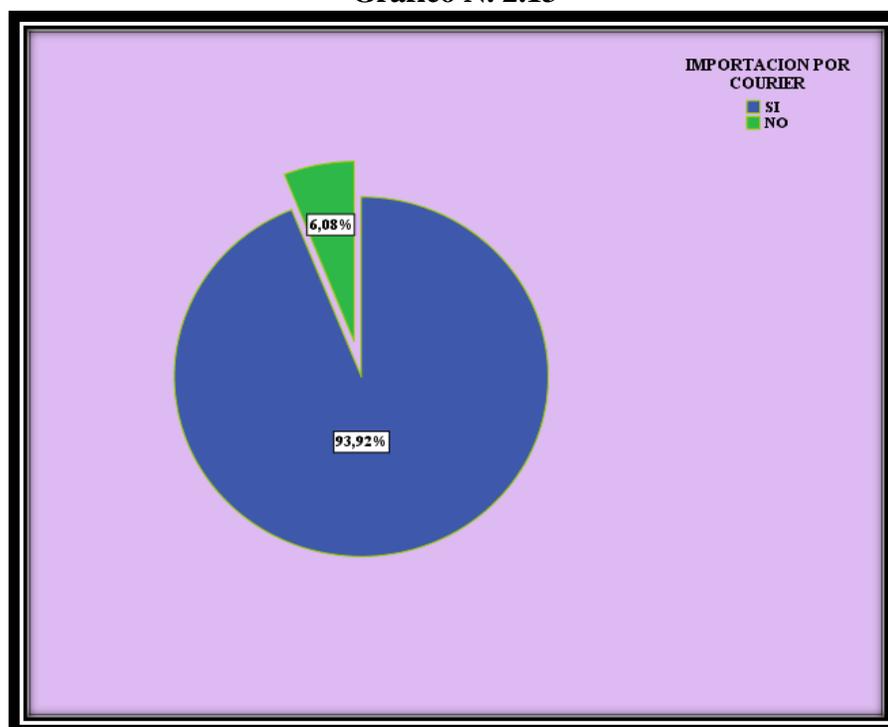
Tabla N. 2.18 Importación por Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI	139	93,9	93,9	93,9
NO	9	6,1	6,1	100,0
Total	148	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.13



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se puede observar, mediante este gráfico que el 93.92 % respondieron que sí importan mercadería bajo régimen Courier, y el 6.08% no lo realiza, la cual

indicaron que ellos tienen tarjetas de crédito solo para utilizarlas por cuestiones personales no por importación de mercadería extranjera.

3. Por favor, señale una empresa por la que usted importa mercadería por Courier.

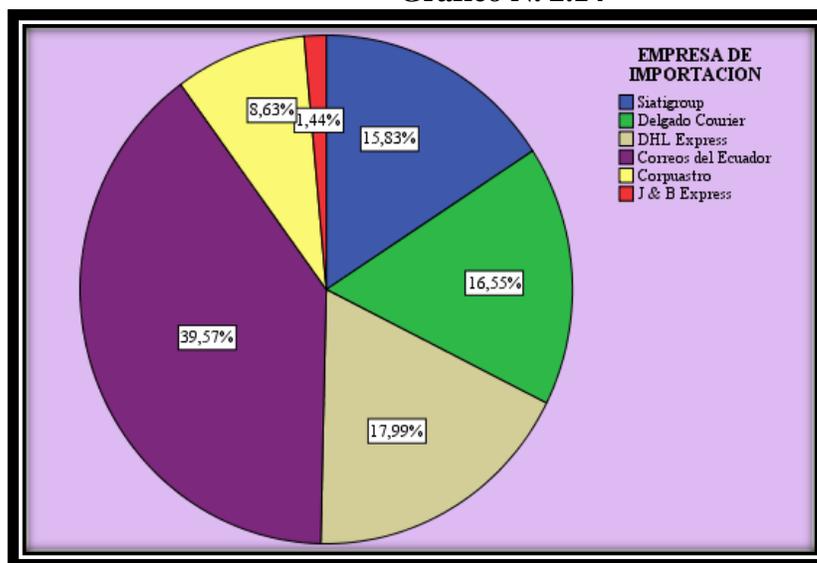
Tabla N. 2.19 Empresa de Importación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Siatigroup	22	15,8	15,8	15,8
Delgado Courier	23	16,5	16,5	32,4
DHL Express	25	18,0	18,0	50,4
Correos del Ecuador	55	39,6	39,6	89,9
Corpuastro	12	8,6	8,6	98,6
J & B Express	2	1,4	1,4	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.14



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se determina en esta pregunta que el 39,57% de las personas que importan mercadería por Courier lo hacen por medio de la empresa Correos del Ecuador, seguida por el 17,99% DHL Express, 16,55% Delgado Courier, 15,83% Siatigroup, 8,63% Corpuastro y 1,44 J & B Express.

Se observa claramente que la mayoría de las personas importan mercadería según categorización B, ya que Correos del Ecuador solo importa mercadería hasta 4 kilos y \$400.00.

4. ¿Cuál de la siguiente opción es el objetivo por el que usted importa a través de Courier? Escoger una opción, la principal.

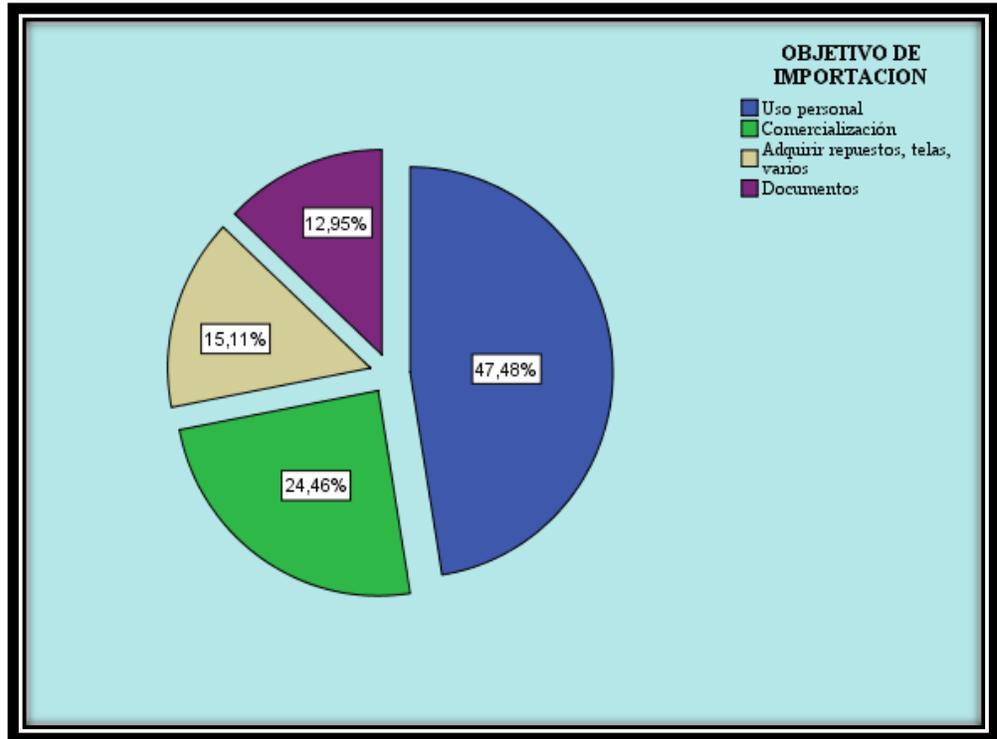
Tabla N. 2.20 Objetivo de Importación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Usos				
personal	66	47,5	47,5	47,5
Comercialización	34	24,5	24,5	71,9
Adquirir repuestos, telas, varios	21	15,1	15,1	87,1
Documentos	18	12,9	12,9	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.15



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se determina en esta pregunta que el 47.48% importan mercadería por Courier por uso personal, el 24.46% por comercialización mercadería, el 15.11% adquisición de repuestos, telas u otros insumos, los cuales varias empresas necesitan la mercadería como materia prima para la transformación de sus productos o de igual manera para la comercialización, como los repuestos, pero estos no se clasificarán en la categoría B, porque por el peso y valor toma otro tipo de clasificación, y el 12.95% por importación de documentos.

Analizaremos los resultados estadísticos mediante la relación entre dos variables.

Tabla No. 2.21 Empresa de importación vs Objetivo de importación

	OBJETIVO DE IMPORTACION				Total
	Uso personal	Comercialización	Adquirir repuestos, telas, varios	Doc.	
Siatigroup	5	11	6	0	22
Delgado Courier	8	0	15	0	23
DHL Express	15	5	0	5	25
Correos del Ecuador	35	15	0	5	55
Corpuastro	3	3	0	6	12
J & B Express	0	0	0	2	2
Total	66	34	21	18	139

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

De acuerdo a la entrevista realizada se observa que relacionando la variable Empresa de importación vs Objetivo de importación, treinta y cinco personas señalan que importan más mercadería por uso personal de la empresa Correos del Ecuador, quince mencionan que el motivo de importación es más por Comercialización de la empresa Correos del Ecuador, quince personas importan mercadería como repuestos, telas entre otros, de la empresa Delgado Courier, y seis personas señalan que importan documentación de la empresa Corpuastro.

5. ¿De qué país importa mercadería a través de Courier? Colocar un país.

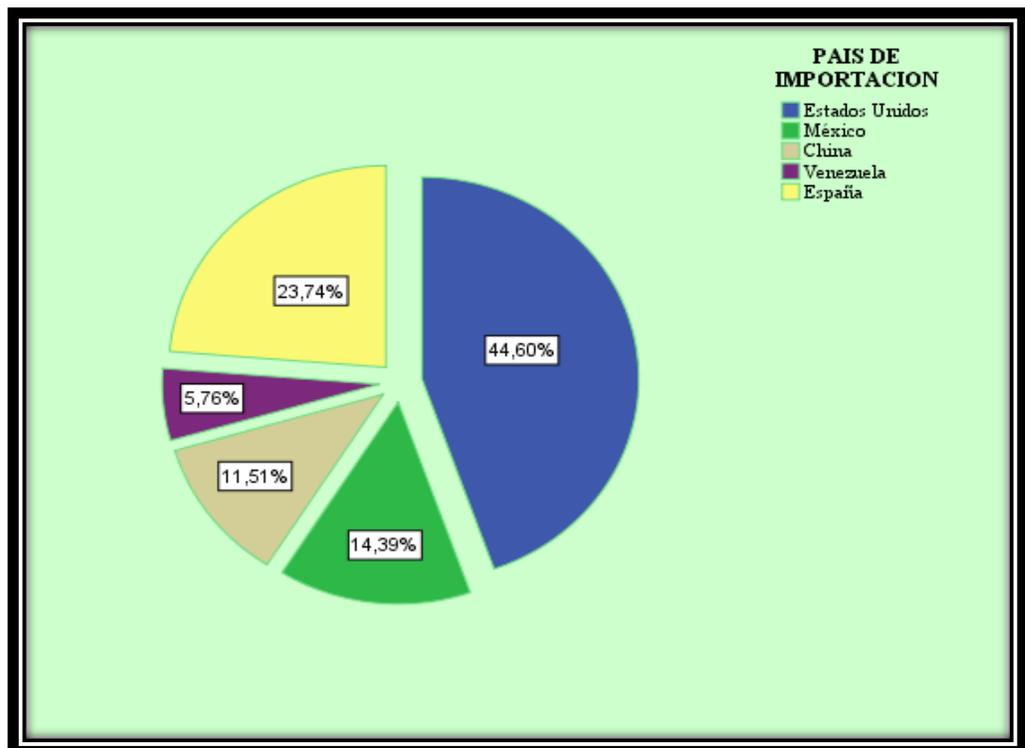
Tabla N. 2.22 País de importación

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Estados Unidos	62	44,6	44,6	44,6
México	20	14,4	14,4	59,0
China	16	11,5	11,5	70,5
Venezuela	8	5,8	5,8	76,3
España	33	23,7	23,7	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.16



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Notablemente el 44.60% las personas importan mercadería desde Estados Unidos, principalmente desde Miami, el 23.74% desde España esto se debe por la migración que existe y básicamente es necesario el importar mercadería por asuntos personales u otros objetivos, el 14.39% desde México, el 11.51% desde China, la cual se conoce que en la actualidad existen almacenes chinos y es por esta razón que importan mercadería bajo régimen Courier, y el 5.76% desde Venezuela.

Se relacionara dos variables para analizar el país de importación y las empresas

Tabla No. 2.23 Empresa de importación vs País de importación

	PAÍS DE IMPORTACION					Total
	EE.UU	México	China	Venezuela	España	
Siatigroup	22	0	0	0	0	22
Delgado Courier	0	15	0	0	8	23
DHL Express	10	0	15	0	0	25
Correos del Ecuador	20	5	0	5	25	55
Corpuastro	10	0	0	2	0	12
J & B Express	0	0	1	1	0	2
Total	62	20	16	8	33	139

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Podemos observar que 22 personas importan desde Estados Unidos por medio de la empresa Siatigrup, quince personas importan mercadería desde Mexico por medio de la empresa Delgado Courier, quince personas mencionaron que importan mercadería desde China por medio de la empresa DHL Express, cinco indican que importan desde Venezuela por medio de la empresa Correos del Ecuador, y veinte cinco importan mercadería desde España por medio de la empresa Correos del Ecuador.

6. Con una (x) colocar cuanto usted aproximadamente importa mensual bajo el régimen de Courier en Kilos.

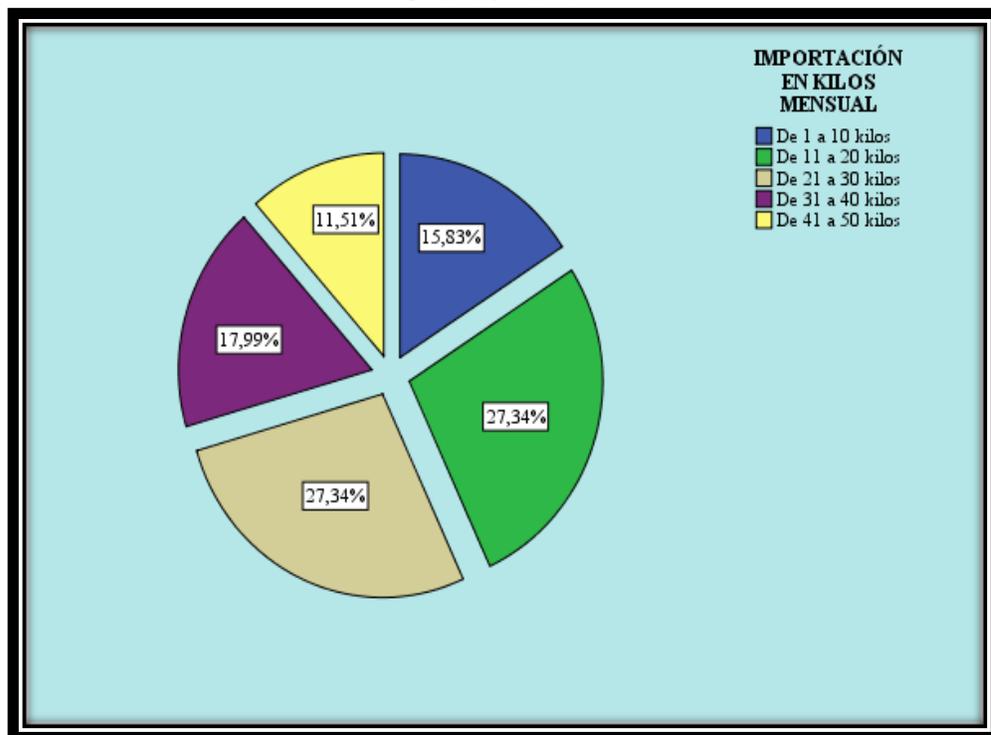
Tabla N. 2.24 Importación en Kilos mensual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 1 a 10 kilos	22	15,8	15,8	15,8
De 11 a 20 kilos	38	27,3	27,3	43,2
De 21 a 30 kilos	38	27,3	27,3	70,5
De 31 a 40 kilos	25	18,0	18,0	88,5
De 41 a 50 kilos	16	11,5	11,5	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.17



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se determina que las personas encuestadas indican que el 27.34% importan mensualmente de 11kg a 20kg y de 21kg a 30kg, que es significativo para las empresas de las cuales importan, seguido por el 17.99% aproximadamente entre 31kg y 40 kg, el 15.83% de 1kg a 10kg y el 11.51% de 41kg en adelante.

7. Con una (x) colocar cuanto usted importa aproximadamente mensual bajo el régimen de Courier en Dólares.

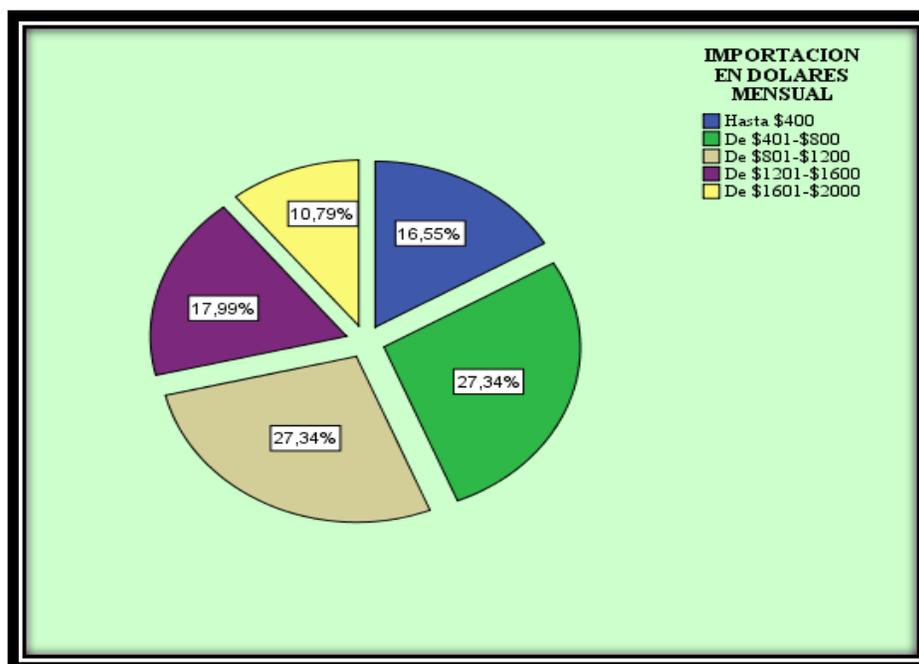
Tabla N. 2.25 Importación en dólares mensual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Hasta \$400	23	16,5	16,5	16,5
De \$401-\$800	38	27,3	27,3	43,9
De \$801-\$1200	38	27,3	27,3	71,2
De \$1201-\$1600	25	18,0	18,0	89,2
De \$1601-\$2000	15	10,8	10,8	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.18



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Mediante la representación gráfica observamos que el 27.34% importan mercadería mensualmente de \$401.00 a \$800, la cual podemos determinar que se basa a la exportación de categoría B, de igual manera el 27.34% importan mercadería de \$801.00 a \$1200.00, seguido por el 17.99% que se importan mercadería entre \$1201.00 a \$1600.00, el 16.55% de hasta \$400.00 y el 10.79% de \$1601.00 a \$2000.00. Señalamos que estas importaciones se las realiza de manera mensual.

8. ¿Usted se encuentra totalmente satisfecho por el servicio que brinda la empresa con la que realiza la importación?

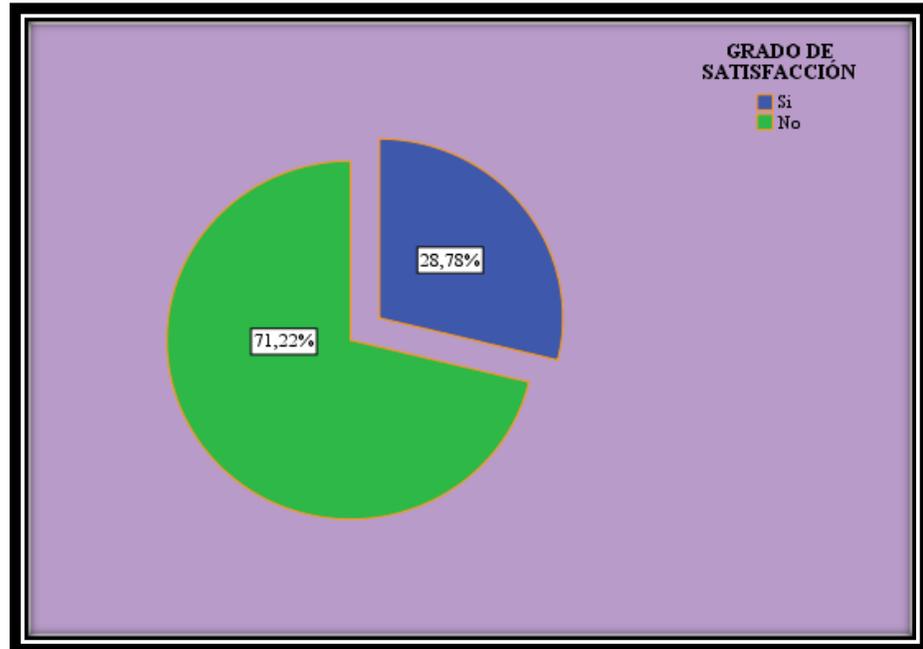
Tabla N. 2.26 Grado de satisfacción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	40	28,8	28,8	28,8
No	99	71,2	71,2	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.19



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se determina en esta pregunta que el 71.22% no se encuentran satisfechos con el servicio que les brinda la empresa de Courier con la cual importan mercadería, y el 28.78% si están satisfechos ya que existe un grado de confiabilidad certero para las empresas que importan mercadería.

