



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS

TRABAJO DE FIN DE CARRERA TITULADO:

“ANÁLISIS DEL SERVICIO COURIER ESPAÑA DE LA EMPRESA
SIATIGROUP Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS
IMPORTACIONES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO
AÑO 2016.”

REALIZADO POR:

DAVID ANDRÉS SAUD TOLEDO

DIRECTOR DE TESIS:

MSc. MIGUEL MURIEL

COMO REQUISITO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

QUITO, FEBRERO 2017

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, DAVID ANDRÉS SAUD TOLEDO, con cédula de identidad #1002764270, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por reglamento y por la normativa institucional vigente.

DAVID ANDRES SAUD TOLEDO

C.C.: 1002764270

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

“Análisis del servicio Courier España de la empresa SIATIGROUP y su incidencia en el desarrollo de las importaciones del sector norte de la ciudad de Quito año 2016.”

Realizado por:

David Andrés Saud Toledo

Como Requisito para la Obtención del Título de:

INGENIERO COMERCIAL EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Ha sido dirigido por el profesor

Mg. MIGUEL MURIEL

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

**Mg. MIGUEL MURIEL
DIRECTOR**

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación le dedico en especial al amor de mi vida mi hija Martina, quien ha sido mi pilar fundamental para poder alcanzar este gran objetivo en mi vida, a mi madre, mi mejor amiga, quien me enseñó que no existen barreras que no se puedan superar, a mi padre, quien ha sido mi ejemplo, guía y fortaleza a lo largo de mi vida, a mi hermano Juan Pablo, quien supo alentarme a ser mejor cada día con su ejemplo, a mi hermana María Fernanda, quien a la distancia me enseñó que los sacrificios son importantes para alcanzar la verdadera felicidad. A mi mamá de Suiza Yvonne, quien con sus palabras de amor y cariño, ha seguido cada de uno de mis pasos.

AGRADECIMIENTO

A mi director Miguel Muriel, quien supo guiarme en cada paso de mi carrera y confió en mi esfuerzo y trabajo.

A la mamá de mi hija, Micaela, quien me apoyó en los momentos más difíciles de mi carrera.

Un agradecimiento especial a la empresa SIATIGROUP, en particular al Ing José Gabela, por toda la apertura que se me brindó para que pueda realizar mi trabajo final de titulación.

RESUMEN EJECUTIVO

El régimen especial de importación Courier, es un servicio simplificado, también se lo conoce como tráfico postal o mensajería acelerada; esta categoría ahorra tiempo y costos en la importación de mercadería a las empresas importadoras.

La presente investigación se ha enfocado en el análisis del servicio de Courier España de la empresa SIATIGROUP, con el objetivo de analizar y definir el sistema logístico con el cual se maneja la compañía, la incidencia en las empresas importadoras del sector norte de la ciudad de Quito y a su vez en la rentabilidad de SIATIGROUP.

Este estudio se ha establecido en diferentes fases, en donde se desarrolló: el problema de investigación, fundamentación teórica, diagnóstico, validación del proyecto de investigación y desarrollo; teniendo en cuenta esto, se examinó a fondo todos los factores presentes en el servicio de Courier España.

Es importante recalcar que se ha realizado un análisis de la compra de una bodega propia de SIATIGROUP en España, con la finalidad de comprobar que tan factible será para la rentabilidad de la empresa. Con esto determinaremos que ventajas y desventajas aportara este estudio para las empresas importadoras del sector norte de Quito.

ABSTRACT

The Courier special import scheme is a simplified service. Also known as postal traffic or expedited messaging, this category saves time and costs on importing merchandise to importing companies.

The present investigation has focused on the analysis of the Courier España service of the company SIATIGROUP, with the objective of analyzing and defining the logistics system with which the company is handled, the incidence in the importing companies of the northern sector of the city of Quito and in turn in the profitability of SIATIGROUP.

This study has been established in different phases, where it was developed: the research problem, theoretical basis, diagnosis, validation of the research and development project, taking into account this thoroughly examined all factors present in the Courier service Spain.

It is important to emphasize that an analysis of the purchase of SIATIGROUP's own warehouse in Spain has been carried out, in order to verify how feasible it will be for the profitability of the company. With this we will determine what advantages and disadvantages this study will bring to the importing companies of the northern sector of Quito.

Contenido

FASE 1.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1 PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	3
1.5 JUSTIFICACIONES.....	4
1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES	4
1.7 NOVEDAD E INNOVACIÓN	5
2 EL MÉTODO	6
2.1 NIVEL DE ESTUDIO	6
2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACION	7
2.3 MÉTODO	8
2.4 POBLACION Y MUESTRA.....	8
2.5 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES.....	10
2.6 SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION	11
2.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS	12
3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	12
3.1 RECURSOS HUMANOS.....	12
3.2 RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES	13
3.3 RECURSOS FINANCIEROS	13
3.4 CRONOGRAMA DE TRABAJO	13
FASE 2.....	14

5	Análisis actual	55
6	Evaluación financiera	62
6.1	Análisis de la rentabilidad de la compañía “SIATIGROUP”, situación actual sin propuesta y situación futura con propuesta.....	62
7	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	65
8	BIBLIOGRAFÍA	68
9	ANEXOS	70

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Formulación de la muestra de las empresas importadoras del sector norte de Quito.....	9
Gráfico N° 2: Calidad del servicio	18
Gráfico N° 3: Organigrama de la compañía	32
Gráfico N° 4: Pregunta N°1.....	43
Gráfico N° 5: Pregunta N° 2.....	44
Gráfico N° 6: Pregunta N°3.....	45
Gráfico N° 7: Pregunta N° 4.....	46
Gráfico N° 8. Pregunta N° 5	47
Gráfico N° 9: Pregunta N°6.....	48
Gráfico N° 10: Pregunta N° 7.....	49
Gráfico N° 11: Pregunta N° 8.....	50
Gráfico N° 12: Pregunta N°9.....	51
Gráfico N° 13: Pregunta N° 10.....	52
Gráfico N° 14: Propuestas	59