Esto puede ser una gran pauta para constituir una empresa con estrategias correctas y sólidas. Observaremos la relación entre dos variables.

Tabla No. 2.27 Empresa de importación vs * Grado de satisfacción

		GRADO DE SATISFACCIÓN		Total
		Si	No	
EMPRESA DE IMPORTACIÓN	Siatigroup	11	11	22
	Delgado Courier	10	13	23
	DHL Express	5	20	25
	Correos del Ecuador	4	51	55
	Corpuastro	8	4	12
	J & B Express	2	0	2
	Total	40	99	139

Análisis

Esta relación es punto clave para conocer si las personas se sienten satisfechas por el servicio que les brinda la empresa por cual importan mercadería. Se observa que 11 personas están satisfechas de importar mercadería de la empresa Siatigurop, y 11 personas no lo están.

Diez personas mencionan que si están satisfechas de importar mercadería de la empresa Delgado Courier, y trece personas no lo están.

Cinco personas estas satisfechas de importar mercadería de la empresa DHL Express, y veinte no lo están.

Cuatro personas están satisfechas de importar mercadería de la empresa Correos del Ecuador, y cincuenta y uno no lo están.

Dos personas están satisfechas de importar mercadería de la empresa J&B Express.

Ocho personas están satisfechas de importar mercadería de la empresa Corpuastro, y cuatro no lo están

9. De los siguientes aspectos escoja una opción, motivo por el cual no le atrae de la empresa que le brinda el servicio de Courier

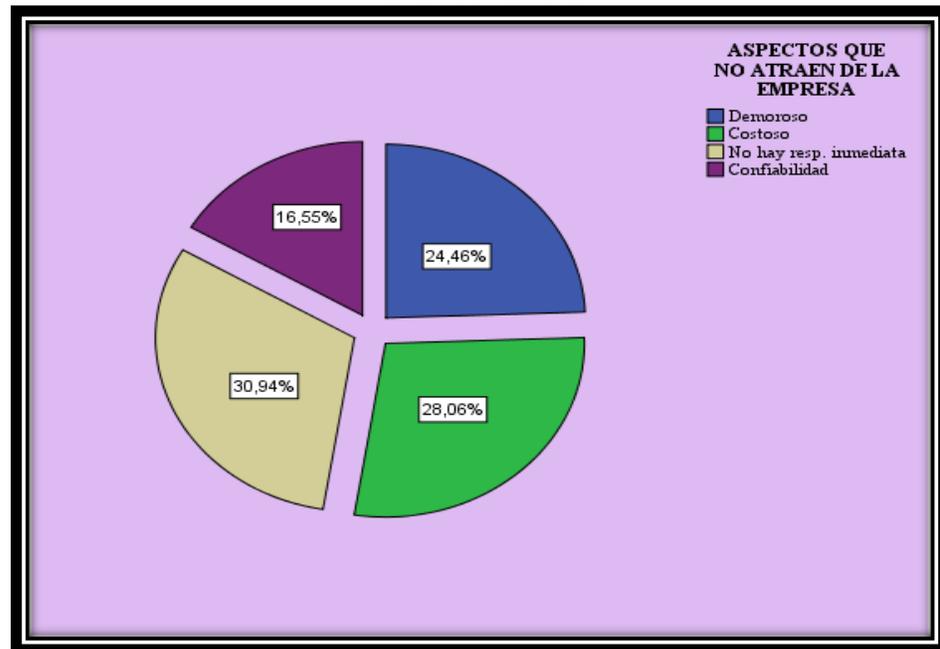
Tabla N. 2.28 Aspectos que no atraen de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Demoroso	34	24,5	24,5	24,5
Costoso	39	28,1	28,1	52,5
No hay resp. inmediata	43	30,9	30,9	83,5
Confiabilidad	23	16,5	16,5	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.20



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Podemos observar que el 30.94% de los aspectos que no les atrae a los clientes de la empresa por el cual importan mercadería señalan que no existe una respuesta inmediata, seguido por el 28.06% que indican que el servicio es muy costoso por la importación, el 24.46% mencionan que es muy demoroso y el 16.55% no existe confiabilidad con la empresa.

Tabla No. 2.29 Empresa de importación vs Aspectos que no atraen de la empresa

	ASPECTOS QUE NO ATRAEN DE LA EMPRESA				Total
	Demoroso	Costoso	No hay resp. inmediata	Confiabilidad	
Siatigroup	6	5	7	4	22
Delgado Courier	8	4	11	0	23
DHL Express	10	4	11	0	25
Correos del Ecuador	10	17	14	14	55
Corpuastro	0	9	0	3	12
J & B Express	0	0	0	2	2
Total	34	39	43	23	139

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Podemos observar que diez personas no se sienten satisfechas con DHL Express, porque es demoroso al momento de entregar la mercadería, y también de la empresa Correos del Ecuador mencionan 10 personas que es muy de demoroso en la entrega de la mercadería, diecisiete personas indican que Correos del Ecuador es muy costoso es por esta razón que no les atrae esto de la empresa, once personas indicaron que no existe una respuesta inmediata de la empresa DHL Express, y catorce personas indican que no tiene confianza de importar mercadería a través de la empresa Correos del Ecuador.

10. Si se creará una empresa de Servicios dedicada a Courier, con el objetivo de satisfacer sus necesidades, se involucrarían en utilizarlo, siendo totalmente nueva la empresa.

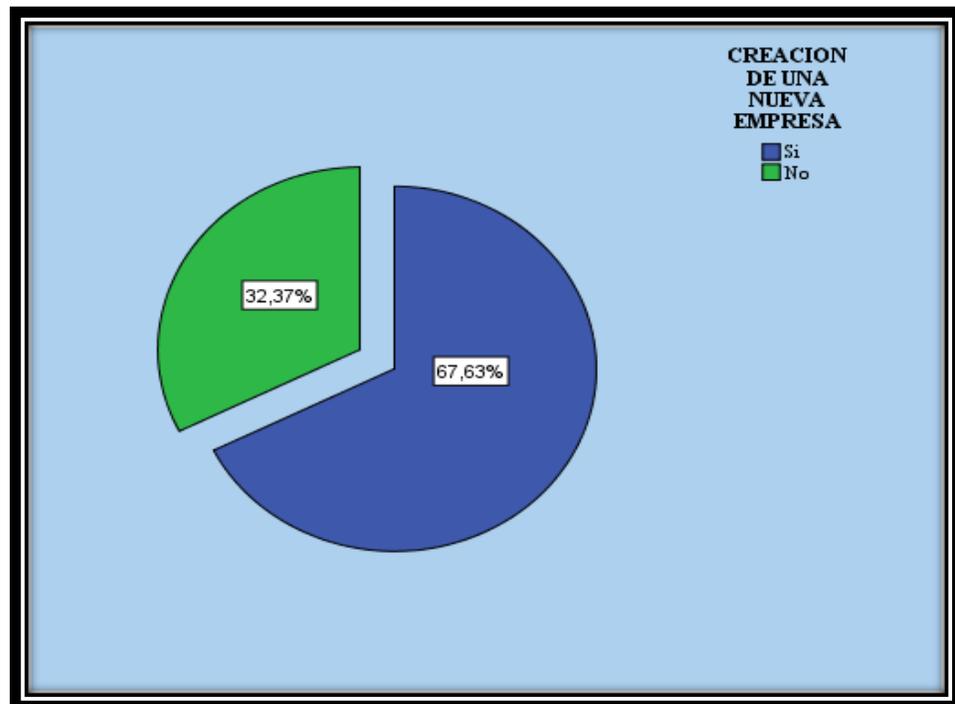
Tabla N. 2.30 Creación de una nueva empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Si	94	67,6	67,6	67,6
No	45	32,4	32,4	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.21



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Las personas en esta pregunta determinaron que quisieran que se cree una nueva empresa con los requerimientos necesarios para que el servicio ante ellos sea excelente mejor dicho de calidad, la cual el 67.63% ven la necesidad de que se cree una nueva empresa mientras que el 32.37% no lo cree así, ya que ellos mencionan que existe confianza y que los costos a comparación de otras empresas son los mejores.

Tabla No. 2.31 Edad de las personas vs Creación de una nueva empresa

		CREACIÓN DE UNA NUEVA EMPRESA		Total
		Si	No	
EDAD DE LAS PERSONAS QUE IMPORTAN POR COURIER	De 18-25 años	32	13	45
	De 26-35 años	13	2	15
	De 36-45	25	20	45
	De 46 en adelante	24	10	34
Total		94	45	139

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se puede señalar que treinta y dos personas de 18-25 años quieren que si se constituya una nueva empresa y veinte personas de 36-45 años mencionaron que no.

11. ¿Dónde le gustaría que se encuentre ubicada la nueva empresa de Courier? Escoja una opción

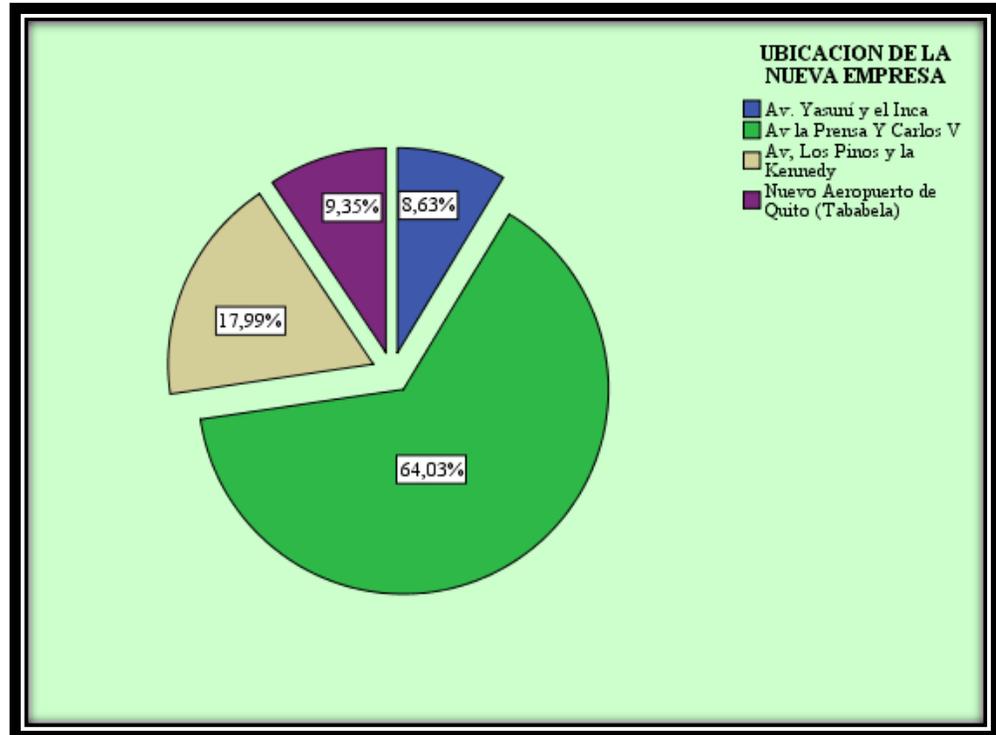
Tabla N. 2.32 Ubicación de la nueva empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Av. Yasuní y el Inca	12	8,6	8,6	8,6
Av la Prensa Y Carlos V	89	64,0	64,0	72,7
Av, Los Pinos y la Kennedy	25	18,0	18,0	90,6
Nuevo Aeropuerto de Quito (Tababela)	13	9,4	9,4	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.22



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Mediante la gráfica observamos que el 64.03% les gustaría que se encuentre ubicada en la Av. La prensa y Carlos V, seguido por el 17.99% en la Av. La Kenedy, el 9.35% en el Nuevo Aeropuerto de Quito ubicado en Tababela, y el 8.63% en la Av. Yasunni y el Inca.

12. Por favor, elija el rango de la edad en el cual usted se encuentra. Colocar una (x)

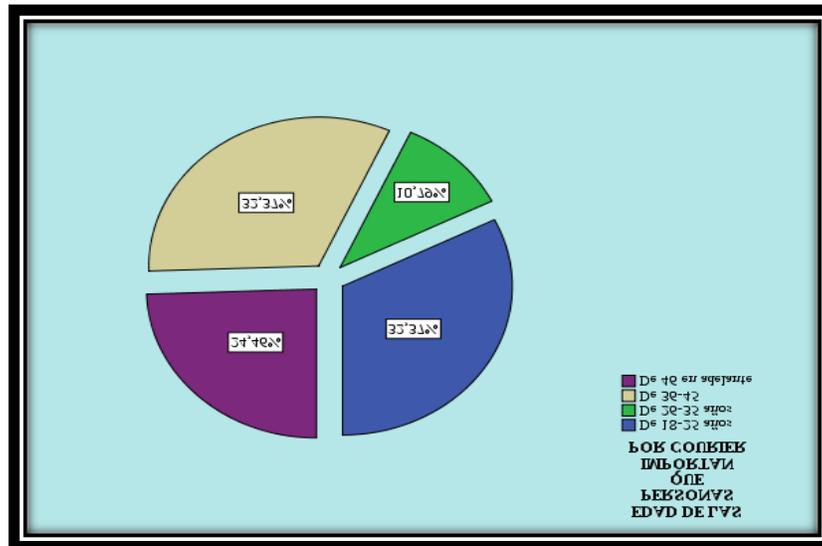
Tabla N. 2.33 Edad de las personas que importan mercadería por Courier

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos De 18-25 años	45	32,4	32,4	32,4
De 26-35 años	15	10,8	10,8	43,2
De 36-45	45	32,4	32,4	75,5
De 46 en adelante	34	24,5	24,5	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Gráfico N. 2.23



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Observamos que el 32.37% dentro del rango de edad esta entre 36 a 45 años que son personas que importan mercadería bajo régimen de Courier, de igual manera entre 18 a 28 años, el 24.46% personas de 46 años en adelante ya que son aquellos que tienen algún negocio o comercialización de mercadería, y el 10.79% entre 26 a 35 años.

13. Género. Colocar una (x)

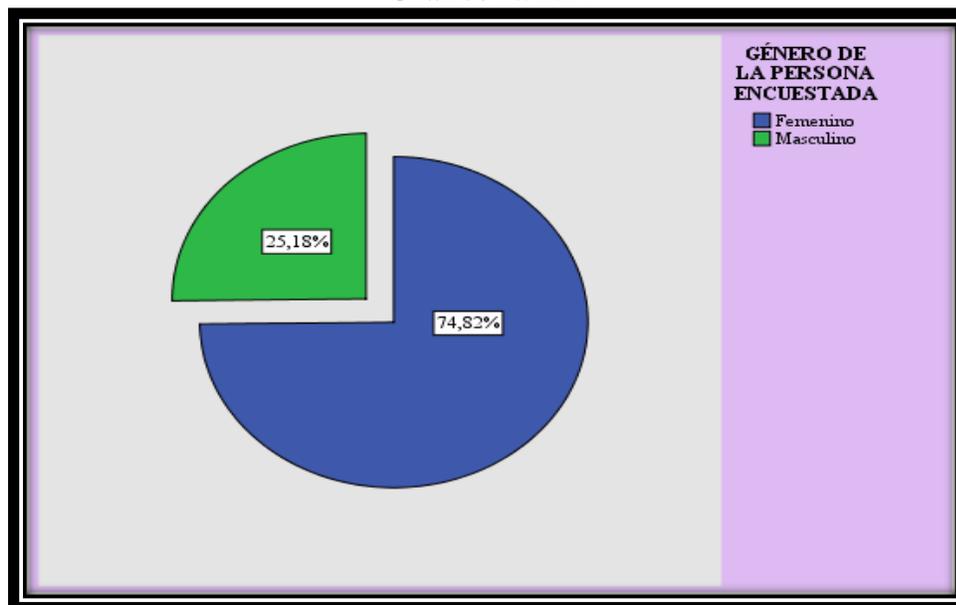
Tabla N. 2.34 Género de la persona encuestada

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Femenino	104	74,8	74,8	74,8
Masculin	35	25,2	25,2	100,0
o				
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.24



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

En la gráfica de esta pregunta observamos que el 74.82% son mujeres que más importan mercadería y el 25.18% son hombres.

Tabla No. 2.35 Edad de las personas vs Genero de la persona

		GÉNERO DE LA PERSONA ENCUESTADA		Total
		Femenino	Masculino	
EDAD DE LAS PERSONAS QUE IMPORTAN POR COURIER	De 18-25 años	29	16	45
	De 26-35 años	14	1	15
	De 36-45	34	11	45
	De 46 en adelante	27	7	34
Total		104	35	139

Análisis

Se observa que treinta y cuatro personas son mujeres de entre 36 a -45 años y dieciséis son hombre de entre 18 a 25 años.

14. Indique en que sector trabaja. Colocar una (x)

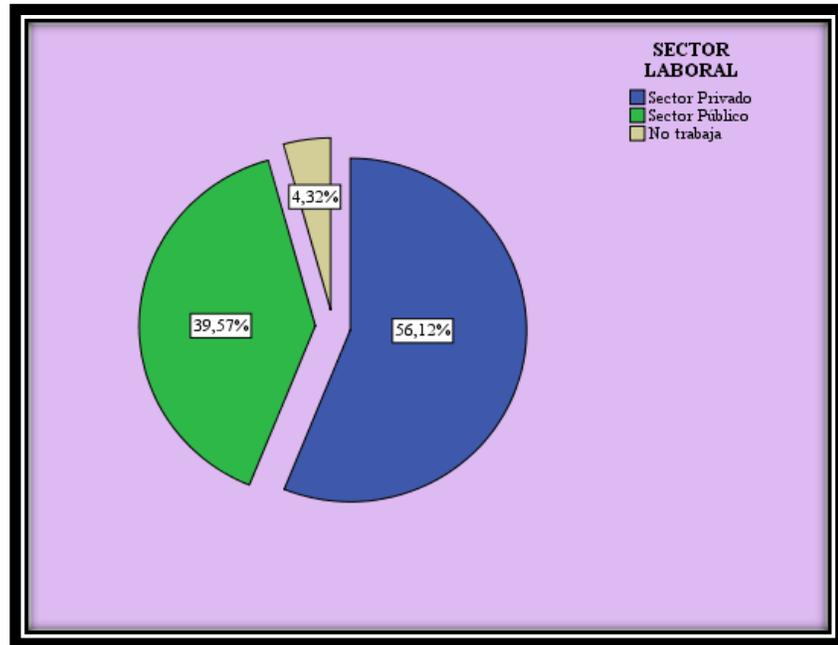
Tabla N. 2.36 Sector Laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Sector Privado	78	56,1	56,1	56,1
Sector Público	55	39,6	39,6	95,7
No trabaja	6	4,3	4,3	100,0
Total	139	100,0	100,0	

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Grafico N. 2.25



Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

El 56.12% menciona que trabaja en el sector privado, el 39.57% en el sector público y el 4.32% no trabaja.

Se observará la relación determinada entre dos variables.

Tabla No. 2.37 Edad de las personas vs Sector Laboral

		SECTOR LABORAL			Total
		Sector Privado	Sector Público	No trabaja	
EDAD DE LAS PERSONAS QUE IMPORTAN POR COURIER	De 18-25 años	26	13	6	45
	De 26-35 años	13	2	0	15
	De 36-45 años	20	25	0	45
	De 46 en adelante	19	15	0	34
Total		78	55	6	139

Fuente: Datos de la encuesta

Elaborado por: Autora

Análisis

Se observa que veinte seis personas de 18 a 25 años trabajan en el sector privado mientras que veinticinco personas de 36-45 años trabajan en el sector público.

2.9 Perfil de consumidor

De acuerdo a las encuestas realizadas y que a su vez se las ha interpretado gráficamente se llegó a la conclusión de que el perfil del consumidor es el siguiente:

Mujeres entre 18 y 25 años y de 36 a 45 años que trabajan en el sector público, el cual buscan importar mercadería a través de empresas que sean confiables, con costos adecuados, estrategias definidas.

La cantidad que importan es bajo categoría B, más conocida como 4x4, hasta 4 kilos y con un total de igual o menor a \$400.00.

Cabe señalar que no se descartara el direccionarnos hacia personas en general, ya sea que trabajen en el sector público o privado, que tengan diferentes edades, la cual se utilizaran estrategias más puntuales, para que la efectividad de la empresa sea aceptada en el sector de servicio.