Índice de Tablas

Tabla N° 1: Variable Dependiente	10
Tabla N° 2: Variable Independiente	10
Tabla N° 3: Recursos Materiales	13
Tabla N° 4: Recursos Financieros	13
Tabla N° 5: Cronograma de Trabajo.....	13
Tabla N° 6: Análisis PEST	25
Tabla N° 7. Matriz FODA	29
Tabla N° 8. Matriz DAFO	30
Tabla N° 9: Pregunta N°1	43
Tabla N° 10: Pregunta N°2	44
Tabla N° 11: Pregunta N° 3	45
Tabla N° 12: Pregunta N°4	46
Tabla N° 13: Pregunta N°5	47
Tabla N° 14: Pregunta N°6	48
Tabla N° 15: Pregunta N°7	49
Tabla N° 16: Pregunta N°8	50
Tabla N° 17: Pregunta N°9	51
Tabla N° 18: Pregunta N°10	52
Tabla N° 19: Análisis de Incremento de Ventas.....	56
Tabla N° 20: Análisis de características de la competencia	57
Tabla N° 21: Estado de resultados sin la propuesta de mejoras	62
Tabla N° 22: Estado de resultados con la propuesta de mejoras	63
Tabla N° 23: VAN y TIR sin la implementación de la propuesta de mejoras.....	64
Tabla N° 24: VAN y TIR con la implementación de la propuesta de mejoras.....	64

FASE 1

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1 PLATEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las importaciones desde España hacia Quito - Ecuador, son un factor para analizar, ya que desempeñan un papel importante entre estos dos países.

Desde la época de la colonia hasta la actualidad, el intercambio de bienes entre Ecuador y España ha sido muy importante, produciéndose varios cambios a lo largo del tiempo, que se han dado por diferentes factores: Económico, político, social y cultural. “Heredamos estas estructuras productivas y las traspasamos desde la Colonia hasta nuestros días, hemos y seguimos siendo exportadores e importadores de materias primas y productos industrializados”. (Iturralde, 2012).

En este contexto, en nuestro país se han ido creando empresas que se dedican a brindar servicios de comercio exterior, y dentro de éstos el servicio de Courier tanto nacional como internacional.

Una de estas empresas es SIATIGROUP, que brinda un servicio integral en comercio exterior, está constituida en el país desde hace trece años; nació por el emprendimiento de la ecuatoriana Yadira Mora, quien vió la necesidad de crear su propia empresa.

Mediante la prestación del servicio de Courier España, se busca que el servicio de paquetería entre los dos países sea rápido y eficaz., con la finalidad de brindar una mejor atención al consumidor final.

El servicio de courier internacional por vía aérea depende del desarrollo constante y permanente de las economías de los países, del buen desempeño de cada uno de los actores que participan, y de sus interrelaciones en el escenario multinacional. Esto constituye un factor determinante del éxito o fracaso de una operación de despacho de paquetes encomiendas, mercancías y mensajería.

Las importaciones a la ciudad de Quito se realizan bajo dos modalidades: a consumo y vía courier. En la modalidad Courier España se pueden realizar importaciones que no sobrepasen los 50 kg y \$2000, en estos casos, no se tiene límite de importaciones. Otro de los beneficios son los costos y tiempos de entrega de los productos.

La empresa SIATIGROUP arrienda una bodega en España, en ella los importadores pueden consolidar y desconsolidar su mercadería. Con lo cual pueden traer sus importaciones. Se estudiarán los factores, canales y recursos que inciden en el servicio, como por ejemplo el arriendo de la bodega en España.

Por lo antes expuesto es necesario analizar las ventajas y desventajas del servicio de Courier España categoría C, en SIATIGROUP y su incidencia en su rentabilidad, y en la rentabilidad del consumidor final, en este caso los importadores del sector del norte de la ciudad de Quito.

1.1 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es rentable para la empresa SIATIGROUP el servicio de Courier España?

1.2 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cuáles son las causas que afectan al servicio de Courier España?

¿Cómo afecta las políticas de comercio exterior a los importadores?

¿Cuál es el sector más competitivo de importaciones entre España y Ecuador?

¿Qué volúmenes de importación se maneja entre los dos países?

1.3 OBJETIVO GENERAL

Analizar el servicio de Courier España y su incidencia en la rentabilidad de la empresa SIATIGROUP.

1.4 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar cuál es el sector comercial con mayor volumen de importación bajo este régimen.
- Determinar y analizar el servicio de Courier España de la empresa SIATIGROUP
- Determinar la influencia de las políticas de comercio exterior sobre los importadores año 2016.
- Diagnosticar la demanda del servicio de Courier Internacional.

1.5 JUSTIFICACIONES

En nuestro país las importaciones han disminuido en un porcentaje importante (dato numérico), por lo que se considera necesario realizar un análisis sobre el tema de servicio de Courier España.

Se buscará y analizará el servicio de paquetería de los migrantes en España, ya que pueden ser clientes potenciales para la empresa.

Se buscará la información histórica de las importaciones del sector norte de la ciudad de Quito, con la finalidad de encontrar una estrategia de venta, enfocada en el sector con mayor volumen de importación.

La presente investigación analizará, el proceso del servicio de la empresa SIATIGROUP, con el objetivo de encontrar mejoras para el consumidor final y a su vez beneficios propios.

1.6 IDENTIFICACIÓN Y CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable Independiente: La rentabilidad de la empresa SIATIGROUP

Variable Dependiente: Servicio de Courier España de la empresa SIATIGROUP

1.7 NOVEDAD E INNOVACIÓN

La empresa SIATIGROUP cuenta con el servicio de Courier España categoría C, basándose en el concepto de Courier, significa paquetería rápida.

Esta categoría es novedosa para los importadores, ya que es una vía rápida para obtener su mercadería.

Los importadores por desconocimiento optan por otras categorías de importación, por ejemplo, la categoría a consumo. Las desventajas de esta categoría son: mayores costos, mayor tiempo del proceso de importación, requiere un agente afianzado entre otros. Es por esto que los importadores incurren en gastos innecesarios y pierden tiempo en obtener su mercadería.

Con el análisis de las importaciones se buscará innovar el servicio de Courier España, ya que se conocerá cual es el sector con mayor volumen de importación, con lo cual se buscará estrategias que afecten directamente a la rentabilidad y al servicio de la empresa.

2 EL MÉTODO

2.1 NIVEL DE ESTUDIO

Exploratorio:

Gracias a este método se podrán identificar las ventajas y desventajas del servicio de Courier España, con la finalidad de conocer los beneficios para la empresa SIATIGROUP y para los importadores del sector norte de Quito.

Por otro lado, se llevará a cabo una exploración de los factores internos y externos que inciden en el servicio.

Descriptivo:

Se analizarán las características del servicio y su proceso respectivo, así como también se recogerá información de las importaciones, para determinar estrategias que mejoren la rentabilidad de la empresa, también se recopilará información sobre la situación actual de la empresa y del servicio Courier España.

Analítico:

Se observará los resultados obtenidos durante la investigación, revisando cada una de las herramientas de estudio, con la finalidad de establecer cuál es el sector de

importadores con mayor volumen de importaciones en beneficio de la rentabilidad de la empresa SIATIGROUP.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACION

Documental:

Se obtendrá información pertinente de comercio internacional, relaciones exteriores, negocios internacionales, datos tanto microeconómicos y macroeconómicos de ambos países. Los documentos y autores en los que se investigara son: Lou Pelton, Alan Tylor, Larry Gitman y Charles.

También se obtendrá información de artículos de periódicos, revistas, instituciones gubernamentales y no gubernamentales de comercio exterior en Ecuador y España.

Así como un análisis del servicio logístico entre ambos países por ejemplo bodegas, aeropuertos, aerolíneas, agentes de comercio exterior; entre otros.

Campo:

Se recolectará información de primera mano de SIATIGROUP, que sea relevante para la investigación, número de departamentos, procesos de producción y experiencia en el mercado ecuatoriano, también se entrevistará al presidente de SIATIGROUP.

2.3 MÉTODO

Hipotético Deductivo

SIATIGROUP está creciendo a paso acelerado desde que comenzó sus operaciones en el año 2003, es una empresa que busca mejorar el servicio integral de logística en comercio exterior.

La tendencia creciente sobre la demanda del servicio de importación, hace que SIATIGROUP busque nuevas tendencias de importación, por lo cual se analizarán los productos que más se importan desde España, y a qué segmento de mercado se va dirigir, para buscar el mejor servicio de paquetería.

Basándose en los argumentos expuestos, se puede establecer que la empresa SIATIGROUP cuenta con un ambiente positivo para poder plantearse la idea de ampliar su oferta hacia el servicio de Courier España. También cuenta con la motivación necesaria para seguir ganando clientes, con lo cual podrá eventualmente expandirse e ingresar a competir en nuevos servicios.

2.4 POBLACION Y MUESTRA

Población

En el Ecuador existen aproximadamente siete mil importadores con licencia de importación, así lo ha manifestado Ricardo Troya, Gerente Distrital de la SENAE, año 2012. Por motivo de la investigación, está se desarrollará de acuerdo a los importadores

que se ubican en el sector norte de Quito, tomando en cuenta la información de las páginas amarillas, el universo es de 100 empresas importadoras.

Muestra

Para el cálculo de la muestra se utilizó el número aproximado de empresas importadoras en el norte de la ciudad de Quito que es de cien, y la muestra es de ochenta. Se realizará las encuestas respectivas.

Gráfico N° 1: Formulación de la muestra de las empresas importadoras del sector norte de Quito.

Z= Nivel de confianza

N= Universo

p= Probabilidad a favor

q= Probabilidad en contra

n= tamaño de la muestra.

e= Error de estimación

Z = 95% = 1,96	1,96	
p =	0,5	
q =	0,5	
e =	0,05	
N =	100	(universo)

96,04	79,51	80,00
1,21		

2.5 OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Tabla N° 1: Variable Dependiente

VARIABLE DEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	OPERACIONALIDAD	NIVEL DE MEDICION	INDICADORES
Rentabilidad de la empresa SIATIGROUP	"La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia; por ejemplo, un negocio es rentable cuando genera mayores ingresos que egresos, un cliente es rentable cuando genera mayores ingresos que gastos, un área o departamento de empresa es rentable cuando genera mayores ingresos que costos." (http://www.crecenegocios.com/definicion-de-rentabilidad/ , 2015)	Se realizara una evaluación financiera del servicio de Courier España, y sus posibles mejoras con la finalidad de incrementar en la rentabilidad.	Rentabilidad económica Rentabilidad financiera	VAN/TIR

Tabla N° 2: Variable Independiente

VARIABLE INDEPENDIENTE	CONCEPTUALIZACION	OPERACIONALIDAD	NIVEL DE MEDICION	INDICADORES
Servicio de courier España	"Courier Categoría C: Son todos los paquetes que pesan hasta 50 kilogramos y hasta USD \$2.000 que no entren en ninguna otra categoría. Las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea con excepción de las muestras sin valor comercial. En esta categoría no se contemplan textiles y calzado. " (http://www.aduana.gob.ec/pro/courier.action , 2016)	Se estudiará el proceso logístico actual y se analizará las posibles mejoras. Se estudiará el sector de importaciones con mayor volumen de importación.	Para analizar el servicio de Courier España se realizara una investigación del proceso logístico del servicio. Se realizará un análisis de las importaciones desde España, para lo cual me guiare por el ECUAPASS, el Banco Central, la SENA, y la herramienta privada CobusGroup.	Encuesta a los importadores del sector norte de Quito. Trabajo de observación y de campo del sistema logístico del Servicio de Courier España.

2.6 SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

Observación

Se observará el proceso del servicio de Courier, con ello se analizará los factores, canales y los diferentes recursos. Este estudio servirá para encontrar las posibles mejoras que se van a reflejar en el consumidor final y a su vez en la utilidad de la empresa.

Entrevistas a profundidad

En este ámbito se realizarán tres importantes entrevistas. La primera al funcionario de la SENA Javier Jácome, esto ayudará a conocer, de mejor manera la situación actual de la aduana del Ecuador.

La segunda entrevista a profundidad será al Gerente General, Sr. José Gabela, este dialogo ayudará a comprender todo el proceso del servicio de Courier, y a su vez, el valor agregado que se le puede brindar al consumidor final.

La tercera entrevista ser al señor Felipe Reyes, supervisor de LAARCOURIER asociado con UPS, es muy importante esta entrevista ya que se conocerá sobre el manejo interno de la competencia directa de SIATIGROUP.

Encuestas

Las encuestas se van a efectuar según lo programado. Se encuestará a ochenta empresas importadoras del sector norte de Quito, esto ayudará a tener la información sobre la mente del consumidor.

2.7 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

En la aplicación de los instrumentos de investigación se demostrará mediante una aplicación previa, en la cual se explique que los instrumentos arrojen los resultados que se espera. Se estudiará de manera correcta los factores directos e indirectos.

De acuerdo a la investigación de campo se podrá analizar los resultados de las entrevistas a profundidad y de las encuestas.