CAPÍTULO III

CREACIÓN DE LA EMPRESA

3.1 Aspectos legales para constituir una empresa de Servicios (Courier)

Cada uno de los pasos a seguir para constituir una empresa se basa en Organismos e Instituciones que de una u otra manera aportan a la constitución de la misma, para lo cual primero se determinan los siguientes puntos:

Estructura Empresarial

Según (Marín, 2011)

Se define a una empresa como una organización, institución o industria dedicada a actividades con fines económicos para satisfacer las necesidades de bienes y servicios de los demandantes. Se ha notado que, en la práctica, se puede encontrar una variedad de definiciones del término. Eso parece deberse, por lo menos en parte, que a pesar de su aparente simplicidad, el concepto es complejo. Así, se puede considerar que esas diferencias enfatizan Una definición de uso común en círculos comerciales es: "Una empresa es un sistema que con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica". Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, objetivos, tácticas y políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión. La planificación posterior está condicionada por dicha definición.

Toda empresa está orientada a obtener lucro, ganancia o rentabilidad.

Analizando cada uno de los aspectos legales se debe considerar lo siguiente:

Toma de decisión para constituir a la empresa

Al observar la Ley (Superintendencia de Compañías, 1999) la categoría a la que se postula la empresa de Mensajería Rápida o Courier es:

- Según el tamaño de la empresa: Pequeña empresa.
- Según la actividad a la que se dedicará: Servicios

- Según el capital a la que pertenecería: Compañía Anónima

La empresa que se constituirá se dedicará a brindar servicios de Mensajería Rápida o Courier, ya que esta actividad tiene un fuerte en el mercado nacional, y al ir analizando cada una de las preguntas de la investigación de mercado se determinó que las personas que se dedican a la importación de mercadería a través del régimen mencionado necesitan y requieren una empresa totalmente con estrategias, métodos, técnicas, organización entre otros aspectos, actuales o nuevos, los cuales satisfagan al cliente. Aquella empresa que sepa cumplir con los plazos justos, el costo sea el adecuado y que el servicio sea el mejor, no el cotidiano o el mismo de siempre que varias empresas han dado a los clientes, de igual manera cabe recalcar que la empresa tendrá la constitución dependiendo del capital a hacer aportado, la cual mediante varios contactos y análisis de cumplimiento, y experiencia se llegó a la conclusión de que la empresa será de Compañía Anónima, ya que la ventaja más grande al constituir una empresa de C. A. es que si alguno de los socios que inicia quiere salir o ya no desea formar parte de la empresa puede vender sus acciones a otra persona, puesto que esto no exime del cumplimiento bajo la Ley de Compañías y de la norma que la suscribe. (*Ver Anexo 3.1*)

Se toma dos puntos importantes a considerar:

- El capital está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.
- La compañía no podrá emitir acciones por un precio inferior a su valor nominal ni por un monto que exceda del capital aportado. La emisión que viole esta norma será nula.

Según el Reglamento de Courier señala que:

Las empresas autorizadas a realizar estas actividades son exclusivamente las personas jurídicas legalmente establecidas en el país que prestan servicios de transporte internacional expreso a terceros, por vía aérea, con o sin medios de transporte propios, regulares o de contratación específica, registrada y autorizada por el SENA, para

desaduanizar documentos y envío rápidos, con aplicación de procedimientos simplificados y dentro de rangos de valor y peso previamente determinados.

Disposiciones relativas a las empresas Autorizadas para brindar el servicio de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos o Courier.

Art 1.- Requisitos para obtener la autorización para brindar el servicio de tráfico postal internacional y correos rápidos o Courier. Las personas que deseen obtener la autorización del SENA, para la prestación de este servicio deberán cumplir los siguientes requisitos:

Autorizaciones.- Las personas jurídicas solicitantes deberán presentar en la Secretaría General del SENA, los siguientes documentos:

Requerimientos Legales:

- a) Solicitud de autorización para brindar el servicio de tráfico postal internacional y correos rápidos o Courier dirigida al Gerente del SENA. (*Ver Anexo 3.2*)
- b) Copia certificada de la escritura en donde conste el estatuto vigente de la empresa, en cuyo objeto social debe constar esta actividad. (*Ver Anexo 3.3*)
- c) Copia certificada del nombramiento del Representante Legal de la empresa extranjera, adicionalmente debe demostrar que esta domiciliada en el país (en caso de ser extranjero).
- d) Listado de el o los nombres comerciales con los que presentarán el servicio de correos rápidos o Courier. (*Ver Anexo 3.4*)
- e) Copia del Registro Único de Contribuyentes actualizado. (*Ver Anexo 3.5*)
- f) Copia certificada de las declaraciones de impuestos a la renta de los dos últimos ejercicios económicos, en caso de aplicarse.
- g) Indicación de los aeropuertos internacionales a través de los cuales se producirá el ingreso y salida de los envíos postales. (*Ver Anexo 3.6*)
- h) Copia del comprobante de pago de la tasa de postulación.
- i) Todos los demás que estén contemplados en el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversiones y su Reglamento General.

Según el literal e), se deben cumplir los siguientes pasos para obtener el Registro Único de Contribuyentes

- Cédula de Ciudadanía o identidad y copia (*Ver Anexo 3.7*)
- Presentación del último certificado de votación (*Ver Anexo 3.8*)
- Uno de los documentos de los tres últimos meses, donde conste el domicilio del contribuyente. (*Ver Anexo 3.9*)

Requisitos para la Superintendencia de Compañías

1. Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Superintendencia de Compañías, se aprueba un nombre. (*Ver anexo 3.4*)
2. Luego se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías. (*Ver Anexo 3.3*)
3. Una vez aprobada la minuta, se hace apertura a la cuenta de integración llevando: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.
4. Una vez hecha la apertura de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública.
5. Luego de elevar la minuta a escritura pública, se lleva a la Superintendencia de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente.
6. La Superintendencia entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.
7. Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Superintendencia.
8. Se llama al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

9. Se lleva a la Superintendencia toda la documentación con formulario 01^a, 01B, para que conceda el SRI el para funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado) (1 día), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de votación, escritura certificada, resolución de la Superintendencia y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono.)

Inspección.- Una vez que sean revisados y aprobados los requerimientos legales, el SENA, procederá a realizar la inspección de las instalaciones de las personas jurídicas solicitantes, para lo que deberán cumplir con los siguientes requisitos físicos y técnicos.

Requisitos Físicos y Técnicos Mínimos:

- a) Área de Oficina y Bodegas en zona secundaria: 82m² mínimo, debidamente delimitados. (*Ver Anexo 3.10*)
- b) Equipos de oficinas indispensables (computadoras, impresoras, etc.). (*Ver Anexo 3.11*)
- c) Estanterías para la clasificación de paquetes y sobres. (*Ver Anexo 3.12*)
- d) Acceso a Internet correo seguro y correo electrónico. (*Ver Anexo 3.13*)
- e) Mínimo una línea telefónica convencional o base celular. (*Ver Anexo 3.14*)
- f) Uniformes a ser utilizados por los empleados de la persona jurídica. (*Ver Anexo 3.15*)

Adicionalmente, al momento de realizar la inspección, deberán presentar la siguiente documentación:

- a) Indicación de la capacidad de almacenamiento de sus bodegas en zona secundaria.
- b) Inventario de los bienes con los que cuenta la empresa y los documentos que puedan determinar la propiedad, posesión o tenencia legal de los equipos, vehículos, mobiliario, y programas informáticos.
- c) Documentos que puedan determinar la propiedad, posesión o tenencia legal de los bienes inmuebles con los que cuenta la empresa.

- d) Descripción del programa informático completo que incluya el control de los paquetes y sus registros.
- e) Copia del contrato o copia del último recibo de pago por el servicio de Internet y correo seguro.
- f) Plano de implantación general a escala 1:300, con especificaciones de las áreas en metros cuadrados.
- g) Copia del comprobante de pago de la Tasa de Inspección.
- h) Listado completo con los nombres, números y copias de la cédula de identidad de los empleados que designa la empresa para actuar ante la Aduana, con su respectiva afiliación al seguro social.
- i) Listado de los vehículos de transporte terrestre con que retirará las mercancías del recinto aduanero. (*Ver Anexo 3.16*)
- j) Copia notariada del contrato de prestación de servicios por el uso de un espacio físico en zona primaria en el área designada para el despacho aduanero bajo régimen de Courier, existente entre la Empresa Autorizada solicitante y el concesionario.

Garantía.- Las personas jurídicas solicitantes que hubieren cumplido con los requerimientos legales y de Inspección Física, a fin de garantizar el cumplimiento de las obligaciones derivadas del ejercicio de sus actividades, dentro del término de quince días hábiles, deberán constituir una garantía general a favor del SENA en la forma, montos y plazos previstos en COPCI y su Reglamento General.

La Secretaría General del COPCI guardará en el archivo personal de los solicitantes una copia de la garantía por ellos presentada, así como el Código de autorización CDA de la garantía, que será otorgado conjuntamente con la Resolución de la autorización para brindar el servicio de tráfico postal internacional y correos rápidos o Courier, sin perjuicio de que el original de la garantía quede bajo custodia de la Gerencia Administrativo-Financiera de la Gerencia General del COPCI.

Art. 2.- Cumplidos los requisitos establecidos, el Gerente General procederá a autorizar a la empresa solicitante el funcionamiento de las actividades de Tráfico Postal Internacional y Correos Rápidos Courier por un plazo de cinco años, para lo

cual se asignará y registrará el respectivo código en el programa actualizado del SENAE, el cual es el ECUAPASS.

De la misma forma, el SENAE procederá a emitir las credenciales para los empleados designados por las Empresas Autorizadas para ingresar a las instalaciones de Courier en el SENAE; y la entrega de identificaciones adhesivas para los vehículos de las empresas autorizadas para retirar las mercancías de zona primaria, previo al pago de las tasas correspondientes

Art. 3.- Sin perjuicio de lo señalado en el Art. 2, las Empresas Autorizadas deberán presentar, al SENAE, la siguiente documentación:

- a) Copia certificada de la escritura en donde conste el estatuto vigente de la empresa, en cuyo objeto social debe constar esta actividad. En el evento de que se produzcan cambios en los estatutos, estos deberán ser comunicados al SENAE dentro de los 30 días posteriores a dicho cambio.
- b) Copia certificada del nombramiento del Representante Legal de la empresa, actualizado e inscrito en el Registro Mercantil. En el evento de que se produzcan cambios en la administración de las empresas, estos deberán ser comunicados al SENAE dentro de los 30 días posteriores a dicho cambio.
- c) Copia certificada de la declaración de impuesto a la renta del último ejercicio económico, con periodicidad anual, misma que deberá presentarse hasta el primer semestre de cada año.
- d) Listado anual completo con los nombres, números y copias de la cédula de identidad de los empleados que designa la empresa para actuar ante la Aduana, con copia de su respectiva afiliación al seguro social.
- e) Listado anual de los vehículos de transporte terrestre con que retirará las mercancías del recinto aduanero.

Art. 4. - Las Empresas Autorizadas deberán transmitir electrónicamente al Servicio Nacional de Aduana del Ecuador toda la información requerida, según los manuales y procedimientos establecidos por esta entidad.

Según el (Reglamento del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones , 2011) estipula lo siguiente:

Art. 233.- De la garantía aduanera.- Consiste en la obligación accesoria que se contrae a satisfacción de la autoridad aduanera, con el objeto de asegurar el pago de los tributos al comercio exterior eventualmente exigibles aplicados a la importación o exportación; el cumplimiento de las formalidades determinadas por la Administración Aduanera; y, las obligaciones contraídas para con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por los operadores del comercio exterior para el ejercicio de sus actividades.

b) Para Personas Jurídicas Autorizadas para Prestar Servicios de Mensajería Acelerada y para el Tráfico Postal Internacional.- Se deberá presentar una garantía general cuyo monto será el uno por ciento del promedio de los tres ejercicios fiscales anteriores de los tributos y demás recargos cancelados, sobre las declaraciones aduaneras en la que haya intervenido en su calidad de representantes de sus clientes.. En caso de que la persona jurídica autorizada haya ejercido sus funciones durante un periodo menor a tres años, la garantía será el uno por ciento de los tributos y demás recargos cancelados durante el año inmediato anterior. Si se tratasen de nuevas autorizaciones concedidas por la administración para el ejercicio de esta actividad, deberán presentar una garantía general aduanera cuyo monto será igual a treinta mil dólares de los Estados Unidos de América. En ningún caso se aceptará una garantía inferior a treinta mil dólares, ni superior a doscientos mil dólares. Las garantías tendrán vigencia de un año y deberán ser presentadas durante el mes de junio de cada año, ante el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. El no contar con la garantía vigente será impedimento para ejercer su actividad sin perjuicio de la sanción por falta reglamentaria por la presentación tardía.

3.2 Estudio de la Localización Geográfica

Para efectos de localización se determina en la (Superintendencia de Compañías, 1999) que;

- El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.
- Si las compañías tuvieren sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio

de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

- Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

Se debe considerar que la localización geográfica de una empresa puede llegar a ser determinante en muchas ocasiones para la supervivencia a largo plazo del negocio. La decisión sobre la misma es uno de los puntos claves para el desarrollo de la empresa. Algunos factores que determinan la importancia de la localización geográfica se basa en conocer el mercado objetivo ya que facilitará enormemente esta decisión y ayudará a tomarla de manera correcta.

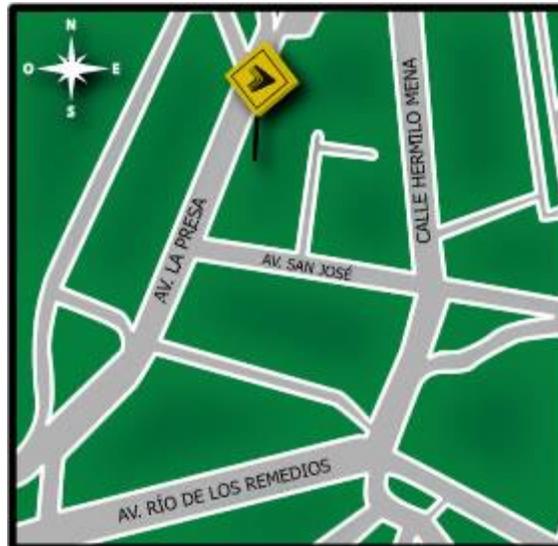
La localización geográfica de la empresa condicionará en gran medida los costos de aprovisionamiento que se debe soportar la cual será determinante en la función logística de la empresa ya que afectará directamente a los costos. Pero no solo eso, también repercutiría en el precio que se ofrecerá a los clientes, condicionando en parte la política de precios de la empresa.

De igual manera ante los Competidores, se debe observar el entorno en el cual la empresa se encontrará ya que las empresas que se dedican a satisfacer las mismas necesidades pueden entregar una mejor calidad del servicio prestado, precios más ventajosos, un servicio de venta y post venta más amplio, y mejores niveles de ingresos económicos.

Ante lo escrito anteriormente y mediante las encuestas realizadas a los Operadores de Comercio Exterior, personas naturales y personal de empresas, se llegó a la conclusión que la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A, estará ubicada en la Av. la Prensa Y Carlos V., el motivo por el cual la empresa estará ubicada en la dirección escogida por los clientes es porque actualmente se encuentra cerca de la aduana, y de igual manera beneficiaría a la empresa en el retiro de la mercadería.

Gráfico N. 3.1

Localización de la empresa geográfica CASTILLO GEXPRESS C.A



Fuente: (Mapa de Quito, 2013)

Elaborado por: Autora

Sin embargo se debe considerar que en el año 2013 el Aeropuerto Mariscal Sucre, que se encuentra ubicado en la Av. la Prensa se trasladará a Tababela este cambio generará gastos de combustible adicional para las camionetas que la empresa tendrá, y tiempo de traslado de la mercadería hasta la empresa.

Se debe tomar en cuenta que al realizar el análisis financiero junto con las propuestas que se llevarían a aplicarlas en un futuro, se crearán sucursales cerca del aeropuerto en Tababela, en el sur de la ciudad y centro, para eso se designará códigos a cada una de las sucursales, permitiendo que el retiro de la mercadería y su entrega sea la más rápida.

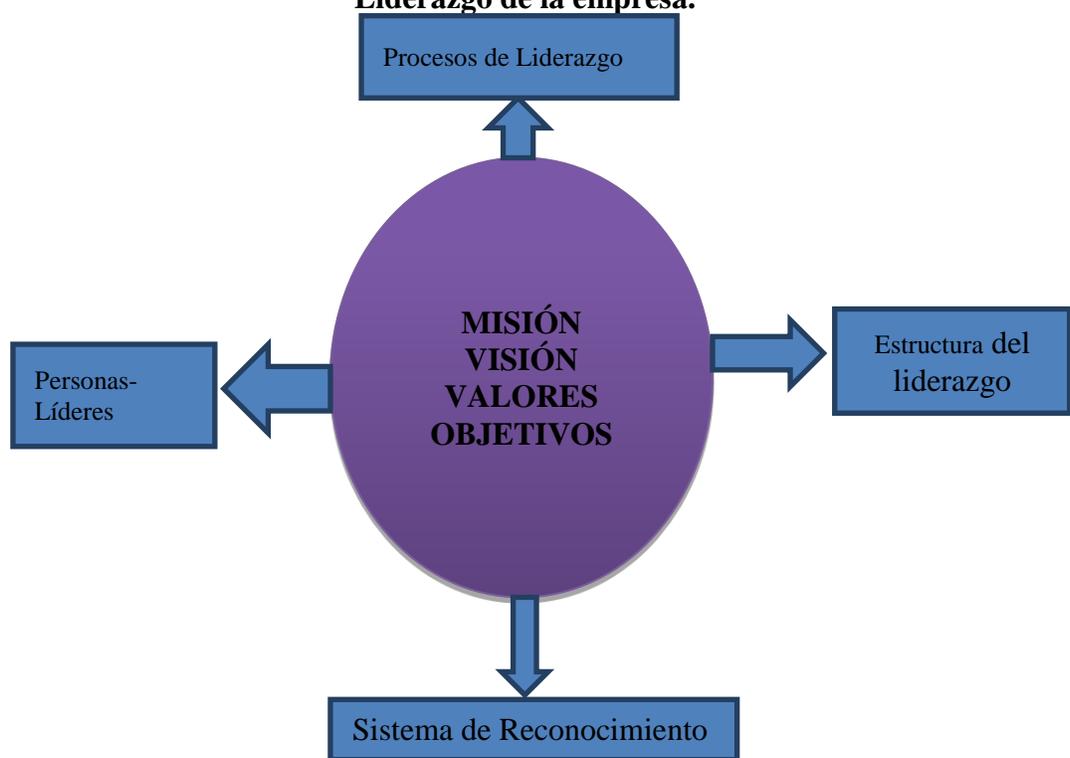
3.3 Actividades Principales

Las actividades de la empresa de Mensajería Rápida o Courier a ser creada será:

- Ofrecer servicios Integrales en Logística y Comercio Exterior.
- Transporte Internacional de Carga.
- Realizar y revisar trámites aduaneros.
- Almacenamiento de la carga o mercadería.

- Consultoría de cómo importar bajo el régimen de Mensajería Rápida o Courier.
- Soluciones en comercio exterior
- Seguridad en el manejo de todos los trámites
- Entrega inmediata
- Respuesta oportuna y en tiempo real a inquietudes
- Confidencialidad absoluta de información

Gráfico N.3.2
Liderazgo de la empresa.



Fuente: Resumen de lo que promoverá a la empresa
Elaborado por: Autora

3.3.1 Misión

Según (CHAMPY, 2010)

Se define a la misión como la razón de ser de la empresa, el motivo por el cual existe. Así mismo es la determinación de la/las funciones básicas que la empresa va a desempeñar en un entorno determinado para conseguir tal misión.

En la misión se define: la necesidad a satisfacer, los clientes a alcanzar, productos y servicios a ofertar.

Mediante esta definición, la misión de la empresa de Mensajería Rápida o Courier es: Ofrecer un servicio de mensajería rápida o Courier de alto nivel, con el fin de hacer más eficiente el desempeño de las actividades logísticas, mediante el uso correcto del recurso humano y de los materiales, para así contribuir con un ambiente de excelente trabajo.

3.3.2 Visión

Según (CHAMPY, 2010)

Se define a la visión a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos.

Mediante esta definición, la visión de la empresa de Mensajería Rápida o Courier es: Convertirse en el centro logístico y de comercio exterior más importante del Ecuador brindando a las personas un servicio con altos estándares de calidad, siendo el nexo del Ecuador y el mundo, para obtener un gran desarrollo empresarial y contribuir con el país.

3.3.3 Valores Corporativos

Según (BROWN & EISENHARDT, 2006)

Se define a los valores corporativos como uno de los principales elementos de la cultura empresarial, son propios de cada compañía y se eligen de acuerdo con las características de competitividad, el entorno, la relación con los clientes, la clase de producto o servicio que se otorga y el recurso humano.

Mediante esta definición, los valores corporativos de la empresa de Mensajería Rápida o Courier son:

- **Espíritu constructivo**

El cual hace referencia a la actitud positiva, al optimismo, a la creatividad y buena fe que deben prevalecer en la intención y en la acción de quienes conformarán la empresa.

- **Respeto a los demás**

Es un valor básico que inducirá a la cordialidad, armonía, aceptación e inclusión que deben ser signos distintivos de las relaciones interpersonales y entre las áreas dentro del ámbito laboral

- **Lealtad**

Hace referencia a la fidelidad, compromiso, identificación, orgullo, pertenencia, confidencialidad y defensa de intereses que en todo momento se demostrará.

- **Profesionalismo**

Se refiere a la responsabilidad, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo imprimirá a sus funciones y tareas, buscando sumarse a la misión de la empresa.

3.3.4 Objetivos

Objetivo General

- Brindar un servicio mejorado de Mensajería Rápida o Courier, mediante un plan estratégico de negocios, cumpliendo con las expectativas del cliente.

Objetivos Específicos

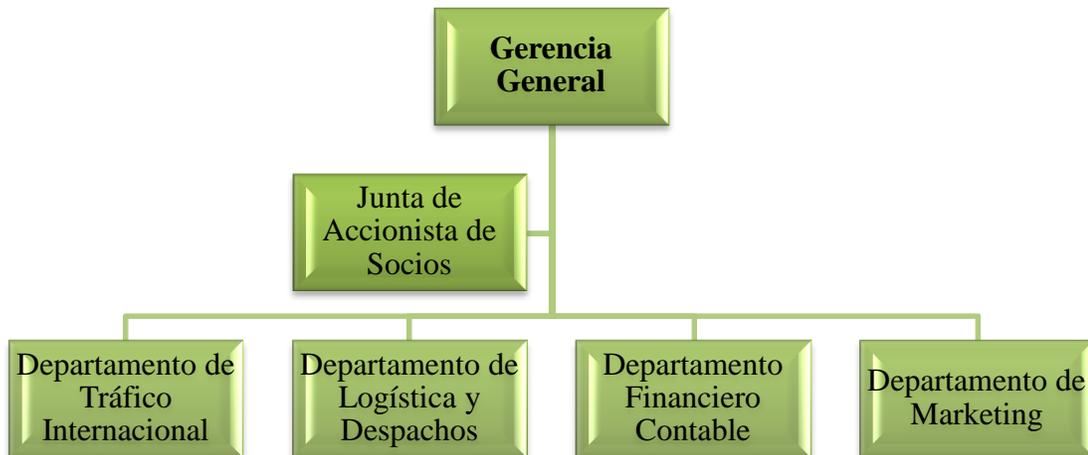
- **Diseñar el servicio de mensajería rápida o courier que se va a brindar al cliente.**
- Establecer nuevas estrategias, permitiendo que la empresa a ser constituida demuestre eficiencia y eficacia.

3.5 Estructura Organizacional de la empresa

Según (Gilli, 2011)

Se define a la estructura organizacional de una empresa, a la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización; mediante un sistema de roles que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo, de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico y plan de empresa.

Cuadro No. 3.1
Organigrama de la empresa CASTILLO GEXPRESS CÍA. A.



Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Gerencia General

Según la (Superintendencia de Compañías, 1999), las principales funciones que debe cumplir el Gerente General son:

1. Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta Directiva.
2. Presentar a la Junta Directiva los planes que se requieran para desarrollar los programas de la Entidad en cumplimiento de las políticas adoptadas.

3. Someter a la aprobación de la Junta Directiva, el proyecto de presupuesto de ingresos y gastos de cada vigencia fiscal, así como los estados financieros periódicos de la Entidad, en las fechas señaladas en los reglamentos.
4. Velar por la correcta recaudación e inversión de los recursos de la Entidad y de los Afiliados.

Las demás funciones del Gerente General que deberá cumplir en la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A. se observan en el (*Anexo 3.17*).

Junta de Accionistas de Socios

Las responsabilidades de las personas que forman parte de la Junta de Accionistas de Socios son:

El miembro de Junta Directiva nunca debe perder de vista que es un representante de los accionistas o dueños que lo han nombrado para que represente sus intereses, y en ese papel participe, interactuando con los otros miembros de la Junta, en los procesos de:

1. Nombrar al gerente que ha de llevar la representación legal de la empresa, que tiene la capacidad de comprometerla y por lo tanto arriesgar su capital financiero (la inversión de los dueños y el tomado en préstamo) y su imagen.
2. Establecer límite a la capacidad del gerente para comprometer a la Empresa con obligaciones financieras y de hacer y para disponer de sus activos.
3. Orientar al gerente en el diseño de estrategias y actividades que contribuyan a que la empresa logre los objetivos que los dueños que lo han nombrado quieren cumplir con ella.

La responsabilidad del miembro de junta directiva y la influencia de sus decisiones sobre el desarrollo presente y futuro de la empresa, es pues muy grande, mucho más de lo que generalmente los miembros reconocen.

El miembro de Junta Directiva, por ningún motivo debe participar realizando gestión directa en la empresa.

Departamento de Tráfico Internacional

Las funciones de este departamento según lo que se requiere dentro del ámbito de trabajo de la empresa a ser creada son:

1. Recepción del pedido que ha sido solicitado
2. Envío de la solicitud de la compra por parte de la empresa
3. Envío de la información de la mercadería a Miami
4. Generación de los número de Warehouse
5. Recepción de documentos los cuales permitirán que la mercadería ingrese y salga del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador
6. Transmisión de datos electrónicos al SENA E
7. Recepción del manifiesto de carga

Departamento de Logística y Despachos

Las funciones principales de este departamento son:

- Controlar la mercadería que se retira de la aduana y que llegue hacia la bodega de la empresa.
- Entregar la mercadería al cliente, a través del detalle de la factura, por medio de ventanilla, para personas naturales.
- Entregar la mercadería al cliente, detallado en la factura, por medio del traslado de la mercadería hacia el lugar donde el cliente lo requiera, para organizaciones.
- La comunicación con cada uno de los camiones y de las personas que entregan la mercadería es a través de un walkie talkies.

Departamento Financiero Contable

Según (Marín, 2011)

El departamento Financiero se encargará de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y

seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que coadyuve a la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables.

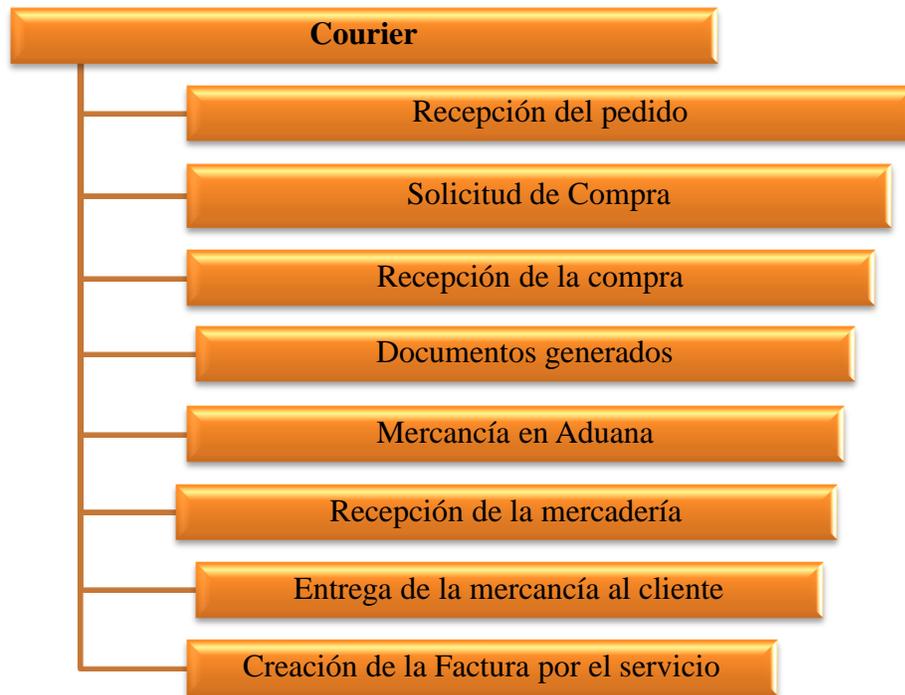
Departamento de Marketing

Las funciones de este departamento según (Gilli, 2011) son:

1. Analizar el mercado, objeto de estudio, Cabe señalar que esta función se realiza permanentemente y no siempre a través de una compleja , sino también, por ejemplo, al observar a los consumidores, conversar con los clientes, realizar pequeñas encuestas, etc.
2. Análisis de la competencia, La segunda función del departamento de marketing consistirá en analizar la competencia, lo cual implica conocer bien a los competidores, estar atentos a sus movimientos, y tratar de prever sus estrategias.
3. Diseñar las estrategias de promoción, publicidad, entro otros.
4. Control y evaluación del cumplimiento.

De igual manera se pueden ver otras características de la empresa, como el área delimitada para la bodega, la parte interna de la empresa, los camiones hacer utilizados, entre otros.

Cuadro N. 3.2 Diseño del Servicio de Courier



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

3.6 La elección y fijación de los canales de distribución.

Según (González Domínguez, 2002)

Define a los canales de distribución lo define como el circuito a través del cual los empresarios ponen a disposición de los consumidores para que los adquieran. La separación geográfica entre compradores intermediadores y vendedores junto con la imposibilidad de situar la empresa frente al consumidor hace necesaria la distribución de servicios desde su lugar de almacenamiento en este caso Miami hasta su lugar de utilización Quito.

En este caso la empresa manejará un canal directo.

Mediante la definición de (González Domínguez, 2002)

Canal directo es el productor o fabricante que vende el servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante, pero no es tan corriente en productos de consumo. Un ejemplo sería la compra de mercadería a través de páginas Webs, para la importación de mercadería a través del Régimen de Mensajería Rápida o Courier.

Ejemplo

Empresa *CASTILLO GEXPRESS C.A.* ----> Consumidor Final/ Cliente.

3.7. La Política de precios

Según (González, 2009)

Las compañías establecen políticas específicas de precios para alcanzar sus objetivos, por lo general originan precios administrados, es decir, los que se establecen conscientemente. En otras palabras, en lugar de dejar que las fuerzas del mercado (demanda y oferta) los determinen, las compañías fijan sus precios. Pueden mantenerlos estables durante largo tiempo o modificarlos con frecuencia si de esa manera cumplen sus metas (corto y largo plazo).

Como por ejemplo las metas a corto plazo determinarán dentro de las líneas generales de la política básica del negocio la existencia de prácticas de formación de precios a corto plazo.

Muchos empresarios, dedicados a la importación de carga por Courier, manejan a los Pick ups o Deliverys, como un canal largo, ya que en estos puntos se manejan tiempos y más costos, pero al momento de realizar una negociación con los transportes al ser utilizados para realizar el pick up, se manejan puntos con ellos como los principales que son:

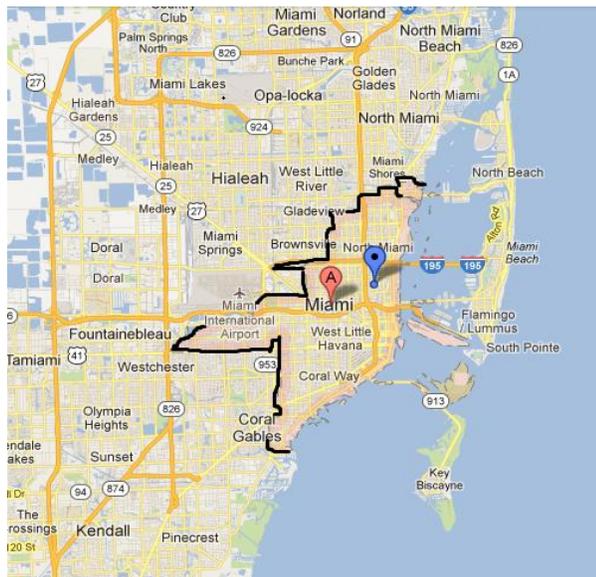
- Tiempo
- Costo

La empresa **CASTILLO GEXPRESS CÍA A.** al momento de realizar la negociación primero determinará el tipo de transportista que manejará la carga, ya que hay que ir estudiando y analizando como manejan ellos el traslado de una carga, en este caso, desde ciudades de Estados Unidos hacia las oficinas de Miami, aliadas bajo ciertas negociaciones con **CASTILLO GEXPRESS**, el cual de determina que:

- Se considera aumentar el 8% de utilidad para la empresa **CASTILLO GEXPRESS C.A**, cuando la mercadería se encuentre dentro de los perímetros establecidos o fuera de la ciudad de Miami.

(HELTH GROUP, 2012) la empresa que se consolida con la **CASTILLO GEXPRESS C.A.** tiene sus propios camiones, los cuales se han marcado territorios con tarifas accesibles y con el tiempo de un día para que la mercadería se encuentre en las bodegas de la empresa Helth Group Inc.

Gráfico N. 3.3
Mapa de la ciudad de Miami



Fuente: (Miami, 2013)

Elaborado por: Autora

A través de la tabla N. 15, se observarán las tarifas que se colocan por el traslado de la mercadería.

Tabla N. 3.1

CAMION DE HELTH GROUP

<i>Primer Perímetro</i>	<i>Segundo Perímetro</i>	<i>Tercer perímetro</i>
\$35.00	\$45.00	\$55.00
Hasta 375 Kilos, a partir de este peso se cobrarán \$4.50 adicionales	Hasta 375 Kilos, a partir de este peso se cobrarán \$4.50 adicionales	Hasta 375 Kilos, a partir de este peso se cobrarán \$4.50 adicionales

Fuente: www.helthgroup.com.ec

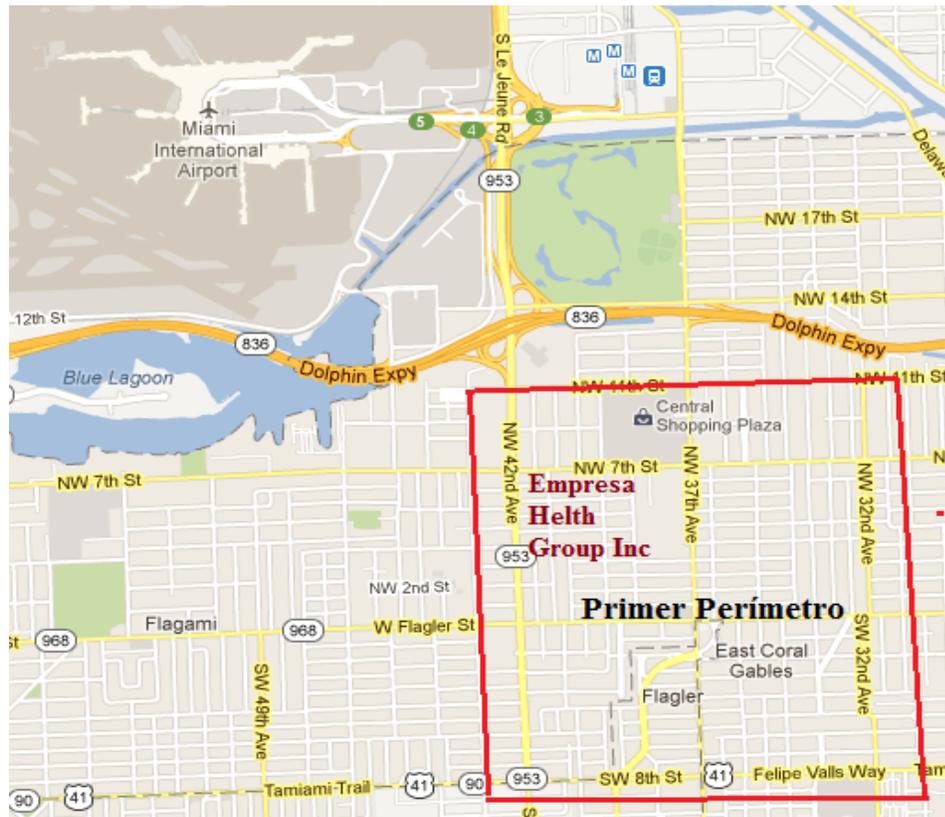
Elaborado Por: Autora

El tiempo que se utilizará por retirar la carga desde el lugar donde requiera el cliente hasta el lugar donde se consolidarán las cargas serán de 1 día tránsito, la cual esto minimizarán costo, ya que hay empresas con costos sumamente altos por realizar pick ups.

Se determina que, primer perímetro en la ciudad de Miami es desde la empresa Helth Group Inc., ubicada en la 953 Nw. 42 and Ave. Miami, Fl. 33166 hasta la 953 Nw. 32nd Ave Miami, Fl. 33166.

Gráfico N. 3.4

Mapa de la ciudad de Miami Primer Perímetro



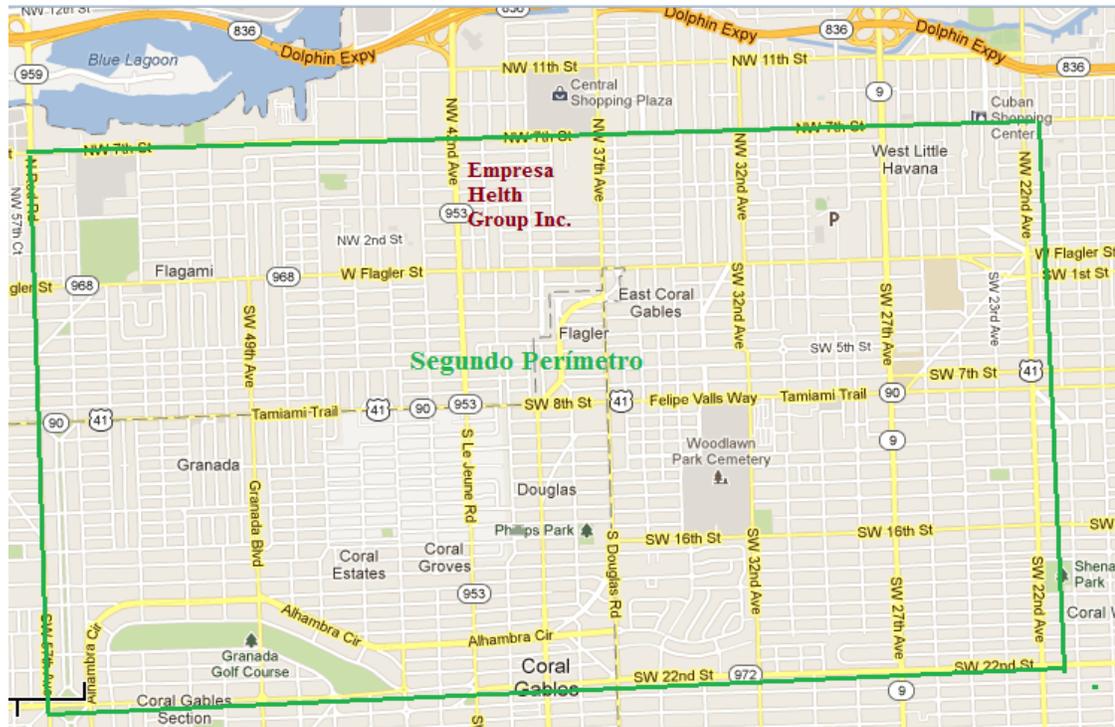
Fuente: (Miami, 2013)

Elaborado por: Autora

Se determina que, segundo perímetro en la ciudad de Miami es desde la empresa Helth Group Inc., ubicada en la 953 Nw. 42 and Ave. Miami, Fl. 33166, Nw. 7h st., hasta la 972 Nw. 22nd Ave Miami, Fl. 33166.