3 ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

3.1 RECURSOS HUMANOS

En la presente investigación se contará con la colaboración de los señores Byron Mora y José Gabela, Presidente y Gerente General de SIATIGROUP, respectivamente, a quienes se aplicará la entrevista a profundidad. De igual manera el aporte del Director de Tesis y mi aporte como investigador.

3.2 RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES

Tabla N° 3: Recursos Materiales

Recursos/ materiales
Impresiones
Computadora
Hojas de papel bond
calculadora
Impresora
Memoria USB

Elaborado por: David Saud

3.3 RECURSOS FINANCIEROS

Tabla N° 4: Recursos Financieros

DETALLE	Valor
Movilizacion	\$ 100
Internet	\$ 80
Equipos de computación	\$ 1.000
Alimentacion	\$ 100
Otros gastos	\$ 50
TOTAL	\$ 1.330
Elaborado por David Saud	

3.4 CRONOGRAMA DE TRABAJO

Tabla N° 5: Cronograma de Trabajo

ACTIVIDAD/SEMANA	OCTUBRE				NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Tema de Investigacion	■	■	■													
Aprobacion de Titulo de investigacion			■	■	■											
Elaboracion de la fase 1					■	■	■	■								
Elaboracion de la fase 2									■	■	■					
Elaboracion de la fase 3												■	■			
Aprobacion del Plan de titulacion														■	■	
Defensa del plan de Titulacion																■
Elaborado por David Saud																

FASE 2

FUNDAMENTACION TEORICA Y DIAGNÓSTICO

1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 MARCO CONCEPTUAL

Courier:

El tráfico postal Internacional y correos rápidos o Courier: “es el envío de paquetes y/o bultos a través de cualquier clase de correo, sea este público o privado, desde o hacia el extranjero. En caso de tratarse de correos privados, estos deberán estar autorizados por la aduana del Ecuador” (SENAE , 2011)

“CATEGORÍA B - 4X4

- Son todos los paquetes que pesan hasta 4 kilogramos y hasta USD\$400, que puede ser utilizado únicamente por personas naturales. El valor y peso de lo importado deben presentarse en forma simultánea.
- Esta categoría contempla un arancel específico de USD\$42 por importación, el consignatario puede ingresar paquetes de hasta 5 importaciones (4x4) o USD\$1200, lo que ocurra primero en el año fiscal, el pago del arancel es únicamente para el régimen de mensajería acelerada o Courier, Tráfico Postal no paga dicho impuesto.

- El Comité de Comercio Exterior (Comex) resolvió exonerar a los migrantes que constan en el registro consular del pago del arancel de 42 dólares para los envíos dentro del sistema 4x4, con un límite de 12 envíos o 2400 dólares al año, lo que ocurra primero.
- El registro consular estará interconectado con el sistema del Servicio Nacional de Aduanas (SENAE), y los migrantes podrán registrarse online

CATEGORIA C - 50 Kg \$2000

- Son todos los paquetes que pesan hasta 50 kilogramos y hasta USD \$2.000 que no entren en ninguna otra categoría. Las características de valor y peso deben presentarse en forma simultánea con excepción de las muestras sin valor comercial. En esta categoría no se contemplan textiles y calzado.
- Teléfonos Celulares: Solo para personas naturales con documento nacional de identidad ecuatoriana, podrán importar hasta una (1) unidad nueva (teléfono celular) por año fiscal
- Cuando se trate de repuestos para la industria, o para medios de transporte, requeridos con carácter de urgente, se admitirá en esa categoría un peso no mayor a 200 kilogramos, siempre que su valor no supere los USD \$ 2,000.00 o equivalente en otra moneda.
- Se exceptúan las limitaciones de valor y peso de las mercancías señaladas en el párrafo precedente cuando su número no exceda a 10 unidades, considerándose para estos efectos, como unidad, inclusive los juegos (sets o kits) conforme a las normas de clasificación arancelaria.
- Esta categoría si paga impuestos:
- Advalorem: el porcentaje dependerá del producto
- IVA: 14%

- Fodinfra: 0.5%.
- Salvaguardia: el porcentaje dependerá del producto
- A través del consulado virtual.” (SENAE , 2011)

Incoterms:

“Un incoterm representa un término universal que define una transacción entre importador y exportador, de forma que ambas partes entiendan las tareas, costos, riesgos y responsabilidades, así como el manejo logístico y de transportación desde la salida del producto hasta la recepción por el país importador.” (Comercio y Aduanas, 2014-2015)

Globalización:

“La globalización es un fenómeno inevitable en la historia humana que ha acercado el mundo a través del intercambio de bienes y productos, información, conocimientos y cultura.

En las últimas décadas, esta integración mundial ha cobrado velocidad de forma espectacular debido a los avances sin precedentes en la tecnología, las comunicaciones, la ciencia, el transporte y la industria.

Si bien la globalización es a la vez un catalizador y una consecuencia del progreso humano, es también un proceso caótico que requiere ajustes y plantea desafíos y problemas importantes.” (ONU, 2010).

Dado que el servicio de Courier España es fundamental para el mercado local de Quito, se analizarán variables de logística de comercio exterior que se puedan mejorar, en función del incremento de la importación de paquetería o Courier.

1.2 MARCO TEÓRICO

TEORÍA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

“ Estos autores, por ejemplo Karl Albrecht centran su teoría en vender al cliente lo que realmente desea, comprar, ésta la basan en siete principios:

1. Manejar la base de datos del cliente.
2. Reconocer al cliente.
3. Hablar frente a frente.
4. Manejar las encuestas centradas en el ¿Cuándo?, ¿Por qué? Y ¿Cómo?
5. Analizar la información.
6. Hacer propuestas.
7. Cerrar el ciclo.

Karl Albrecht aporta al servicio el modelo de los triángulos internos y externos, donde se fundamenta la teoría del servicio. Estos muestran los elementos clave de la administración de los servicios y la interrelación de los mismos.

En la parte superior del triángulo que se grafica a continuación, está la estrategia del servicio, la cual está determinada por la enunciación de estándares de servicio y la descripción de funciones del personal del servicio. Tanto los estándares y la descripción

de funciones juegan un papel importantísimo en el proceso de evaluación de desempeño de los empleados.

Al lado derecho del triángulo, se presenta las personas que prestan los servicios, esto incluye los empleados de primera línea, el personal secundario que puede o no tener contacto con el cliente y el persona gerencial, que supervisa la entera operación del servicio.

La parte izquierda del triángulo, gráfica el sistema que permite al personal dar el servicio al cliente.