Gráfico N. 3.5

Mapa de la ciudad de Miami Segundo Perímetro



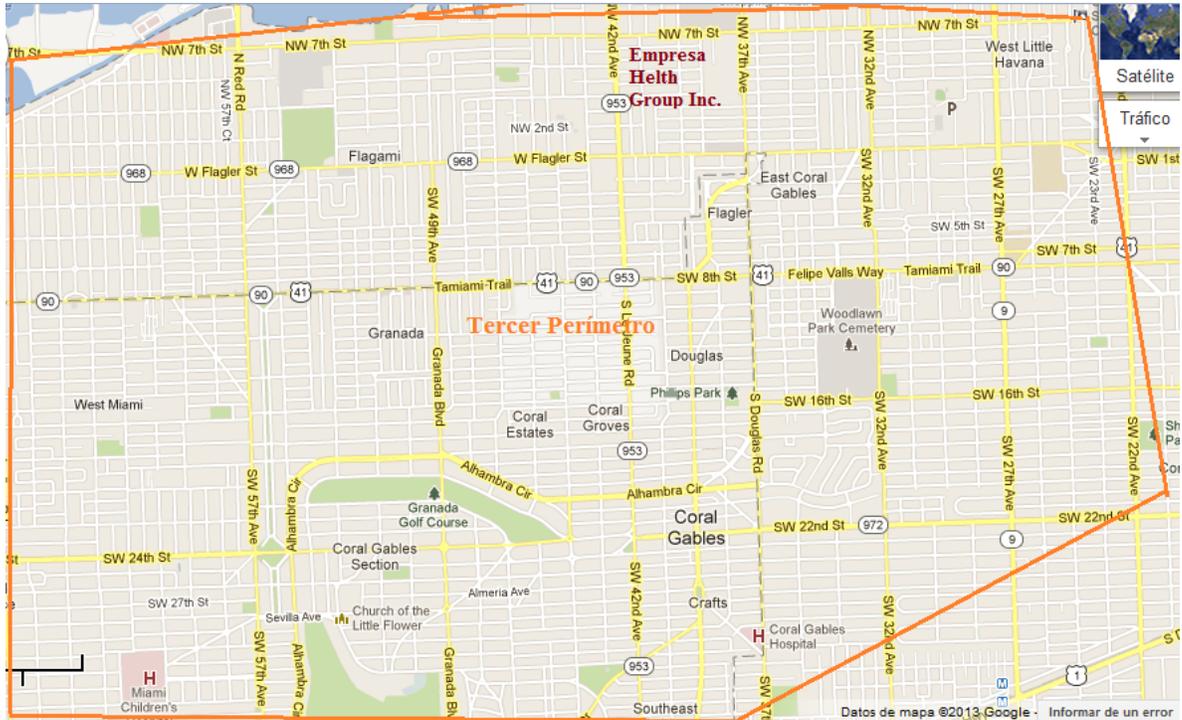
Fuente: (Miami, 2013)

Elaborado por: Autora

Se determina que, tercer perímetro en la ciudad de Miami es desde la empresa Helth Group Inc., ubicada en la 953 Nw. 42 and Ave. Miami, Fl. 33166, a su izquierda está la dirección 968 Sw. 67th Ave., Sotheast Gables 953 Sw. 37th Ave, en su derecha 968 Sw 17th Ave, hasta Cuban Shopping Center Nw. 7th St.

Gráfico N. 3.6

Mapa de la ciudad de Miami Tercer Perímetro



Fuente: (Miami, 2013)

Elaborado por: Autora

Sí las mercancías se encuentran fuera de la ciudad, se utilizará el transportista UPS, empresa que tiene buenas referencias a nivel mundial, y es uno de los transportistas más utilizados, por la manera de negociación y por el sello de calidad y responsabilidad que poseen.

UPS, maneja carga hasta 50 kilos, equivalente a 127 libras, y maneja negociación bajo las prioridades de carga como:

- **UPS NEXT DAY.-** Se trata de *Prioridades 1* de carga, la cual de un día para el otro la carga estaría en **HEALTH GROUP**. Para la determinación de costos se toma en cuenta el costo del 3er perímetro que se observa en el gráfico N. 14, y su

costo es de \$55.00 más el 7.5% adicional del costo que se encuentre con el camión de **HEALTH GROUP**, en este caso, y más el 8% de la utilidad aplicable para la empresa **CASTILLO GEXPRESS CIA. LTDA.**

Ejemplo

Si el cliente necesita que la empresa a ser constituida retire carga como **prioridad 1**, que, pesa 57 libras (22.44 kilos), fuera de nuestros perímetros, el costo sería el siguiente:

$$\$55.00 * 7.5\% = \$4.13 + \$55.00 = \$59.13.$$

$$\$59.13 * 8\% = \$4.73 + 56.98 = \$63.86.$$

- **UPS SECOND DAY.-** En esta opción se eliminan las prioridades, básicamente se basa en el traslado de la carga en dos días, porque existen clientes que en muchas ocasiones piden esperar un poco más, máximo hasta un día para consolidar más carga, de igual manera la mercadería se encontraría al 2 día en **HEALTH GROUP**. Para la determinación de costos se toma en cuenta el costo del 2do perímetro que es de \$45.00 más el 7.5% adicional del costo que se encuentre con el camión de **HEALTH GROUP**, en este caso, y más el 8% de la utilidad aplicable para la empresa **CASTILLO GEXPRESS CIA. LTDA.**

Ejemplo

Si el cliente necesita que la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A, retire carga con UPS Second Day, que, pesa 57 libra (22.44 kilos), fuera de nuestros perímetros, el costo sería el siguiente:

$$\$45.00 * 7.5\% = \$3.38 + \$45.00 = \$48.38.$$

$$\$48.38 * 8\% = \$3.87 + 48.38 = \$52.25.$$

- **UPS GROUND.-** La mayoría de empresas dedicadas a realizar Courier, no necesitan de este servicio porque es para carga que sobrepasan los 50 kilos, lo cual vendría hacer una importación a consumo y ya no se aplicaría el régimen de Mensajería Rápida o Courier
- **UPS.-** Es el que normalmente se utiliza para las personas que aceptan la determinación del precio y de los días de tránsito. El costo para determinar este pick up, se lo realiza dependiendo del precio que nos envíe **HELTH GROUP**, aumentando el 8% de utilidad para la empresa **CASTILLO GEXPRESS CIA. LTDA.**

Ejemplo

Si el cliente necesita que la empresa CASTILLO GERXPRESS C.A, retire carga que pesa 57 libras (22.44 kilos), fuera de nuestros perímetros, el costo final para el cliente sería:

$$\$40.00 * 8\% = \$3.20 + 40.00 = \$43.20.$$

Fundamentos de la Política de Precios

Según (González Dominguez, 2002)

La administración de precios forma parte importante para tomar la decisión de la misma, ya que el precio presenta muchas dimensiones y a los gerentes de marketing se le presentan varias alternativas, estos deberán controlarlos en forma rigurosa porque, a la postre, los clientes deben estar dispuestos a pagarlos para que la mezcla de marketing (las cuatro P's) tenga éxito.

Según el mercado a competir este se basará continuamente en la elevación de precios la cual constituye una decisión desagradable para cualquier empresa, pero es una alternativa que debe ser aceptada, pero es la misma la cual debe tener justificación por el cual lo precios suben o se reducen que comúnmente no sucede.

El aumento de los precios de los servicios a ofrecer, el recurso humano, de la energía y de cuantos factores que intervienen en el proceso los mismos, conduce necesariamente, a un incremento de sus precios finales si no se quiere ver disminuidos peligrosamente los márgenes comerciales.

Al realizar una investigación correspondiente al precio que utilizan las cuatro mejores empresas, por fuente confidencial se determinó que el precio varía entre los \$6.50 y \$7.50, para lo cual la empresa CASTILLO GEXPRESS, realizó un análisis y determinó lo siguiente:

La tarifa que se toma en consideración para personas naturales es de \$6.50, ya que se ha visto que muchas personas naturales necesitan importar mercadería pero que el precio por el servicio sea accesible a cada uno de ellos.

Tabla N.3.2
Tarifas para el servicio de importación de Courier

DESTINO	TARIFA
DE MIAMI A ECUADOR	Desde \$6.5 en adelante

PESO	TARIFA
1-1.75 libras	\$ 6.50 por libra
1.75-2.5 libras	\$ 5.50 por libra
2.5-4.0lbs	\$ 4.50 por libra
4.0-18.0 libras	\$ 3.50 por libra

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La tarifa que se aplicará para organizaciones es de \$7.50, porque a través de un asesoramiento y convenio que existirá entre las empresas que brindaremos el servicio y CASTILLO GEXPRESS C.A., se determinó que este precio es sumamente accesible para personal de las empresas, ya que es muy competitivo en el mercado.

3.8 Mix de Comunicación

Según (Socialitic, 2013)

Se define al mix de comunicación como la técnica de comercial que intenta fomentar el consumo de un servicio a través de los medios de comunicación. En términos generales puede agruparse según el tipo de soportes que utilice para llegar a su público objetivo.

La publicidad llega al público a través de los medios de comunicación. Dichos medios de comunicación emiten los anuncios a cambio de una contraprestación previamente fijada para adquirir espacios en un contrato de servicio por la agencia de publicidad y el medio, emitiendo el anuncio en la cadena durante un horario previamente fijado por la agencia; este contrato es denominado contrato de emisión o de difusión.

"La publicidad es el arte de convencer consumidores" (González Domínguez, 2002). Es ciencia y es arte, siendo su principal misión el vender, pero no sólo eso, ya que la buena publicidad debe ser capaz de "vender hoy y contribuir a construir una marca para mañana" (Gilli, 2011).

Tomando en cuenta la definición del mix de comunicación, la empresa hacer constituida deberá plantear varias técnicas o estrategias para que la comunicación entre el cliente y la empresa sea el adecuado y correcto.

La empresa CASTILLO GEXPRESS C.A, toma a consideración que los mejores caminos para iniciar con el proceso correcto de Courier son:

1. Hacer trípticos, y entregarlos en las organizaciones, la cual tendrán un manejo diferente al que se entregarán a las personas naturales ya que las personas que trabajan en organizaciones importan mercadería que sobrepasan los límites de courier y el manejo para la importación de esta mercadería es diferente al que realizaría una persona natural.
2. Hojas ambulantes para personal naturales, sobre todo a personas entre 20 y 35 años, porque a través de la encuesta que se realizó se determinó que son las que mayormente importan mercadería de Miami. (*Ver Anexo 3.18*)

3. En la actualidad está de moda formar parte de redes sociales, la cual la empresa CASTILLO GEXPRESS, tendrá una página en red social de Facebook y twitter, ya que son las redes sociales más conocidas alrededor del mundo. (*Ver Anexo 3.19*)
4. Realizar promociones a empresas como por ejemplo:
 - a. La persona que importe mercadería en fechas importantes, a través de la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A la cantidad de 16 kilos al mes, obtendrá el 25% de descuento al momento de pagar el servicio durante las dos siguientes importaciones.
Esto quiere decir que no se cancelarán el \$7.50, durante las dos siguientes compras que realice sino \$5.63.
 - b. La persona que importe mercadería en fechas importantes a través de la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A la cantidad de \$600.00 dólares al mes, obtendrá el 25% de descuento al momento de pagar el servicio durante las dos siguientes importaciones.
Esto quiere decir que no se cancelarán el \$7.50, durante las dos siguientes compras que realice sino \$5.63.
(*Ver Anexo 3.20*)

3.8.1 Forma de Pago

De igual manera la forma de pago que se realice tanto para organizaciones como para personas naturales es al contado, porque por ser una empresa nueva se necesita iniciar y fijarse dentro del sector de servicios durante 4 años, y de esta manera ir observando la garantía que tiene la empresa a futuro mediante sus ganancias y que de esta manera se pueda ofrecer a partir del límite establecido créditos o pagos especiales hacia los clientes.

CAPITULO VI

LOGISTICA Y DISTRIBUCIÓN

4.1 Logística de importación de mercancías a través de Courier.

La logística ha permitido que la demanda del mercado genere a las empresas de Courier la facilidad de concluir exitosamente una importación o transacción, además de poseer medios propios para otorgar un valor superior al que la empresa podría realizar, se encuentre exclusivamente especializado en ofrecer a los clientes una mejor importación de mercadería a través de Courier.

Es por ello que, con el afán de las empresas por economizar muchas veces no obtiene los resultados esperados, como se pudieron observar en la encuestas realizadas, los cliente requieren de un costo justo y tiempo exacto. En esta instancia, es mejor asignar el cargo a una empresa con logística integral con la mejor de las opciones de Courier, el socio estratégico que tiene la experiencia y la especialización suficiente para poder cubrir el servicio que se lo demande, aumento de potencial de la empresa y la imagen ante el cliente.

El entorno en el que actualmente compiten las empresas de todo tipo manifiesta algo que es constante, en este caso lo constante es el cambio que experimentan las empresas a nivel mundial. El cambio se presenta como un reto para todas aquellas empresas de Courier que pretenden interactuar de manera exitosa. Sin embargo tienen que adaptar sus estructuras para conseguir sus propósitos.

El punto de partida para enfrentar el cambio es el análisis profesional, responsable de lo que pasa en torno a la empresa. No podría considerarse que la empresa pudiera interactuar exitosamente si la dirección no realiza un análisis de la realidad externa en que interactúa la empresa, y la realidad interna de la empresa. Tanto el entorno como la organización de las empresas están en constante movimiento y son pocas las empresas que sobreviven a la prueba del tiempo. Hoy en día es indispensable pensar que una empresa pueda sobrevivir sin presenciar lo que ocurre a su alrededor. La tecnología avanza tan rápido como el pensamiento mismo, y la empresa de hoy está obligada a

adoptar las innovaciones que se presentan si quiere ser competitiva a nivel global. Así tenemos que las unidades económicas que marcan la pauta en liderazgo modernizan sus estructuras permanentemente; sus áreas funcionales cada vez son más flexibles para dar una respuesta inmediata a las exigencias del mercado, teniendo siempre presente la satisfacción del cliente y su fidelidad. La logística viene a jugar un papel trascendental en el propósito de crear una nueva empresa dedicada satisfacer totalmente las necesidades del cliente a través de la importación de mercadería por medio de Courier. "El concepto con el cual se dio la aceptación a la logística en Courier fue el manejo de todas las actividades que faciliten el movimiento de mercaderías y coordinación de la oferta y la demanda en la optimización de la utilidad en el tiempo y los costos, para ofrecer el servicio adecuado en el lugar preciso con la cantidad requerida en el tiempo justo y a un costo adecuado. La logística, como una herramienta de estrategia competitiva es aplicada por algunas empresas de manera opcional, obligadas por la gran competencia mundial de dicho sector. Se podría afirmar que el sector de servicios, conjuntamente con empresas de mensajería, son las que aplican en sus procesos de producción, almacenamiento, distribución y entrega la práctica de la logística. Organización, planeación, ejecución, verificación, seguimiento y control de un sistema integrado por aprovisionamiento, producción y distribución de los materiales que permita una planificación de los requerimientos del material indicando QUE, CUANTO material necesitamos y CUANDO lo necesitamos, así como el contar con los recursos financieros, de máquinas y personal QUE requerimos y CUANDO lo requerimos. Para que estos nos permita un tiempo mínimo de respuesta hacia los clientes, es decir: "Lo Que el cliente quiere, Cuando él lo quiere y Donde él lo quiere."

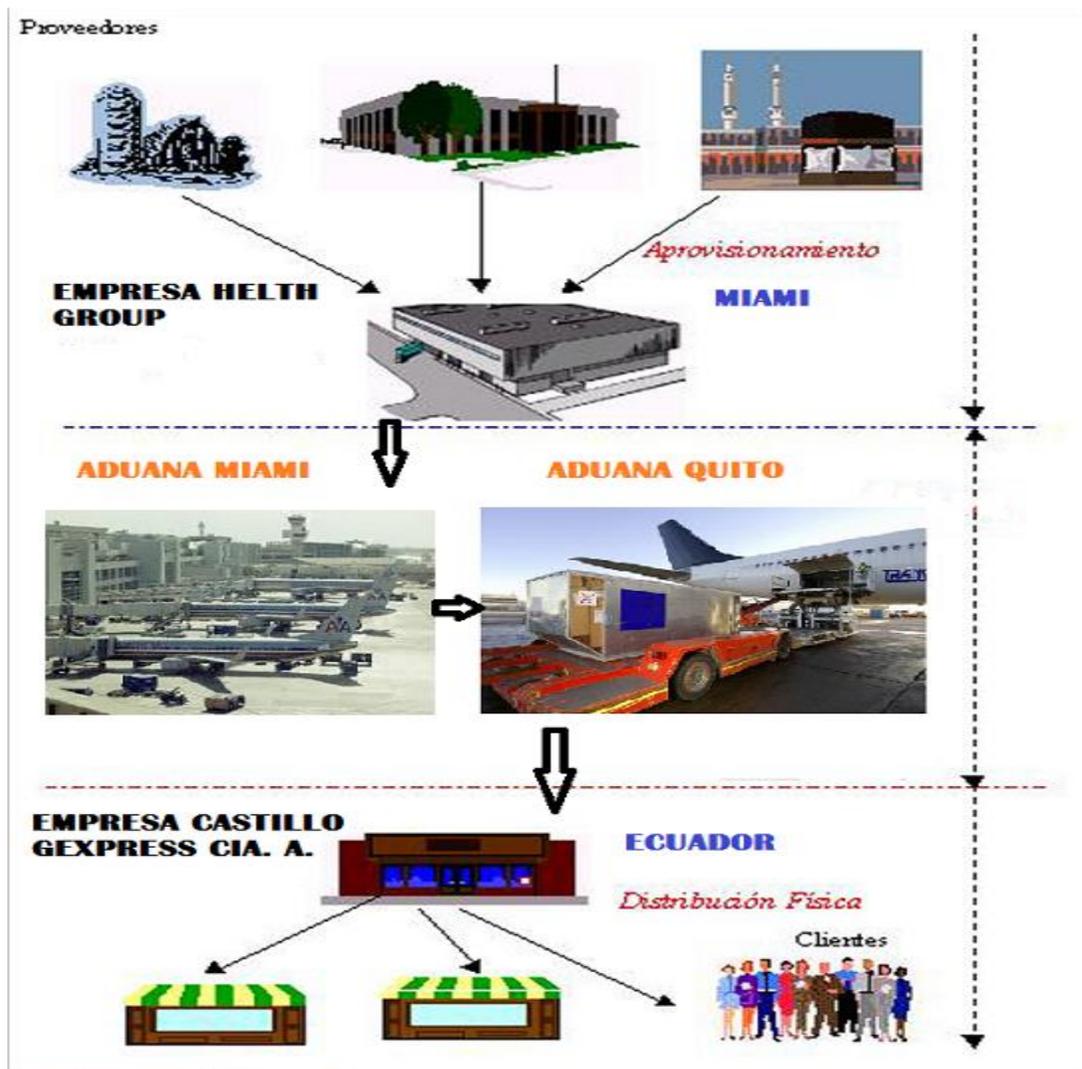
Una vez que tenemos en claro la conceptualización del problema logístico identificamos dos elementos importantes de la logística en el régimen de Mensajería Rápida o Courier las cuales son:

1. Red Logística
2. Coste Total

Red Logística de la empresa de Courier (CASTILLO GEXPRESS CIA.A.)

El sistema logístico puede ser visto como una red integrada por nodos o puntos específicos interceptados entre sí, en donde estos nodos representan áreas físicas dentro de la empresa como almacenes, plantas, puntos de venta y transportes a través de los cuales se genera el flujo para dar el servicio. Junto a esta red interna podemos asociar los nodos externos correspondientes a los clientes como puntos de entrega, cerrando de esta forma un ciclo en la red logística de la empresa a constituir.

Gráfico 4.1 Proceso gráfico de importación de mercadería



Es importante distinguir que a esta red de flujo de servicios se integra paralelamente otra red de información que está basada en pick ups e In/Out, a los clientes, niveles de inventario, plazos de entrega, costos, contabilización, estadísticas, en donde cada uno de estos representan los nodos de la red de información, los cuales se encuentran respaldados por documentos en papel o procesamiento de información contenida en ordenadores o servidores de gran capacidad mostrando información como documentos de importación, factura comercial, etc. La circulación sobre la red logística de información se generará mediante correo electrónico Microsoft Outlook, teléfono y EDI (Intercambio Electrónico de Datos). Ambas redes que se han mencionado son interdependientes y de estas depende el eficiente funcionamiento del sistema logístico, por lo cual se requiere una amplia coordinación entre las redes.

Cuadro 4.1 Proceso de importación de mercadería

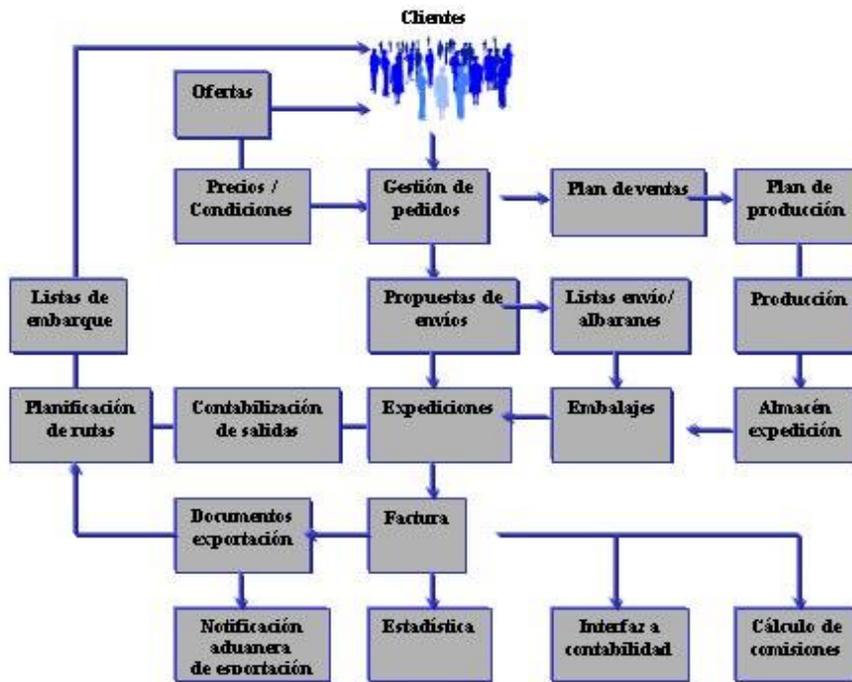


Fig. 2 Nodos Involucrados en las Redes Logísticas.

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Coste Total de la empresa de Courier (CASTILLO GEXPRESS CIA. A.)

Como se mencionó anteriormente el costo total es un aspecto de suma importancia en la integración del sistema logístico. La importancia de esta integración e interdependencia entre el coste total y la logística radica en la minimización de dicho coste como un concepto global y no particularizando los costes por cada actividad individual dentro de las gestiones de la empresa.

Debido a la interdependencia que existe entre las diversas actividades de la empresa es necesario englobar a los costos como costes totales, ya que si se plantea la minimización de los costes por cada actividad es posible que se incurra en una incrementación simultánea de otras diversas actividades, de manera que como resultado neto se tendría un incremento del coste total. De esta forma si se asumen pequeños costos adicionales de algunas actividades, se podría estar reduciendo los costos de otras actividades y globalmente el costo total.

Dentro del costo total podemos encontrar algunos factores que comúnmente son interdependientes como son:

- Costos de distribución y transporte
- Costos de Calidad
- Nodos de almacenamiento

MÓDULOS DE OPERACIONES

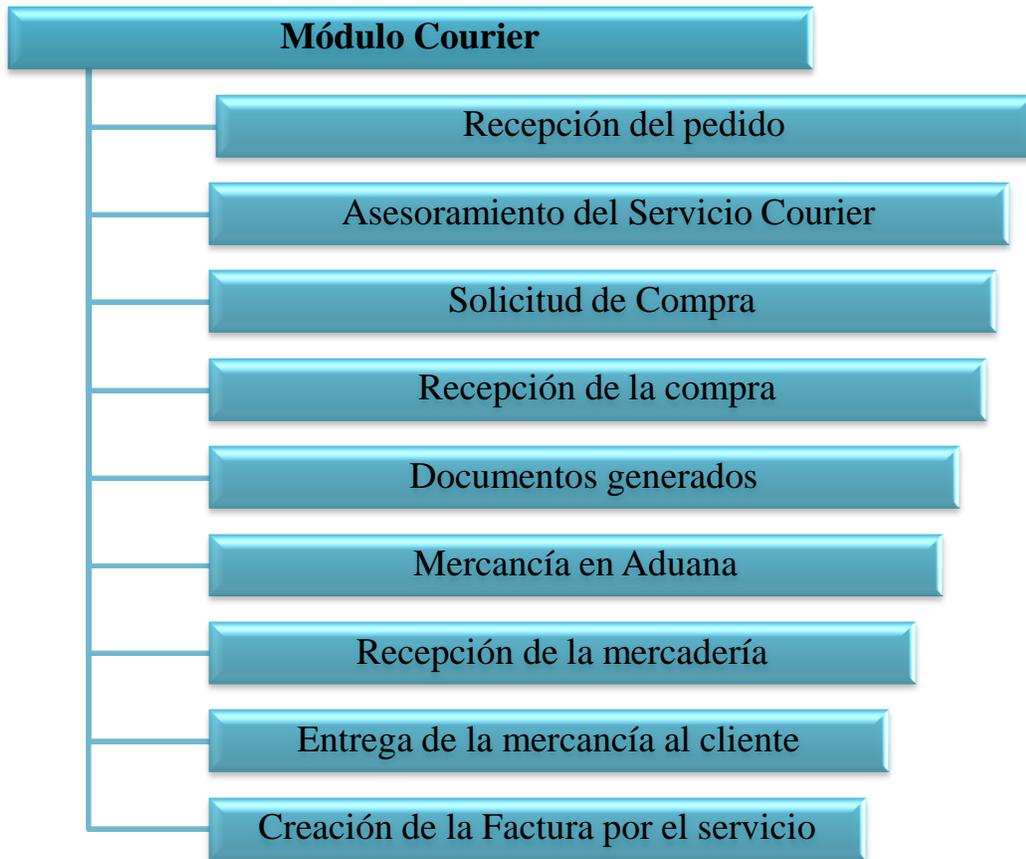
Al momento de hablar de un módulo de operación, trata sobre el proceso logístico que se necesita para que la mercadería salga de las oficinas en Miami y llegue a las oficinas de Quito y esta a su vez sea distribuida a sus clientes.

Módulo de Courier

Este módulo permitirá importar mercadería a través del régimen de Courier basados en las categorizaciones que permite el (Codigo Organico de Produccion Comerico e Inversiones).

Se observara los puntos prinicipaleds para el proceso de importacion de mercaderia desde la ciudad de Miami hasta la ciudad de Quito.

Cuadro 4.2 Puntos Sobresalientes para la importación bajo Courier



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

4.2 ASESORAMIENTO DEL SERVICIO COURIER

Según (García, 2010)

El asesoramiento es la acción y efecto de asesorar o asesorarse. Este verbo hace referencia a dar o recibir consejo o dictamen. En este sentido, puede decirse que un consultor es un especialista en determinado tema que ofrece consejos y asistencia sobre su área de experiencia.

Dentro del servicio de Courier que la empresa a ser constituida ofrecerá, se encuentra el asesoramiento hacia las personas que importaran mercadería con la empresa CASTILLO GEXPRES C.A, el punto clave de la empresa será evitar inconvenientes y problemas, ya que estos dos puntos son los que perjudican en cierto porcentaje a las empresas que actualmente laboran o se dedican a importar mercadería bajo régimen de Courier, y son los mismos los que la empresa a ser constituida eliminara para mantener un alto rendimiento.

Al tomar en cuenta las estrategias de la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A, se considerara importante las técnicas que se utilizaran para publicidad y propaganda como los trípticos y las hojas ambulantes que se les entregará a personas naturales y a personal que labore en las instituciones públicas, de igual manera a través de las redes sociales se facilitará el responder a preguntas que el cliente necesite para importar mercadería. (*Ver Anexo 3.18*)

Para las organizaciones se realizará ciertas citas para informar al personal acerca de la facilidad de importar bajo Courier, señalando primero que es Courier y cómo se maneja su concepto determinado en el Código de Producción Comercio e Inversiones su Reglamento.

Puntos clave para una importación exitosa de Courier

- Importar Courier bajo las cantidades establecidas por el Servicio Nacional de Adunas del Ecuador. (*Ver Anexo 4.1*)
- No se podrán realizar envíos de paquetes o bultos mediante Correos Rápidos o Courier, que contengan dinero en efectivo o mercancías que estén prohibidas por la legislación ecuatoriana. (Resolución N. 182, 2012)

- Todos los envíos realizados que constituyan muestras sin valor comercial, deberán venir claramente identificados como tales en la guía aérea o guía courier, factura y producto, que su valor en aduana no supere los cuatrocientos dólares, o las tres unidades por ítem o por presentación comercial.
- Para las categorías C, D, E y F; es imprescindible la presentación de la Factura Comercial. En caso de no tenerla, será necesaria una Declaración de Valor Simplificada suscrita por el remitente
- Para las categorías C y D, en el caso de que las mercancías excedan las limitaciones de peso y valor, éstas deberán pagar todos los tributos y cumplir con todas las formalidades correspondientes a una importación común, es decir presentar la Declaración Aduanera Única y contratar los servicios de una Operado Económico Autorizado.
- Los envíos prioritarios y no prioritarios, las cartas, las tarjetas postales, los impresos y los pequeños paquetes de hasta 2 kilogramos. Los cecogramas de hasta 7 kilogramos.
- Las sacas especiales que contienen diarios, publicaciones periódicas, libros, documentos impresos similares, consignados a la dirección de mismo destinatario y con el mismo destino, denominadas «sacas M, Hasta 30 kilogramos.
- Productos alimenticios así como suplementos vitamínicos que superen el 4x4 requerirán para su nacionalización, la presentación de Registro sanitario siempre y cuando no estén clasificadas en la Categoría E.
- El límite de peso en Categoría C para Correos del Ecuador es de 30 Kilos.
- Se permite el envío por Courier de ropa y calzado usado siempre que no exceda de 4 kilos (8.8 libras) y cuatrocientos dólares americanos, (US\$ 400,00,) lo que comúnmente se conoce como “Envío 4x4”.
- Prendas de vestir usadas que superen el 4x4 no podrán ser nacionalizadas y serán donadas a la Secretaría del Estado a cargo de la política Social.
- Las prendas de vestir que vengan con carácter comercial deberán cumplir con la norma INEN y el respectivo etiquetado.

- Las devoluciones al exterior con fines de reparación, desperfectos o ejecución de garantía de productos importados a través de Correos del Ecuador, deberán efectuarlas dentro de los plazos previstos en la garantía indicados por el fabricante y siguiendo el procedimiento establecido para el efecto, caso contrario no estarán exentos del pago de impuestos a su regreso al país.
- Paquetes que provienen de un mismo consignante a un mismo consignatario y llegan en la misma fecha se consolida y se presentan ante la aduana como un solo paquete y se establecerán las categorías y pagos de tributos en base a la totalidad del peso y del valor.
- Cabe señalar que se prohíbe la importación de Celulares a través de Courier, salas de arribo internacional de pasajeros, pasos fronterizos o puertos marítimos y paquetes postales.

4.3 RECEPCIÓN DEL PEDIDO

La recepción del pedido a la empresa CASTILLO GEXPRESS CIA. A. se generará cuando el cliente haya solicitado mercadería por medio de las páginas web las cuales pueden ser:

- Amazon
- PayPal
- Ebay
- entre otras

En estas páginas se observarán los precios, diseños, colores, tallas entre otras características de la mercadería por ejemplo:

Gráfico 4.2 Páginas web

The screenshot shows the Amazon website interface. At the top, there is the Amazon logo with 'Join Prime' and navigation links for 'Your Amazon.com', 'Today's Deals', 'Gift Cards', and 'Help'. A promotional banner for 'FREE TWO-DAY SHIPPING FOR COLLEGE STUDENTS' is visible. The search bar contains 'Men's Athletic Jackets' and a 'Go' button. Below the search bar, there are links for 'Shop by Department', 'Hello Sign in Your Account', 'Join Prime', 'Cart', and 'Wish List'. A secondary navigation bar lists categories like 'Sports & Outdoors', 'Cycling Clothing', 'Fitness Clothing', etc. The main content area shows a breadcrumb trail: 'Sports & Outdoors > Clothing > 20% off or more > Amazon.com > Men > Jackets'. It indicates 'Showing 1 - 24 of 767 Results' and a 'Sort by New and Bestselling' dropdown. Three product listings are displayed, each with an image, a 'See Size & Color Options' button, the product name, price (original and current), shipping eligibility, and a star rating with the number of reviews.

Product Name	Original Price	Current Price	Shipping	Rating
Columbia Men's Steens Mountain Full Zip	\$60.00	\$34.95 - \$40.73	Eligible for FREE Super Saver Shipping.	★★★★☆ (87)
Columbia Men's Watertight Jacket	\$70.00	\$48.83 - \$65.00	Eligible for FREE Super Saver Shipping.	More Buying Choices
Pearl Izumi Men's Elite Barrier Jacket	\$90.00	\$54.00 - \$67.47	Eligible for FREE Super Saver Shipping.	★★★★☆ (110)

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Al momento que el cliente decide comprar, la página le pide el número de tarjeta de crédito internacional, y con esto inmediatamente el cliente enviará al correo de la empresa traficourier@castillogexpress.com el número de compra que le otorga la página web, con esto nosotros damos aviso a la empresa traficourier@helthg.com, que se debe enviar la mercadería correspondiente al número enviado por el cliente.

4.4 SOLICITUD DE COMPRA

En esta solicitud se colocarán los datos característicos de la mercadería que el cliente solicitó, y se le enviará a su correo para que no existan errores al momento del envío y su entrega. Ejemplo

Tabla 4.1 Solicitud de Compra

SOLICITUD DE COMPRA		
<i>Fecha</i>	<i>Número de WAREHOUSE</i>	
<i>Solicitante</i>		
	TOTAL	
<p><small>*Tomar en cuenta que en esta solicitud no están ingresados los valores correspondientes por el servicio ni por los impuestos que generen</small></p>		

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Se observará una solicitud de compra con datos

Tabla 4.2 Solicitud de Compra con datos

SOLICITUD DE COMPRA		
<i>Fecha:</i>	29/09/2012	
	<i>Número de WAREHOUSE</i>	141427
<i>Solicitante</i>	Juan Carlos Paredes	
	TOTAL	34.88
<p><small>*Tomar en cuenta que en esta solicitud no están ingresados los valores correspondientes por el servicio ni por los impuestos que generen</small></p>		

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Al momento que el cliente nos envíe un conforme significa que la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A se asegurara de la mercadería a ser importada.

4.5 RECEPCIÓN DE LA COMPRA

Con el número de pedido que en este caso lo denominaremos número de Warehouse, se procede con la recepción de la compra mediante el envío de la factura comercial por parte del cliente hacia la empresa.

De Miami, nos informarán la recepción de la mercadería cuando la misma se encuentre en bodega y esto a su vez nos permitirá informar al cliente que puede retirar la mercadería al día siguiente.

Gráfico 4.3 Factura Comercial

eBay[®]

INVOICE COMERCIAL Date printed: Sep-29-12

Status: Paid with PayPal on Sep 09, 2011.

Seller: thinkpad_2007

Buyer: netsolutionss02

Shipping

Seller should ship to: **Juan Carlos Paredes**
6117 NW 72nd Ave
HEALTH GROUP
MIAMI FL 33166-3707
United States

Payment

Item Name	Shipping	Qty	Price
Item Title: Blouse knitted polyester spandex Item Id: 110692741403 - Price: US \$34.88	Economy Shipping from outside US: US \$7.00 Estimated delivery: September 28 - October 12	1	US \$34.88

Subtotal: US \$34.88

Shipping & handling: US \$7.00
Total: US \$41.88

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

4.6 DOCUMENTOS

Al momento que el departamento de atención al cliente envíe la factura comercial junto con un formato interno donde constarán los nombres del cliente, el número de Warehouse, la fecha, el precio y la mercadería se imprimirán junto con el Warehouse emitido por la empresa HEALTH GROUP en Miami.

Cuadro 4.3 Hola de datos

	
NÚMERO DE WR	141427
NOMBRE DEL CLIENTE:	JUAN CARLOS PAREDES
FECHA:	29/09/2012
MERCADERÍA:	Blouse knitted polyester spandex
PRECIO:	34,88

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Cuadro 4.4 Warehouse

Warehouse Receipt						
HEALTH GROUP Inc 6117 NW 72 AVE MIAMI, FL 33166 UNITED STATES Phone: 305-885-2077, Fax: 305-885-2428			Number: 141427 Received Date/Time: 09/29/2012 09:57 AM Received By: Ernesto Alberto Roman Status: On Hand			
Shipper Information			Consignee Information			
PAYPAL			Juan Carlos Paredes			
Carrier and Supplier Information						
Carrier Name: FEDEX		Driver License:				
PRO Number:		Supplier Name:				
Tracking Number: 1ZA1E6519040898237		Invoice Number: \$ 34.88		P.O. Number: no hay		
Driver Name:						
Pcs	Package	Dimensions	Description	Weight	Volume	
St.	Location	Invoice Number	Notes		Vol. Weight	
Qty	P.O. Number	Part Number	Model	Serial Number		
1	Box	30x15.5x10.20 cm			1.2 lb	
	R-6-B				0.5 kg 2.78 vkg	
				Pieces	Weight	Volume
TOTAL				1	1.2 lb	
					0.5 kg	2.78 vkg

Tracking Details

Date/Time	Event	Operation	Location	Details
09/29/2012 09:58 AM	Arrived at warehouse	Warehouse Receipt :	141427	

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Al tener impresa la factura comercial la hoja de datos y el Warehouse, se procede a registrar en el sistema establecido por la empresa CASTILLO GEXPRESS CIA. A. la cual mediante este sistema se generarán las guías hijas, y se dará a conocer a la empresa HELTH GROUP, cuales son las mercancías y se generarán de igual manera las guías hijas en Miami para el envío de la mercadería, cuando ya tenemos las guías hijas se transmitirá al SENAE, y mediante el sistema del ECUAPASS nos emitirán una guía madre para saber con qué número de guía se retirara mi mercadería.

4.7 MERCANCÍA EN ADUANA

Cuando ya tengo mi guía madre con las guías hijas se procede a declarar a cada una de las guías hijas, toda la mercadería de Courier se aplicará el arancel correspondiente a la partida específica de la mercancía que en este caso será el capítulo 98, siempre y cuando la misma sea declarada ante la Aduana por parte de la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A, al realizar el aforo físico, el error en la partida determinará que las mismas sean clasificadas en base al Capítulo 98 , no se podrá aceptar la presentación de partida arancelaria luego de efectuado el aforo físico.

4.8 RECEPCIÓN DE LA MERCADERÍA

Al momento que se le da a conocer el número de tracking al cliente, la empresa como tal debe dar seguimiento de la mercadería para retirarla y ser entregada al cliente.

Esta estrategia se la utilizará para que el cliente se sienta seguro y tranquilo de que la mercadería se encontrará al siguiente día de la compra que ha realizado. **Ejemplo**

Se abre la página de JTS Express y se coloca el tracking number, y observaremos la siguiente información.

Gráfico N. 4.4 Revisión de número de tracking

Verificación del Tracking number.

JTS EXPRESS

JTS Interactive

Pro Tracking

PRO Number

Shipment Status
 Pro Number:10362238 Shipped : 02/ 28/ 2012

Shipper	STOCKTON	CA	95206
Consignee	MIAMI	FL	33166
Debtor			
Shipper No.	P.O. No.		
1002611	N/A		

Signature	Status	Condition	Date	In	Out
PICK UP	PU		2012/02/28	0000	0000

Fecha del cual fue recogida la carga.

Existen varios parámetros o dudas que los clientes tienen como por ejemplo:

Si se puede importar mercadería con dos facturas diferentes al mismo nombre del consignatario.

En este caso si se realizara esto causaría una multa por falta reglamentaria ya que claramente en el reglamento de Courier, menciona que una persona no puede importar mercadería con dos facturas diferentes al mismo nombre ya que la cantidad y el precio de la mercadería hacer importada aumentaría y ya no se consideraría Courier.

Si la mercadería excediera el precio y la cantidad como podría importar.

Básicamente en este caso el cliente debe de conocer hasta cuanto puede importar, pero si necesita la carga se realizarían dos ingresos o mejor dicho habrían dos número de Warehouse detallando cada carga, y de igual manera la factura sería por cada mercadería pero la primera factura y Warehouse se realizaría el día que

solicita la importación de mercadería mientras que la siguiente se importaría el día siguiente.

Si la mercadería no se encuentra en Miami sino en Orlando como sería el proceso para que llegue a Miami y sea importada a Quito.

Al momento que el cliente nos informa que necesita que se retire la carga desde otra ciudad, o fuera de los perímetros marcados por la empresa HEALTH GROUP, se realizaría un Pick up considerado en este caso un Handling la cual este costo lo pagara el cliente. Los transportistas que retirarían la carga como UPS, Freight Joe, o Proassociate, nos indican los precios lo cual indicamos al cliente para su elección y se procede con el retiro de la carga.

Si la requiero que la mercadería que está en Miami comprada por el cliente en Quito, sea entregada en Miami mismo o fuera de la ciudad.

A este caso se lo considera un Delivery IN/OUT, ya que la mercadería será entregada por el Miami o fuera de los perímetros, el cual se maneja de igual manera ya sea con los transportistas de HEALTH GROUP, o si es fuera de los perímetros con UPS Freight Joe, o Proassociate, dependiendo de esto se le dará a conocer al cliente el costo por la entrega de la mercadería y si acepta se procederá con el servicio.

4.9 Gestión Logística de la empresa CASTILLO GEXPRESS

Actualmente el trabajar en una empresa dedicada a servicios de Mensajería Rápida o Courier en ciertas ocasiones es crítico para los clientes comprende la velocidad con que se trabaje el flujo logístico, el cual representa un factor muy importante para medir el desempeño de las áreas funcionales de la empresa tanto para los clientes como para la propia empresa. Por eso en la mayoría de las empresas se consideran tres indicadores para la gestión de la logística: Uno de ellos se le atribuye a la velocidad del ciclo / flujo logístico, desde el momento que se genera el pedido de ventas hasta que se coloca el producto en el cliente, esto ayuda a controlar los tiempos límites. El segundo indicador tiene que ver con los costos que generará el servicio durante el flujo logístico y en el

último indicador es necesario contemplar que ayude a medir el grado de satisfacción del cliente, no por la entrega a tiempo solamente, sino por la calidad del servicio logístico.

Según comparativos de distintas empresas orientadas al sector de servicios Courier existen algunas restricciones para emplear una gestión logística, dentro de las principales se destacan dos restricciones básicas que se debe tener en cuenta por el disponente o responsable de logística las cuales son: considerar como gestión logística el entorno del sistema logístico el cual se encuentra integrado por las infraestructuras del transporte y distribución, las comunicaciones existentes, el sistema de almacenamiento de la empresa y los objetivos a cumplir como satisfacción al cliente. El Disponente o responsable logístico debe adoptar decisiones estratégicas, que condicionen e interrelacionen la funcionalidad del sistema logístico a corto plazo, así como también el regular las decisiones operativas sobre cualquier área de la empresa que se encuentre en riesgo de afectar el proceso logístico.