Finalmente, el triángulo muestra el factor más importante en el modelo: el cliente. Es para el cliente que todos los otros factores existen. Todos ellos llegan a constituir la completa experiencia de servicio del cliente.”

Gráfico N° 2: Calidad del servicio



(CARLZON, 2007)

TEORÍA CLÁSICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL.

“La teoría clásica del comercio internacional se basa en la teoría del valor trabajo, la cual afirma que el trabajo es el único factor de la producción y que en una economía

cerrada, los bienes se intercambian de acuerdo con las dotaciones relativas de trabajo que contienen.

La teoría del comercio es resultado de la aplicación del paradigma clásico, basado en la división del trabajo y en la noción de productividad, en la determinación de tres cuestiones básicas:

- Las ganancias del comercio
- Los patrones del comercio
- Los términos de intercambio.” (Puce, 2016)

TEORÍA DEL LIBRE COMERCIO

“La teoría de libre comercio sostiene que los gobiernos no deben influir en el comercio de los países estableciendo impuestos o tasas arancelarias para que a fin de incentivar a los comerciantes a realizar un intercambio continuo de bienes y de servicios.

Los países exportan aquellos viene, cuya producción requieren menos trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en cuya producción requieren más trabajo que otras naciones.

De ahí que, desde esta perspectiva, el libre comercio internacional es mutuamente beneficioso para los países participantes.” (Puce, 2016)

1.3 MARCO REFERENCIAL

“PLAN DE MARKETING ESTRATÉGICO PARA LA EMPRESA DE SERVICIOS INTEGRALES EN ADUANAS Y TRANSPORTE INTERNACIONAL SIATI CIA. UBICADA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA, CIUDAD DE QUITO”

En la tesis de pregrado del señor José Aguirre en la universidad Católica, realizada en el año 2010 en la ciudad de Quito, se realizó el estudio de un plan de marketing de la empresa SIATIGROUP, con la finalidad de mejorar los procesos internos de la compañía. Para el estudio del servicio de Courier, me enfocare en el capítulo I, que es el tráfico postal Courier de la empresa SIATIGROUP.

La información recopilada ayudará a comprender y analizar el servicio, desde otro punto de vista.

“ANÁLISIS DE LA IMPORTACIÓN DE LA LÍNEA DE PRODUCTOS ANTEC Y SU INCIDENCIA EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA MV ASOCIADOS CÍA. LTDA. EN QUITO DISTRITO METROPOLITANO, AÑO 2015”

En la tesis del señor Cristian Sangucho, realizada en el año 2015 en la ciudad de Quito. Se analizó la importación de la línea de productos ANTEC.

Este análisis ayudará a estudiar de mejor manera el proceso de importación y los recursos que intervienen en dicho proceso.

“CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS COURIER UBICADA EN LA PARROQUIA ELOY ALFARO DEL CANTÓN QUITO”

En la tesis de la señorita Jhisela María Cárdenas Navarrete realizada en el año 2012, estudiante de la universidad Central del Ecuador.

1.4 MARCO LEGAL

Artículo 2.- El régimen de excepción de “Tráfico Postal Internacional” es brindado por el operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador; y el régimen de “Mensajería acelerada o Courier” en el Ecuador puede ser brindado por el Operador Público del Servicio postal Oficial del Ecuador o por empresas privadas debidamente autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

El Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador está sujeto a las regulaciones que emita el Servicio Nacional de Aduana del (SENAE, 2013)

Artículo 3.- Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador: El Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador, es el responsable de la presentación de la Declaración Aduanera Simplificada (DAS) de las mercancías amparadas al régimen de excepción de “Tráfico Postal Internacional” o de “Mensajería Acelerada o Courier”, que transporta e ingresa al país. Para el efecto, dicho Operador deberá presentar, según corresponda al tipo de carga, las DAS bajo el régimen de excepción de “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier”,

cumpliendo los requisitos previstos en la presente resolución para el respectivo régimen (SENAE, 2013).

Artículo 4.- Empresa Courier: La empresa courier es la responsable de la presentación de la DAS de las mercancías amparadas al régimen de excepción de “Mensajería Acelerada o Courier” que transporta e ingresa al país, únicamente bajo este régimen, cumpliendo los requisitos previstos en la presente resolución (SENAE, 2013).

CATEGORIZACIONES DE LAS MERCANCÍAS PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN DE “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELARADA O COURIER”

Categoría “B”

Para el caso de las DAS consolidadas, el declarante debe transcribir los datos del consignatario de acuerdo a lo establecido en el manual de procedimientos expedido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Sólo se permitirán paquetes categoría “B” cuando el consignatario de la guía hija sea una persona natural. Durante el proceso de despacho y previo al pago de los tributos, se podrá re categorizar mercancías declaradas en categorías “C”, “D”, “E” o “F”, que por sus características de peso y valor evidentemente correspondan a categoría “B”, mediante una solicitud de la empresa Courier debidamente justificada. No se exigirá la presentación de documentos de acompañamiento o de soporte relacionados con restricciones técnicas, para el despacho de los bienes clasificados en esta categoría, exceptuando las mercancías cuyas partidas específicas requieran registros, permisos, autorizaciones o licencias de cualquier clase

emitidos por el Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas, inclusive las medicinas, el Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas y la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica. No se aplicarán sanciones cuando dentro del acto de aforo de un paquete clasificado en la categoría “B”, se evidencie mercancía no detallada en la declaración, siempre que ésta, una vez pesada y valorada, no conlleve a la re categorización de la mercancía. Si se estableciese que existe fraccionamiento de envíos dentro de esta categoría, se agruparán las mercancías para poder determinar la categoría correspondiente y en función de ese resultado se continuará el trámite previsto en el presente artículo, sin perjuicio de las sanciones que establece el presente reglamento o el Libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones para las infracciones aduaneras (SENAE, 2013).

Artículo 26.- Re categorización de mercancías: Las mercancías podrán ser re categorizadas y seguir con el proceso establecido en el presente reglamento para el régimen correspondiente (SENAE, 2013).

Artículo 30.- Clasificación de mercancías: La clasificación arancelaria de las mercancías bajo los regímenes de excepción de “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier” será en la subpartida específica que le corresponda según su categoría dentro del Capítulo 98 del Arancel Nacional de Importaciones; o dentro de los capítulos del 1 al 97 en caso de categoría “C” (• Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” , 2013).