Flujo de Información

Este flujo de información inicia con conceptos bases como el contar con una base de datos completa que contenga información general de los clientes, proveedores y el servicio.

Con esta información básica el siguiente punto en el flujo es el contar con una planificación de materiales que debe estar comprendida de productos que se compran (materias primas, componentes) y de productos que se fabriquen dentro de la misma empresa. Dicha planificación deberá dar a conocer el alcance de los materiales comprados y/o a comprar con respecto a la planificación corriente de producción de acuerdo a la capacidad instalada con la que cuente la empresa. Una vez que ya se tiene esto, se da a conocer la planificación a los proveedores para que contemplen la entrega a tiempo. Una vez llegada la fecha se realiza la recepción del material el cual se evalúa por control de calidad y posteriormente se almacena en sus correspondientes ubicaciones esperando su requisición de la misma para entrar a producción. Una vez terminado el

proceso productivo se genera el envío al cliente según su requerimiento especificado con anterioridad, iniciando con esto nuevamente el flujo de información

La empresa como unidad Logística

En este punto de análisis vamos a considerar a la empresa como una sola unidad, enfocándola a la orientación de la aplicación de la logística. El primer punto importante para que la empresa sea considerada como unidad logística es el contar con un plan logístico, el cual permitirá el controlar, administrar y optimizar los recursos de la empresa, así como el ofrecer a clientes un servicio de calidad. Ahora bien, *¿Qué es un plan logístico?*

Un plan logístico debe encerrar cuatro aspectos esenciales en el control de la planta como son:

Distribución de los centros logísticos.

De acuerdo a los puntos vistos anteriormente podemos percibir que un plan logístico adecuado dependerá del método de aprovisionamiento que se emplee para el abastecimiento de materiales de compra, venta y/o auxiliares, así como el proporcional al volumen de estos materiales, los sistema de distribución-transportes y almacenes existentes en planta y/o externos. Sin descartar la evolución que estos mismos tengan en el futuro.

- Así el Plan Logístico de forma global debe ser una gran herramienta para obtener los siguientes resultados:
- Reducir los transportes empleados, mediante la trazabilidad de rutas para la distribución de materiales y en cuanto a las distancias recorridas.
- Evitando tener costos parados en la planta debido a estos volúmenes de reserva.
- Y reducir al mínimo posible el número y tipo de lugares físicos en los cuales deben almacenarse.

- Reducir la triangulación con clientes y proveedores externos e internos, así como el número de controles dentro de los departamentos, contabilizaciones y revisiones innecesarias, haciendo que la información fluya de manera inmediata en toda la empresa de manera más fácil, confiable y segura.

"El principio general es, por lo tanto, reducir al máximo el proceso logístico necesario, haciendo más rápido, sencillo, cómodo y barato, empleando los mínimos medios humanos.

CAPITULO V

ESTUDIO FINANCIERO

5 ESTUDIO FINANCIERO

Según (Ramsey, 2012)

El estudio financiero es donde se toman en cuenta todos los procedimientos de inversión a realizarse, considerando dentro de esto a los gastos administrativos, de ventas, logística y distribución, asimismo los costos directos e indirectos de una empresa, ya que con estos se logrará identificar la cantidad de dinero necesario para costear el proceso de producción, servicio y comercialización de un producto.

5.1 Objetivo del Estudio Financiero

- Determinar la viabilidad financiera de la empresa a través del flujo de caja neto, con el cual se pueden obtener los indicadores de factibilidad conocidos como el TIR y el VAN.

5.2 Inversión Total

La inversión de la empresa a ser constituida está dada por los activos fijos, diferidos, capital de trabajo para la ejecución de la empresa, la misma que se encuentra financiada por recursos propios y de los socios involucrados.

Tabla No. 5.1

INVERSIÓN TOTAL

Activo Fijo	\$ 37.733,30
Activo Diferido	\$ 2.200,00
Capital de Trabajo	\$ 35.306,00
TOTAL	\$ 75.239,30

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

El análisis de inversión es muy importante en la empresa a ser constituida, debido a que de esta manera sabremos cuánto dinero la empresa deberá disponer para alcanzar los

objetivos planteados anteriormente; así como la misión y visión de la empresa llegando a la meta propuesta.

5.2.1 Activos Fijos

Según (Finch, 2010)

Los activos fijos son aquellos que no varían durante el ciclo de explotación de la empresa o el año fiscal, de igual manera son necesarios para el funcionamiento de una empresa, y deben tener la permanencia de por lo menos un año para ser considerados como tal. (*Ver Anexo 5.1*)

5.2.2 Activos Diferidos

Según (Finch, 2010)

Los activos diferidos son gastos pagados por anticipado para el funcionamiento de una empresa.

Gastos de constitución e instalación.- Son aquellos gastos que la empresa necesitará para la constitución como el de adecuaciones e instalaciones.

(*Ver Anexo 5.2*)

5.2.3 Capital de Trabajo

Según (Finch, 2010)

El capital es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo.

Es necesario realizar el desglose de cuentas ya que a través de este se da a conocer el monto necesario para desarrollar las operaciones de la empresa a ser constituida en función del tiempo, cubriendo las primeras obligaciones hasta empezar a rotar el dinero y normalizar las operaciones financieras.

5.3 Gastos

Según (Bandler, 1994)

En cualquier actividad que realiza el hombre como persona física y moral siempre incurre en una serie de gastos y éstos gastos generan costos correspondientes, y en la medida en que cuenta con una organización y administración, es posible también la adecuada toma de decisiones. La función de la evaluación de los gastos y los costos empresariales por parte del administrador son importantes para su crecimiento y desarrollo empresarial del sistema económico capitalista.

Uno de los puntos esenciales considerados como gastos empresariales son los sueldos y salarios, (Liaw, 2011) mencionada que un sueldo y salario es el pago que los empleados reciben por su trabajo, antes de deducir sus contribuciones a la seguridad social, impuestos y otros conceptos análogos. La aplicación de los principios y técnicas de administración de sueldos, permite articular en forma tal el pago en dinero, con las prestaciones que recibe el trabajador, y aun con las deducciones que su trabajo implica. Se observa la remuneración del personal que trabajara en la empresa CASTILLO GEXPRESS C.A (*Ver Anexo 5.3*)

Cuadro No. 5.2 Sueldo y Salarios para personal Administrativo

<i>Dpto. Administrativo</i>			
Sueldo mensual	Cantidad	Total	Cargo en la empresa
1.000,0	1	1.000,00	Gerente General
1.000,0	1	1.000,00	Gerente Financiero
400,0	1	400,00	Asistente de trafico
400,0	1	400,00	Ventas
TOTAL	4	2.800,0	

Fuente: Autora
Elaborado por: Autora

Cuadro No. 5.3 Total anual del Dpto. Administrativo

\$ 2.800	Total mensual
4	N° trabajadores
\$ 700	Promedio trabajador
1	Imp. Renta
\$ 875	Promed. Incl. Renta
12	Meses año
\$ 10.500	Anual por trabajador
4	N° trabajadores
\$ 42.000	Total anual Administración

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Observamos que el promedio del salario por trabajador es de \$700.00 la cual se obtuvo del total mensual del número de trabajadores que en este departamento son cuatro personas.

Anualmente por sueldos y salarios es de \$42.000 en el departamento Administrativo

Tabla No. 5.4 Sueldo y Salarios para personal de Logística

Dpto. de Logística			
Cargo en la empresa	Sueldo	Cantidad	Total
Jefe de Logística	600,0	1	600,00
Fcaturación	400,0	1	400,00
Total	1.000,0	2	1.000,0

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Tabla No. 5.5 Total anual del Dpto. Logístico

1.000	Total mensual
2	Nº trabajadores
500	Promedio trabajador
1	Imp. Renta
625	Promed. Incl. Renta
12	Meses año
7.500	Anual por trabajador
2	Nº trabajadores
15.000	Total anual Logística

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Observamos que el promedio del salario por trabajador es de \$500.00 la cual se obtuvo del total mensual del número de trabajadores que son dos.

Anualmente por sueldos y salarios es de \$15.000 en el departamento Logístico

Tabla No. 5.6 Sueldo y Salarios para personas que trabajan indirectamente en la empresa

Indirectos a la empresa			
Cargo en la empresa	Sueldo	Cantidad	Total
OEA'S	450,0	1	450,00
Choferes	400,0	2	800,00
Total		3	1.250,0

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Tabla No. 5.7 Total anual del personal indirecto

\$ 1.250	Total mensual
3	Nº trabajadores
417	Promedio trabajador
1	Imp. Renta
521	Promed. Incl. Renta
12	Meses año
6.250	Anual por trabajador
3	Nº trabajadores
18.750	Total anual MOID

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Observamos que el promedio del salario por trabajador es de \$400.00 la cual se obtuvo del total mensual del número de trabajadores que son tres.

Anualmente por sueldos y salarios es de \$18.000, persona que trabajan en la empresa, indirectamente.

Dentro del cuadro realizado por los costos y gastos colocados en la empresa se determina lo siguiente

Tabla N. 5.8 Costos y Gastos

Gastos Administrativos	\$50,936.00
Gastos de Ventas	\$17,272.00
Gastos indirectos	\$35,188.00
TOTAL	\$103,396.00

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Ver Anexo (5.4)

5.4 Ingresos Estimados por Venta

Según (Liaw, 2011)

El precio, a nivel conceptual, expresa el valor del producto o servicio en términos monetarios. Las materias primas, el tiempo de producción, la inversión

tecnológica y la competencia en el mercado son algunos de los factores que inciden en la formación del precio.

Es importante tener en cuenta que el precio también incluye valores intangibles, como la marca. Una camisa fabricada con idénticos materiales puede tener precios muy diferentes de acuerdo a la marca, ya que el consumidor adquiere con ella diversos valores simbólicos.

Los ingresos por servicio se obtendrán de aquellos beneficios que representan movimiento de capital, lo cual aumentará la liquidez de la empresa.

Considerando la disposición a pagar del consumidor y teniendo en cuenta los precios de mercado a los que se encuentran el servicio de Courier, se fijó un precio para ser utilizado por el servicio 5.9.

Los puntos principales para determinar los precios propuestos para la empresa a ser constituida son:

Tabla No. 5.9

Precio utilizado para la importación bajo régimen Courier

PUNTOS PRINCIPALES	PRECIO SECTOR PRIVADO
Precio por servicio	\$6.50

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Las cantidades colocadas en el cuadro junto con el precio, se obtuvo mediante la política de análisis de precios para poder ingresar al mercado de servicios de Courier sin problema, es por esta razón que el precio estimado a ser utilizado es de \$6.50

Las cantidades se obtuvieron mediante las encuestas realizadas, que el promedio de servicios de importación anuales es de 25000 importaciones anuales.

Precio estimados a utilizar para personas que importan mercadería bajo régimen de Courier

Tabla No. 5.10 Presupuesto Total de Ventas

EMPRESA CASTILLO GEXPRESS CÍA. A.					
PRESUPUESTO					
(Valorados en Usd.)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SERVICIO					
COURIER					
Produccion anual	22.620	24.882	27.370	30.107	33.118
Precio Promedio	6,50	6,83	7,17	7,54	7,92
Total ingresos venta	147.000	169.865	186.288	226.821	262.106
TOTAL DE INGRESOS POR VENTAS	147.000	169.865	186.288	226.821	262.106

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

5.5 Depreciación

El valor de depreciación se lo calculará a través del método contable lineal a continuación se presenta una tabla en la constan los activos que son adquiridos por la empresa inicialmente, la vida contable de cada uno de ellos, así como la depreciación anual y acumulada.

Se observará de depreciación de cada uno de los activos fijos.

Tabla N. 5.11 Depreciación

DEPRECIACIÓN	INVERSIÓN	Años Deprec.	Valor Deprec.	Administra.	Ventas	Logística
Edificio	50.000,0	20	2.500,0	750,0	500,0	1.250,0
Equipo de Oficina	4.500,0	15	300,0	90,0	60,0	150,0
Vehículos	24.000,0	10	2.400,0	720,0	480,0	1.200,0
Muebles y enseres	4.500,0	10	450,0	135,0	90,0	225,0
Equipo de computación	10.676,0	3	3.558,7	1.067,6	711,7	1.779,3
Total			9.208,7	2.762,6	1.841,7	4.604,3

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Ver Anexo (5.4)

5.6 Amortización

Según (Finch, 2010)

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero. Adicionalmente se utiliza como sinónimo de depreciación en cualquiera de sus métodos. Se emplea referido a dos ámbitos diferentes casi opuestos: la amortización de un activo y la amortización de un pasivo. En ambos casos se trata de un valor, con una duración que se extiende a varios periodos o ejercicios, para cada uno de los cuales se calculan una amortización, de modo que se reparte ese valor entre todos los periodos en los que permanece.

Se determina que dentro del préstamo se encuentra solo el 70% de la inversión que se necesita para crear la empresa, ya que según la Corporación Financiera Nacional solo nos otorga ese porcentaje, el 30% de la inversión será cubierta por los accionistas participantes a la creación de la empresa.

Tabla N. 5.12 Puntos sobresalientes para el préstamo

MONTO DEL PRÉSTAMO	65.573,2
TASA DE INTERÉS	12%
PLAZO (AÑOS)	5,0
GRACIA (AÑOS)	1,0
PERIODOS POR AÑO	2,0
PERIODOS DE PAGO	10,0

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Se da a conocer que en esta tabla se observa que solo el 70% del préstamo a realizarse será el financiado por el Banco del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, la cual en la tabla de amortización se observa que en el año 2017 se terminaría de pagar el

préstamo realizado, tomando en cuenta que el primer año en el cual se constituye la empresa es de gracia, solo se toma en cuenta el pago de intereses del préstamo.

Tabla N. 5.13 Tabla de Amortización

		PRINCIPAL AL	PAGO	PAGO	SALDO	
		INICIO DEL	DE	DE	DE	DIVIDENDO
	No. PERIODO	PERIODO	PRINCIPAL	INTERESES	PRINCIPAL	SEMESTRAL
2.013	1	65.573,2	6.557,3	3.934,4	59.015,9	10.491,7
	2	59.015,9	6.557,3	3.541,0	52.458,6	10.098,3
2.014	3	52.458,6	6.557,3	3.147,5	45.901,2	9.704,8
	4	45.901,2	6.557,3	2.754,1	39.343,9	9.311,4
2.015	5	39.343,9	6.557,3	2.360,6	32.786,6	8.918,0
	6	32.786,6	6.557,3	1.967,2	26.229,3	8.524,5
2.016	7	26.229,3	6.557,3	1.573,8	19.672,0	8.131,1
	8	19.672,0	6.557,3	1.180,3	13.114,6	7.737,6
2.017	9	13.114,6	6.557,3	786,9	6.557,3	7.344,2
	10	6.557,3	6.557,3	393,4	0,0	6.950,8

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Esta esta tabla se analiza que para el año 2017 se terminará de cancelar el préstamo realizado, y que a partir de este año la empresa obtendrá gran rentabilidad, junto con más inversiones para el mejoramiento continuo de la misma.

5.7 Pérdidas y Ganancias

Según (Bandler, 1994)

La cuenta de pérdidas y ganancias es el documento que recoge el resultado contable del ejercicio, separando los ingresos y gastos imputables al mismo que se clasifican por naturaleza; en particular, los derivados de las variaciones de valor originadas por la regla del valor razonable, de conformidad con lo dispuesto en el Código de Comercio. *(Ver Anexo 5.5)*

Se determina que en el primer año la utilidad neta es de \$45.146.00 siendo el 31% del 100% del Costo de ventas anuales, para el segundo año existe un incremento del 1.03% la razón por la cual aumenta es porque en cada año el número de importaciones de

aumentan a un 10%, y el precio aumenta según la inflación que para el año 2013 es de 5.05% lo mismo sucede para el tercer año, el cual existe un incremento de 1.09%, para el cuarto año un 1.37% y para el último año el incremento es de 1.24%, en los dos últimos años existe un 0.13% desfavorable ya que se incrementa personal a la empresa en cada uno de los departamentos.

Tabla N. 5.14 Tabla de Utilidad (Pérdida) Neta

	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
UTILIDAD (PERDIDA) NETA	<i>45,458</i>	<i>47.067</i>	<i>57.577</i>	<i>770.640</i>	<i>86.653</i>

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

5.7.1 Margen de Contribución

Según (Finch, 2010),

El margen de contribución es el la diferencia entre el precio de venta menos los costos variables. Es considerado también como el exceso de ingresos con respecto a los costos variables, exceso que debe cubrir los costos fijos y la utilidad o ganancia.

En el proceso de producción se incurren en costos fijos, costos variables y adicionalmente se espera una margen de utilidad.

Si el margen de contribución se determina excluyendo de las ventas los costos variables, entonces el margen de contribución es quien debe cubrir los costos fijos y la utilidad esperada por el inversionista.

El precio de venta, está compuesto por tres elementos: Cosos fijos, Costos variables y la utilidad.

5.8 Flujo de Caja Proyectado

Según (Ramsey, 2012)

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor actual neto y de la Tasa interna de retorno.
- Para medir la rentabilidad o crecimiento de un negocio cuando se entienda que las normas contables no representan adecuadamente la realidad económica.

(Ver Anexo 5.6)

Tabla N. 5.15 Total de Flujo de caja

	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
SALDO FINAL DE CAJA	\$30.327	\$17.966	\$13.403	\$9.317	\$22.621

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Se observa que el saldo final de caja de la empresa CASTILLO GEPXRESS C.A, el primer año es de \$29.837.00, la cual es una rentabilidad acertada para la empresa, en el segundo año esto disminuye ya que en el primero año se paga los interés del préstamo realizado mientras que en el resto de los años cancelamos el monto de cada préstamo, de igual manera disminuye por el aumento de personal. En el Flujo de Caja se consideran los valores de la utilidad neta calculada en el Estado Resultados en este apartado se tomó en cuenta los ingresos y egresos que tendrá la empresa la cual se proyecta a un plazo de 5 años.

En el Flujo de Caja se tiene en cuenta el valor del préstamo que se obtendrá con la entidad bancaria y la amortización del mismo, la inversión inicial, capital de trabajo así como las depreciaciones con respecto a los activos fijos adquiridos por la empresa.

5.9 T.M.A.R

Según (Liaw, 2010)

La TMAR hace referencia a la tasa máxima que ofrecen los bancos con una inversión a plazo fijo. Se puede tomar como referencia al índice inflacionario de cada país, dado que en el Ecuador existe inflación. El otro factor que influye en la TMAR es el premio al riesgo, que para el presente estudio es el porcentaje de riesgo país, éste significa el verdadero crecimiento del dinero, y se llama así porque el inversionista siempre arriesga su y por el riesgo merece una ganancia adicional sobre la inflación. Por lo tanto, la fórmula para el cálculo es la siguiente:

$$T.M.A.R = \text{Tasa de inflación} + \text{riesgo país}$$

Como se observa la TMAR es mayor que las tasas que ofrecen los Bancos al depositar el dinero, debido a los factores antes explicados. No se ha tomado solamente la tasa de inflación del Ecuador porque se sabe que la tasa bancaria es siempre mayor a la inflación.

Si los Bancos ofrecieran una tasa igual o menor a la inflación implicaría que, o no ganan nada, o que transfieren sus ganancias al ahorrador, lo que descapitalizaría al Banco, lo cual nunca va a suceder.

Tabla N. 5.16 T.M.A.R

ACCIONISTAS			
	5.05%	Inflación	
	3.80%	tasa pasiva	
	20.00%	Prima de riesgo	
	28.85%		
T.M.A.R.			
CREDITO	0.7	0.12	0.08
ACCIONISTAS	0.3	0.29	0.09
			0.16
			<i>Tasa de descuento</i>

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Podemos observar que dentro de la TMAR se analizará como resultado la tasa de descuento obtenida por:

- El 70% del crédito se realizará, por medio del Banco del Instituto Ecuatoriana de Seguridad Social, con la tasa de interés mas baja 12% aceptada y aprobado por la Corporación Financiera Nacional, de esto multiplicando el 0.7 por el 0.12 obtenemos el 0.08 parte de la tasa de descuento.
- El 30% que los accionistas aportaron para la creación de la empresa y el 0.29 que es la suma de la inflación que para el 2013 es de 5.05% (*Ver Anexo 5.47*), el 3.80% de la tasa pasiva del banco, y el 20% de la prima de riesgo, ya que todo empresa debe ser asegurada, esto nos da el total de 0.29 y este valor multiplicado por 0.3 como resultado da 0.08.

Si sumamos el 0.08 del valor de los accionistas y el 0.08 del crédito realizado como resultado tenemos una tasa de descuento de 0.16, que en términos financieros redondeando la tasa de descuento es de 0.20. La empresa a ser constituida a obtendrá un financiamiento del 70% de la inversión por medio de una entidad bancaria; por lo que la tasa de descuento se calculará considerando el costo de la deuda y el costo del capital propio. (*Ver Anexo 5.7*)

5.10 Valor Actual Neto (VAN)

Según (Ramsey, 2012)

El valor actual neto, también conocido como valor actualizado neto (en inglés net present value), cuyo acrónimo es VAN (en inglés, NPV), es un procedimiento que permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros, originados por una inversión. La metodología consiste en descontar al momento actual (es decir, actualizar mediante una tasa) todos los flujos de caja futuros del proyecto. A este valor se le resta la inversión inicial, de tal modo que el valor obtenido es el valor actual neto del proyecto.