Disposiciones Generales PRIMERA. -

La naturaleza de los regímenes de excepción de “Tráfico Postal Internacional” y “Mensajería Acelerada o Courier” incluye formalidades simplificadas y despacho ágil, siempre que la carga arribe cumpliendo con los requisitos establecidos y en condiciones normales que avalen este tratamiento (SENAE, 2013).

2 DIAGNÓSTICO

2.1 AMBIENTE EXTERNO

2.1.1 MACRO ENTORNO

Análisis Pest

Este análisis identifica los siguientes factores: factor político, factor económico, factor social y factor tecnológico.

Los resultados que se obtendrán con este análisis permitirán conocer la situación actual del mercado en el que la compañía desarrolla sus actividades, en este caso en el ámbito del comercio exterior. También se conocerá en qué dirección se proyecta SIATIGROUP.

Tabla N° 6: Análisis PEST

	Análisis PEST			
Político - Legal	Económico	Social	Tecnológico	
Legislación actual	Situación económica local	Tendencias de estilo de vida	Acceso a medios tecnológicos	
Legislación futura	Tendencias en la economía local	Demografía	Información y comunicación	
Legislación internacional	Economía y tendencias en otros países	Opinión y actitud del consumidor	Innovación	
Procesos y entidades regulatorias	Asuntos generales de impuestos	Migrantes	Asuntos de propiedad intelectual	
Políticas gubernamentales	Impuestos específicos del servicio	Cambios de leyes que afecten factores sociales		
Período gubernamental y cambios	Factores específicos de la industria	Publicidad y relaciones públicas		
Políticas de comercio exterior	Intereses y tasas de cambio			

Elaborado por: David Saud

Factor político legal

La situación actual del país es incierta, ya que en el 2017 hay elecciones electorales en el Ecuador, la situación político legal afectara a las decisiones económicas que se tomen después del cambio de mandatario.

El actual gobierno generó desde el 2007 inseguridad jurídica para el sector privado, se negó a suscribir acuerdos comerciales con los principales mercados mundiales, se distanció políticamente de países amigos.

Se ha anunciado que el presidente del Ecuador Rafael Correa no correrá a la reelección, esto significa, un cambio de sistema político.

Aumentó excesivamente la carga tributaria y las obligaciones de las empresas con los trabajadores y con varias entidades públicas; no mejoró las condiciones de los puertos. Una de las decisiones más importantes del actual gobierno fue suscribir tardíamente el Acuerdo Comercial con la Unión Europea.

Uno de los aciertos magníficos que tuvo el actual gobierno fue poner en funcionamiento el aeropuerto nuevo internacional de Quito. Esto ayudo a facilitar y agilizar la entrega de las importaciones.

Según análisis internacionales, es probable que el Gobierno, ante la cercanía del año electoral, evite tomar medidas de ajustes muy severos y, por el contrario, busque estimular el crecimiento impulsado por la inversión con financiamiento. (Osorio, 2015)

Factor Económico

Con respecto a los factores Económicos, en el año 2016 el petróleo sufrió una fluctuación en el precio, una de las medidas que se tomó, fue un recorte del gasto público y la terminación de contratos en proyectos claves.

En dicho año, la dolarización se vio afectada, ya que el gobierno contrajo deudas y entro en moratoria. Para el año 2017 se tendrá que tomar medidas de ajuste económico.

El indicador más importante en la actualidad para el país es el precio internacional del petróleo. El Ecuador depende de los ingresos petroleros, este análisis nos ayuda a entender la situación económica.

“En ese marco, estudios de consultoras internacionales sostienen que, dado que hay una sobre oferta de crudo en el mundo, los bajos precios del petróleo podrían durar los próximos 15 años. Con relación al crudo ecuatoriano, por el que llegó a pagarse hasta USD 100 por barril, se estima que no se cotizará en el 2016 en más de USD 40 por barril, que es el precio que fue considerado para la elaboración del Presupuesto General del Estado.”

Las políticas macroeconómicas que se aplican desde el año 2007; la fuerte caída del precio internacional del petróleo; la apreciación del dólar en el mundo, que encarece las exportaciones nacionales; el oficialmente reconocido fracaso en la aplicación del Código de la Producción del año 2010, que hasta ahora no ha atraído inversiones; la multiplicación de los controles gubernamentales sobre las empresas; el creciente endeudamiento con China y el muy difícil acceso a otras escasas fuentes de recursos financieros; la paralización de las negociaciones con las empresas mineras; hacen que se dude en la inversión interna y externa del país.

“En otros sectores económicos, entre tanto, hay también algunas novedades. En el caso de la agricultura, el 2016 cierra con un crecimiento anual de 0,6%, mientras que, en el sector del comercio internacional, hay una evidente desaceleración, y de crecer al 12%, a fines de 2016.”

Pese a la desaceleración en el sector de comercio exterior, la empresa SIATIGROUP creció en un 5%, lo que se destaca a la gran organización.

El 2016 aumento el gasto público y los ingresos fiscales, lo que en resumen se pudo observar en ese año que no hubo crecimiento económico en la mayoría de sectores prioritarios (PlanV, 2015)

Factor Social

Con respecto a lo social, es muy importante conocer sobre la tendencia de los inmigrantes, como dato importante se conoce que los ecuatorianos que llegaron a España en el año 2016 se incrementó, ya que el gobierno español les proporcionará una paga mensual de 600€ a las personas mayores a 18 años, esta reforma fue muy importante para que los ecuatorianos migren en el año 2016, por el nivel de ingresos.

Factor tecnológico

En el Ecuador existe una marcada diferencia en cuanto al acceso a la tecnología pues influye en gran parte el poder adquisitivo de cada uno de los sectores económicos; una pequeña o mediana empresa tendrá acceso a un servicio tecnológico básico, al contrario de una empresa de mayor poder económico podrá acceder a un sistema más completo.

Por ejemplo, en la empresa SIATIGROUP se utiliza un software privado llamado Cobusgroup, en el cual se maneja información respecto al comercio interracial.

2.1.2 MICRO ENTORNO

Matriz FODA

Tabla N° 7. Matriz FODA

Análisis FODA	
Fortalezas	Debilidades
Recurso humano capacitado	Entrar en el ámbito de la exportación
Aplicación de políticas de servicio, satisfacción y repetición del servicio	Promoción y publicidad de la empresa
Experiencia en el mercado	Carece de infraestructura adecuada para el manejo de los productos importados.
Red de agentes de comercio exterior alrededor del mundo	Convenios estratégicos con empresas de transporte
Oportunidades	Amenazas
Incremento de empresas importadoras en Quito	Crisis internacional
Volúmen de productos importados	Competencia
Precios de la competencia	Algunos competidores se encuentran en la mente del consumidor
Apertura de nuevas líneas de servicio	Políticas gubernamentales cambiantes.
Bodegas propias	

Elaborado por: David Saud

Tabla N° 8. Matriz DAFO

Análisis Interno	Análisis Externo
Debilidades	Amenazas
Entrar en el ámbito de la exportación	Crisis internacional
La bodega en España se subcontrata	Competencia
Carece de infraestructura adecuada para el manejo de los productos importados.	Algunos competidores se encuentran en la mente del consumidor
Convenios estratégicos con empresas de transporte	Políticas gubernamentales cambiantes.

Fortalezas	Oportunidades
Recurso humano capacitado	Incremento de empresas importadoras en Quito
Aplicación de políticas de servicio, satisfacción y repetición del servicio	Volumen de productos importados
Experiencia en el mercado	Precios de la competencia
Red de agentes de comercio exterior alrededor del mundo	Apertura de nuevas líneas de servicio
	Bodegas propias en Quito y Guayaquil

Elaborado por: David Saud

2.2 AMBIENTE INTERNO

2.2.1 CADENA DE VALOR Y/O FUERZAS CORPORATIVAS

La compañía

SIATIGROUP es un grupo de empresas que brinda, soluciones integrales en comercio exterior, cuenta con más de trece años en el mercado.

La razón de ser de SIATIGROUP, es adaptarse a las necesidades de importaciones y exportaciones, con el objetivo de adaptarse a todos los requerimientos del cliente.

Misión

“Brindar soluciones ágiles y oportunas en el manejo internacional de carga, convirtiéndose, en un aliado estratégico de nuestros clientes”. (siatigroup, 2016)

Visión

“Convertirse en el freight forwarder más importante del país brindando a nuestros aliados un servicio con altos estándares de calidad, abriendo más conexiones de negocios entre Ecuador y el mundo” (siatigroup, 2016)

Valores corporativos

“Honestidad

Responsabilidad

Respeto

Compromiso

Ética”

(siatigroup, 2016)

Objetivos

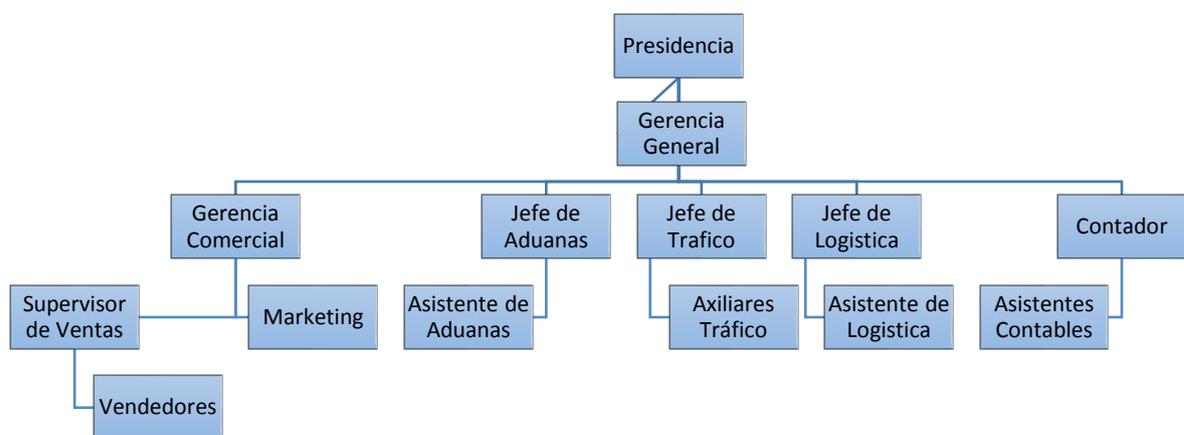
Política de calidad

“Orientar nuestro talento humano y recursos hacia el logro de procesos y servicios integrales en logística y comercio exterior de calidad, para garantizar la satisfacción de

nuestros clientes, dentro de un marco legal, de mejoramiento continuo y crecimiento sostenido” (siatigroup, 2016).

Organigrama de la Compañía

Gráfico N° 3: Organigrama de la compañía



Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: “SIATIGROUP”

3 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

3.1 ELABORACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.

Encuesta relacionada al servicio de Courier (Importaciones)

Por favor responda el cuestionario según su criterio:

Edad

Genero

Masculino

Femenino

1) ¿Realiza importaciones desde España bajo la modalidad de Courier?

SI

NO

2) ¿Maneja usted un sistema integral de logística en comercio exterior?

SI

NO

3) ¿Su empresa ha tenido alguna asesoría sobre servicios logísticos en comercio exterior?

SI

NO

4) ¿Con qué ciudades de España realiza sus importaciones?

Madrid

Barcelona

Sevilla

Otras

5) ¿Le satisface el servicio de courier actual que contrata su empresa?

SI

NO

6) ¿Qué empresas de logística en comercio exterior utiliza frecuentemente?

DHL

FEDEX

SHIVER TRANS

UPS

SIATIGROUP

Otras

7) ¿A su empresa le interesa un servicio de Courier España integral?

SI

NO

8) ¿Usted importa mercadería menor a 50 kg y \$2000?

SI

NO

9) ¿Qué tipo de negociación utiliza en el servicio integral de comercio exterior?

FOB

EXW

Otros

10) ¿Qué tipo de mercadería usted importa frecuentemente?

Productos farmacéuticos

Repuestos

Productos electrónicos

Prendas de vestir

Otros.

11) ¿Con qué frecuencia realiza las importaciones bajo el régimen de vía Courier?

SEMANALMENTE

MENSUALMENTE

SEMESTRALMENTE

3.1.1 ENTREVISTAS A PROFUNDIDAD

3.1.1.1 ENTREVISTA DIRIGIDA AL JEFE DE PROCESOS COURIER DE LA SENA E

1.- ¿Cuáles son las especificaciones de las categorías b y c del régimen de Courier?

La categoría B no está sujeto al pago de impuestos siempre y cuando el declarante sea una persona natural y el número de cedula.

2.- ¿Cuáles son los requisitos que necesita un importador para poder realizar la importación bajo esta modalidad?

Factura comercial

Guía Comercial

RUC

DAS (Declaración aduanera simplificada)

3.- ¿Cuál es su opinión sobre los beneficios del servicio de Courier sobre los importadores?