Tabla N. 5.17 Puntos para obtener el VAN

Inversion Inicial	93,676.0
r (tasa de descuento)	0.16

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Con estos dos punto se obtendrá el VAN de la empresa a ser constituida, mediante la fórmula que se observa en la tabla No. 5.20

Tabla No. 5.18 Flujo Descontado

					Flujo Descontado
Flujos Operacionales	t	(1+r)	(1+r) ^t	1/(1+r) ^t	BN*(1/1+r) ^t
-93,676.0	0	1.17	1	1	-93,676.0
37,312.8	1	1.17	1	1	31,876.3
31,936.9	2	1.17	1	1	23,308.4
38,988.9	3	1.17	2	1	24,309.2
43,767.0	4	1.17	2	1	23,312.4
66,893.7	5	1.17	2	0	30,439.3
66,893.7	6	1.17	3	0	26,004.3
66,893.7	7	1.17	3	0	22,215.5
66,893.7	8	1.17	4	0	18,978.6
66,893.7	9	1.17	4	0	16,213.4
91,893.7	10	1.17	5	0	19,027.7
VAN					142,009.1

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Tabla N. 5.19 Flujo Actual

38.24%					
					Fjufo Actual
BN	t	(1+r)	(1+r)^t	1/(1+r)^t	BN*(1/1+r)^t
-93,676.0	0	1.38	1.00	1.00	-93,676.0
37,312.8	1	1.38	1.38	0.72	26,990.9
31,936.9	2	1.38	1.91	0.52	16,711.4
38,988.9	3	1.38	2.64	0.38	14,757.8
43,767.0	4	1.38	3.65	0.27	11,983.7
66,893.7	5	4.27	5.05	0.20	13,249.2
66,893.7	6	4.68	6.98	0.14	9,584.0
66,893.7	7	5.04	9.65	0.10	6,932.8
66,893.7	8	5.34	13.34	0.07	5,015.0
66,893.7	9	5.61	18.44	0.05	3,627.7
91,893.7	10	1.38	25.49	0.04	3,604.9
VAN					18,781.5

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

5.11 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Según (Borge, 2001)

Es el segundo criterio de evaluación más utilizado ya que mide la rentabilidad como un porcentaje.

Los resultados que arroja el TIR se los discierne de la siguiente manera:

Si $TIR \geq TMAR$, acéptese la inversión.

Si $TIR \leq TMAR$, rechácese la inversión.

La fórmula matemática del TIR se obtiene cuando el VAN se iguala a cero, como se indica a continuación:

$$Tm + (TM - Tm)(VAN.Tm / VAN.Tm + VAN.TM)$$

Tm: Tasa Menor

TM: Tasa Mayor

VAN Tm: Van Tasa Menor

VAN TM: VAN Tasa Mayor

Tabla N. 5.20 TIR

Tm:	0.17
TM:	0.38
VAN.Tm	142,009.1
VAN.TM	18,781.5
TIR:	33.77%

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

En el Flujo de Caja que se presenta en la tabla N.5.18 señala que: el VAN de \$18781.50 descontado a una tasa del 38.24% cuyo porcentaje según la fórmula del TIR será y una TIR de 33.77%. Como resultado se obtuvo que el VAN del proyecto es mayor a cero y muy significativo; la TIR calculada es mucho mayor que la TMAR (tasa de descuento); por lo que se concluye que el proyecto es satisfactoriamente rentable.

5.12 Punto de Equilibrio

Según (Bandler, 1999)

Es la herramienta financiera que permite determinar el momento en que las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores y/o unidades; además muestra la magnitud de las utilidades o pérdidas de la empresa cuando las ventas excedan o descendan por este punto de tal forma que este viene a ser un punto de referencia a partir del cual un incremento en los volúmenes de venta generará utilidades, pero también un decremento ocasionará pérdidas, por tal razón se deberán analizar algunos aspectos importantes como son los costos fijos, costos variables y las ventas generadas.

a) Costos Variables.

Son aquellos que cambian en proporción directa con los volúmenes de producción y ventas, por ejemplo: materias primas, mano de obra a destajo, comisiones, etc.

b) Costos Fijos Son aquellos que no cambian en proporción directa con las ventas y cuyo importe y recurrencia es prácticamente constante, como son la renta del local, los salarios, las Depreciaciones, Amortizaciones, etc.

Para determinar el punto de equilibrio del proyecto, se consideran los valores del primer año de la empresa y se los agrupa a continuación de acuerdo con lo mencionado al concepto anterior:

Tabla N. 5.21 Costos Fijos y Variables

EMPRESA CASTILLO GEXPRESS CÍA. A.			
COSTO FIJO Y COSTO VARIABLE			
<i>DETALLE</i>	<i>AÑO 1</i>	<i>COSTOS FIJOS</i>	<i>COSTOS VARIABLES</i>
GASTOS DE ADMINISTRACION			
Remuneraciones	\$ 31.500,00	\$ 31.500,00	
Gastos de oficina	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Movilización y viáticos	\$ 1.500,00		\$ 1.500,00
Seguros	\$ 2.867,60	\$ 2.867,60	
Energía, agua, telf.	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	
Gastos generales de adm.	\$ 2.500,00		\$ 2.500,00
Otros / Arriendo	\$ 9.600,00	\$ 9.600,00	
Depreciaciones	\$ 2.762,60	\$ 2.762,60	
GASTOS DE VENTAS			
Remuneraciones	\$ 10.500,00	\$ 10.500,00	
Comisiones	\$ 1.465,00	\$ 1.465,00	
Publicidad sobre ventas %	\$ 1.465,00	\$ 1.465,00	
Propaganda	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00	
Depreciaciones	\$ 1.842,70	\$ 1.842,70	
GASTOS INDIRECTOS AL SERVICIO			
Remuneraciones	\$ 18.750,00	\$ 18.750,00	
Combustible y lubricantes	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Reparación y mantenimiento	\$ 1.500,00		\$ 1.500,00
Vigilancia	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	
Varios	\$ 500,00		\$ 500,00
Depreciaciones	\$ 4.604,30	\$ 4.604,30	
GASTOS FINANCIEROS			
Intereses	\$ 7.475,00	\$ 7.475,00	
<i>COSTOS Y GASTOS DEL PROYECTO</i>	\$ 113.392,20	\$ 107.392,20	\$ 6.000,00

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

5.12.1 Punto de Equilibrio en Valor (Utilidad/Pérdida)

Se considera como las ventas que debe generar la empresa para no tener ni pérdida ni ganancia.

Para el cálculo se utiliza la siguiente fórmula.

$$PE = \text{Costos Fijos} / (1 - (\text{Costo Variable} / \text{Total Ventas Totales}))$$

$$PE = \$107392.20 / (1 - (\$6000.00 / \$113392.20))$$

$$PE = 110425.60$$

El valor anteriormente presentado indica que la empresa debe operar con \$110425.60 dólares en ventas para no tener ni pérdida ni ganancia.

5.12.2 Nivel de Equilibrio de los Ingresos por Servicio.

Para llegar al punto de equilibrio de la empresa, por cada importación de mercadería se debe generar los siguientes ingresos:

Tabla N. 5.22 Nivel de Equilibrio de los Ingresos por Servicio

DETALLE	INGRESO S	PORCENTAJ E	PUNTO DE EQUILIBRIO
Importación de mercadería por Courier	\$ 130000.00	100%	107.895.00
TOTAL	\$ 130000.00	100%	107.895.00

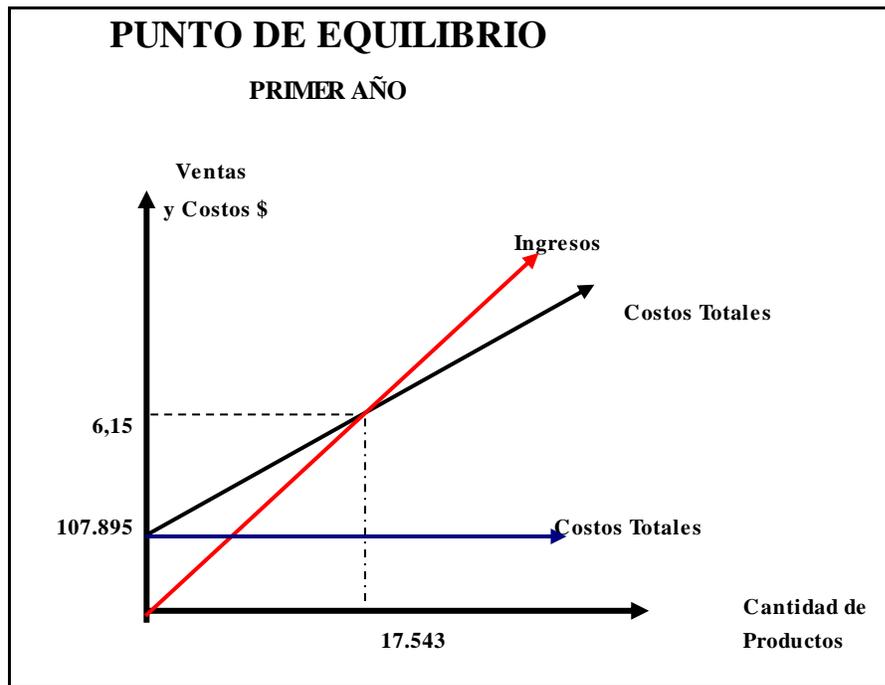
Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Considerando la importación de mercadería mediante el servicio se determina el equilibrio en valores, al tratarse de régimen de Courier, se establece el 100% de valoración que se obtiene a través de los ingresos generados por este producto en el año, para la sumatoria de los ingresos percibidos del servicio. El nivel de equilibrio de cada

mercadería importada es el cálculo entre equilibrio total por el porcentaje de participación de cada uno del servicio.

Gráfico N 5.1 Punto de Equilibrio



Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

En nuestro proyecto para poder cubrir los costos variables como fijos necesitamos 17543 unidades a un precio de \$6.15 con eso cubrimos nuestro costos y es el punto en que no ganamos ni perdemos, al momento de crear la empresa.

5.13 Periodo de Recuperación Descontada

Según (Borge, 2001)

Es el tercer criterio más utilizado para evaluar un proyecto, ya que tiene por objeto medir en cuánto tiempo se recupera la inversión, incluyendo el costo de capital involucrado.

Tabla N. 5.23 Periodo Real de Recuperación

PERIODO REAL RECUPER INV								
N°	PRR		Valor Mes	Meses Año	Recuperado	Valor Dia	# de Dias	Recuperado
1	31.876,3	-93.676,0	1.942,7	1,0	1.942,7	1.942,7		
2	23.308,4	55.184,6	1.942,7	2,0	3.885,4	64,8	1	64,8
3	24.309,2	79.493,9	1.942,7	3,0	5.828,1	64,8	2	129,5
4	23.312,4	102.806,3	1.942,7	4,0	7.770,8	64,8	3	194,3
5	30.439,3	133.245,6	1.942,7	5,0	9.713,5	64,8	4	259,0
6	26.004,3	159.249,9	1.942,7	6,0	11.656,2	64,8	5	323,8
7	22.215,5	181.465,4	1.942,7	7,0	13.598,9	64,8	6	388,5
8	18.978,6	200.444,0	1.942,7	8,0	15.541,6	64,8	7	453,3
9	16.213,4	216.657,5	1.942,7	9,0	17.484,3	64,8	8	518,1
10	19.027,7	235.685,1	1.942,7	10,0	19.427,0	64,8	9	582,8
			1.942,7	11,0	21.369,7	64,8	10	647,6
			1.942,7	12,0	23.312,4	64,8	11	712,3
						64,8	12	777,1

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

Se establece al conseguir resultado positivo en el Acumulado Año 5 que la inversión se la recupera en el quinto año de operación del proyecto.

PRC = 3 AÑOS, 7 meses y 10 días

En este capítulo unos de los evaluadores financieros es el Periodo de Recuperación Descontado, que nos demuestra en cuanto tiempo recuperación de nuestra inversión, y esto es en 3 años, 7 meses y 9 días, lo cual indica que nuestro proyecto es de rápida recuperación y que es viable.

5.14 Relación Costo beneficio

Según (Borge, 2001)

El análisis costo-beneficio es una herramienta financiera que mide la relación entre los costos y beneficios asociados a un proyecto de inversión con el fin de evaluar su rentabilidad, entendiéndose por proyecto de inversión no solo como la creación de un nuevo negocio, sino también, como inversiones que se pueden

hacer en un negocio en marcha tales como el desarrollo de nuevo producto o la adquisición de nueva maquinaria.

Mientras que la relación costo-beneficio (B/C), también conocida como índice neto de rentabilidad, es un cociente que se obtiene al dividir el Valor Actual de los Ingresos totales netos o beneficios netos (VAI) entre el Valor Actual de los Costos de inversión o costos totales (VAC) de un proyecto.

Tabla N. 5.24 Razón Costo Beneficio

RAZON BENEFICIO COSTO	
0	31.876,3
1	23.308,4
2	24.309,2
3	23.312,4
4	30.439,3
5	26.004,3
6	22.215,5
7	18.978,6
8	16.213,4
9	19.027,7
10	235.685,1
	2,52

Fuente: Autora

Elaborado por: Autora

La relacion costo beneficio nos analiza, que por cada dólar que nuestra empresa invierta en la importacion de mercaderia, cuanto voy a ser retribuido en nuestro proyecto la relacion es; por cada dólar 1\$ que invierto voy a resivir 1,52\$ lo cual nos indica que nuestro proyecto es rentable.

CAPITULO VI

6.1 Conclusiones

Al ir desarrollando la tesis “Creación e una empresa para servicio de correos rápidos al amparo de lo dispuesto en el art. 165 del Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones en la ciudad de Quito” se llegó a las siguientes conclusiones:

- La factibilidad de crear una empresa dedicada a la importación de mercadería bajo régimen de Courier es totalmente aceptable, ya que el estudio analizado logró que las estrategias sean diferentes a las que comúnmente utilizan las empresas actuales, como los paquetes promocionales, o el manejo de precios diferentes tanto para personas que laboran en el sector público como en el sector privado, o personas naturales
- Varias opciones establecidas como las ventajas competitivas, hacen que la parte tanto económica como social sean las correctas al ser utilizadas, como por ejemplo dentro del capítulo 3 se da mención a la logística integral obteniendo en sí un proceso claro y preciso para la entrega inmediata de la mercadería al cliente, el Transporte de puerta a puerta, dando la opción de elegir lo que el cliente desee, los tiempos de entrega los cuales son altamente competitivos, ya que existen empresas con un tiempo de entrega de 48 horas y la mercadería la entregan en más tiempo, el personal propio en trámites en aduana, ya que el profesionalismo dentro de la empresa es la que mantendrá la estabilidad de la misma y la seguridad en el manejo de la carga, cumpliendo con estándares empresariales para cumplir con el objetivo.
- Una empresa operando en forma organizada, combina la técnica y los recursos para prestar servicios con el objeto de colocarlos en el mercado para obtener una ganancia.
- Para situar a la innovación como un arma competitiva y un motor de crecimiento, es importante aprovechar la capacidad estratégica dentro del campo de comercio exterior, ampliando de esta manera no solo el manejo de importación bajo régimen Courier sino el ir más allá de esto como el del régimen de importación a

consumo vía marítima, abriendo de esta manera más sucursales para la visión de la misma.

6.2 Recomendaciones

Una de las recomendaciones importantes para futuro como empresa son:

- Predisponer el modelo del pensamiento normalmente estricto y rígido, a un molde flexible que permita el cambio y la creatividad al momento de crear la empresa.
- Vigilar la calidad de los procesos que tiene la empresa a ser constituida, con la competencia.
- Aprovechar el diagnóstico de innovación obtenido por medio de la investigación realizada, el cual resalta ventajas y desventajas de la nueva empresa.

Bibliografía

- Resolución N°. 70 del COMEX . (2012). Resolución N°. 70 del COMEX Reforma del Anexo II de la Resolución N° 63 publicada en Registro Oficial 725 de 15 de junio de 2012. *Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones*, 2.
- R. N. (2012). Resolución N° 68 de COMEX vigente a partir del 18 de junio de 2012 . *Reglamento de Courier*, 17.
- Blair, G. M. (1863). Principales Tratados Postales. En G. M. Blair, *Principales Tratados Postales* (pág. 50). New York: Clack.
- Hill, S. R. (1852). Proyecciones Autenticas. En S. R. Hill, *Proyecciones Autenticas* (pág. 3). New York: Clark.
- Resolución N° 63,66 y 67 de COMEX . (2012). Resolución N° 63,66 y 67 de COMEX publicada en Registro Oficial 725 de 15 de junio de 2012. *Nueva Ley de Courier*, 17.
- Stephan, H. V. (1874). Universal Post. En H. V. Stephan, *Universal Post* (pág. 125). New York: Clark.
- Arancel de Importación Integrado del Ecuador. (2013). *Arancel Integrado*. Quito: PUDELECO EDITORES.
- Banco Central del Ecuador. (14 de 10 de 2012). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>
- Coll, C. (2010). *Competencia Organizacional*. España: CREHT.
- García, J. C. (27 de 07 de 2000). *www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm*. Recuperado el 06 de 02 de 2012, de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
- Naresk, M. (2004). *Investigación de Mercados*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Reglamento de Courier. (2008). *Derterminación de categorías*. Quito: Registro Oficial.
- Reglamento del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. (2010). *Consideraciones Generales*. Quito: Registro Oficial.

- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (12 de 12 de 2012). Quito, Provincia, Pichincha.
- Spencer, L. M. (2013). *Evaluación de competencia en lo laboral*. New York: GAMIFICAION.
- Superintendencia de Compañías. (14 de 10 de 2012). *www.bcf.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bcf.fin.ec>
- Arancel de Importación Integrado del Ecuador. (2013). *Arancel Integrado*. Quito: PUDELECO EDITORES.
- Banco Central del Ecuador. (14 de 10 de 2012). *www.bce.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bce.fin.ec>
- Coll, C. (2010). *Competencia Organizacional*. España: CREHT.
- García, J. C. (27 de 07 de 2000). *www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm*. Recuperado el 06 de 02 de 2012, de http://www.aniorte-nic.net/apunt_metod_investigac4_4.htm
- Luis, L. E. (14 de 10 de 2012). Tarjetas de crédito a nivel nacional. (A. Castillo, Entrevistador)
- Naresk, M. (2004). *Investigación de Mercados*. México: PEARSON EDUCACIÓN.
- Reglamento de Courier. (2008). *Derterminación de categorías*. Quito: Registro Oficial.
- Reglamento del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. (2010). *Consideraciones Generales*. Quito: Registro Oficial.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (12 de 12 de 2012). Quito, Provincia, Pichincha.
- Solines, P. (14 de 10 de 2012). Tarjetas de crédito a nivel nacional. (A. Castillo, Entrevistador)
- Spencer, L. M. (2013). *Evaluación de competencia en lo laboral*. New York: GAMIFICAION.

- Superintendencia de Compañías. (14 de 10 de 2012). *www.bcf.fin.ec*. Obtenido de <http://www.bcf.fin.ec>
- Vera, S. (14 de 10 de 2012). Tarjetas de crédito a nivel nacional. (A. Castillo, Entrevistador)
- BROWN, S., & EISENHARDT, K. (2006). *Competir al borde del Caos*. 2012: GRADIFCO.
- CHAMPY, J. (2010). *MARQUE LA DIFERENCIA Y TRIUNFE*. Washintong: Norma.
- Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones. (2010). *Registro Oficial Órgano del Gobierno del Ecaudor*. Quito: COPCI.
- González Dominguez, F. J. (2002). *Creación de empresas: guía del emprendedor*. España: AGAPEA.
- José, G. J. (2011). *Ética y Empresa*. Cuenca: GRANICA.
- Mapa de Quito. (27 de 01 de 2013). *www.google.com.ec/imgres?um*. Obtenido de <http://www.google.com.ec/imgres?um>
- Marín, F. (2011). *Administración de empresas y gestión empresarial*. Quito: Textos Marín.
- Ramiro, G. (2009). *Políticas Presupuestariales*. Quito: CENGAGE.
- Reglamento del Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones . (2011). *Registro Oficial Organo del Gobierno del Ecuador*. Quito: RCOPCI.
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. (2011). *Código Orgánico de Producción Comercio e Inversiones*. Quito: COPCI.
- Socialetic. (24 de 01 de 2013). *www.socialetic.com/que-es-el-mix-de-comunicacion-definicion-marketing.html*. Obtenido de <http://www.socialetic.com/que-es-el-mix-de-comunicacion-definicion-marketing.html>
- Superintendencia de Compañías. (5 de noviembre de 1999). *www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/ley-de-companias/*. Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/ley-de-companias/>