Es una facilidad evitando incurrir en costos como tarifas e impuestos de la aduana, la carga puede llegar en horas. Se ahorra en costos y tiempo del agente de aduana.

4.- ¿Cuál es la diferencia entre la modalidad a consumo y la modalidad vía Courier?

En lo que respecta importaciones categoría C, la diferencia está en el peso y valor comercial de la factura.

5.- ¿Conoce usted cuales son los países con mayor frecuencia de importación bajo esta modalidad?

España y Estados Unidos.

6.- ¿Cuántas importaciones pueden ser realizadas bajo esta modalidad, por el importador?

No tiene límite de importación.

**3.1.1.2 ENTREVISTA AL SUPERVISOR DE LA EMPRESA LARCOOM,
ASOCIADA CON UPS INTERNACIONAL.**

1. ¿Realizan importaciones bajo la modalidad de Courier?

Si, las importaciones están a cargo del personal de la empresa UPS, y el servicio es subcontratado.

2.- ¿Cuál es su opinión respecto al beneficio del servicio de Courier?

El tiempo oportuno para entregar la mercadería, y el tema de costos ya que no se incurre en impuestos de aduana.

3.- ¿Cómo se manejan en tema de costos?

Se manejan en un rango prudencial para manejar un excelente servicio.

4.- ¿Cómo clasifican su mercadería?

En mercadería peligrosa, frágil y común.

5.- ¿Una desventaja del servicio Courier?

El mayor problema es la base de datos de los clientes, para poder entregar la mercadería, no siempre es confiable las direcciones e información de las bodegas de los clientes, y como se trata de entrega rápida no hay tiempo de verificar la información y eso es un gasto extra para la compañía, en el caso de que la dirección no coincida.

6.- ¿Cuál es el proceso logístico que se maneja en LAARCOURIER?

Llegan los bultos o paquetes a la compañía, pasa al departamento de digitación en la cual se registra el detalle de la importación, se identifica los paquetes con etiquetas de identificación, generalmente llegan las importaciones en las mañanas a las bodegas de Laarcourier, luego va a el área de asignación en la cual se organiza todos los paquetes de Courier y por último se distribuyen por toda la ciudad para su respectivo envío a los clientes.

7.- ¿Cuánto dura el proceso de entrega del Courier al cliente final desde que sale la mercadería de España?

5 días aproximadamente.

8.- ¿En qué se diferencia LAARCOURIER con su competencia?

Satisfacer las necesidades del cliente entregando la paquetería en el tiempo establecido. Como trabajadores de LARCOURIER todos son vendedores de su servicio

y emprendedores, especializados en correspondencia, paquetes relativamente pequeños, revistas, documentos entre otros, en realidad es nuestro servicio estrella.

9.- ¿Quién es su competencia directa?

Servientrega, DHL

10.- ¿Ustedes subcontratan el servicio de flota de camiones, para la entrega de la mercadería?

Si, y se incurre en un gasto extra.

3.1.1.3 ENTREVISTA AL GERENTE GENERAL DE SIATIGROUP, SEÑOR JOSÉ GABELA

1.- ¿Podría comentar acerca de la compañía y la experiencia que tiene brindando el servicio de Courier España?

Siatigroup es un grupo de empresas que brinda soluciones integrales, ágiles, rápidas y oportunas en logística y comercio exterior, contamos con más de 13 años de experiencia en el mercado.

El servicio de courier España es uno de nuestros servicios que ofertamos al cliente, lo que buscamos que sea un servicio estrella como nuestro courier Miami.

2.- ¿Está satisfecho con el volumen de clientes y ventas con respecto al servicio de Courier España en el año 2016?

SIATIGROUP es una empresa que en el año 2016, en ninguno de sus servicios ha tenido pérdidas, hemos crecido en 5 % con respecto a nuestra competencia, se debe al poder de venta interno en la compañía y al servicio personal que brinda SIATIGROUP. Fue un año complicado, pero fuimos eficientes.

3.- ¿Qué aspectos se podría mejorar en el servicio de Courier España, para aumentar las ventas?

Un aspecto importante, es que no tenemos bodega propia en España, nosotros tenemos que arrendar y muchas veces subcontratar el servicio de almacenamiento, y obviamente repercute en los precios al cliente final.

4.-¿Considera que los procesos de importación que maneja la Aduana del Ecuador (SENAE) afectan a la rentabilidad de la compañía?

En ninguna manera, los procesos logísticos y de documentación son necesarios para un mayor control de la mercadería.

5. ¿Podría comentar los beneficios del servicio Courier España?

Se destaca la rapidez y eficiencia del servicio, por ejemplo un Courier España en alrededor de 6 días el cliente obtiene su mercadería, en Courier Miami que es nuestra especialidad en 48 horas los productos llegan al consumidor final.

No tienes la necesidad que contratar a un agente afianzado, solo con el RUC puedes realizar tus importaciones bajo esta modalidad.

6.- ¿Podría comentar que ventajas tiene SIATIGROUP con respecto a su competencia con respecto al servicio de Courier España?

Nosotros pensamos diferenciarnos con la compra de una bodega en España, por el momento nuestra diferencia es el trato personalizado de nuestro personal, poseemos personal de SIATIGROUP dentro de la aduana que facilita la documentación y salida de la mercadería.

3.2 RECOLECCIÓN DE DATOS

Entrevistas

La primera entrevista a profundidad fue realizada a un personero de la Senae, en el departamento de Courier, señor Javier Jácome, Jefe de Procesos Aduaneros Courier. La entrevista se la realizo el día 15/12/2016, obteniéndose datos importantes sobre los procesos logísticos de la SENAE en este régimen especial.

La segunda entrevista fue realizada al Supervisor de la empresa LAARCOURIER, asociada con UPS, el señor Felipe Reyes. La visita a la matriz de la indicada empresa, se la realizo el día 19/12/2016, recopilándose información importante sobre la competencia directa de SIATIGROUP.

La tercera entrevista fue realizada al gerente de ventas de la empresa SIATIGROUP José Gabela. La entrevista se la realizo el día 18/01/17. Se recopilo información importante sobre las ventas relacionadas al servicio de Courier España. También ventajas y desventajas de SIATIGROUP frente a su competencia.

Encuestas

Las encuestas se realizaron según lo planteado en la muestra, a 80 empresas importadoras del sector norte de la ciudad de Quito; se visitó a las agencias durante la última semana del año 2016 y enero del año 2017, recogiendo la información acordada a partir de esto, se procedió con el análisis e interpretación de datos.

3.3 PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

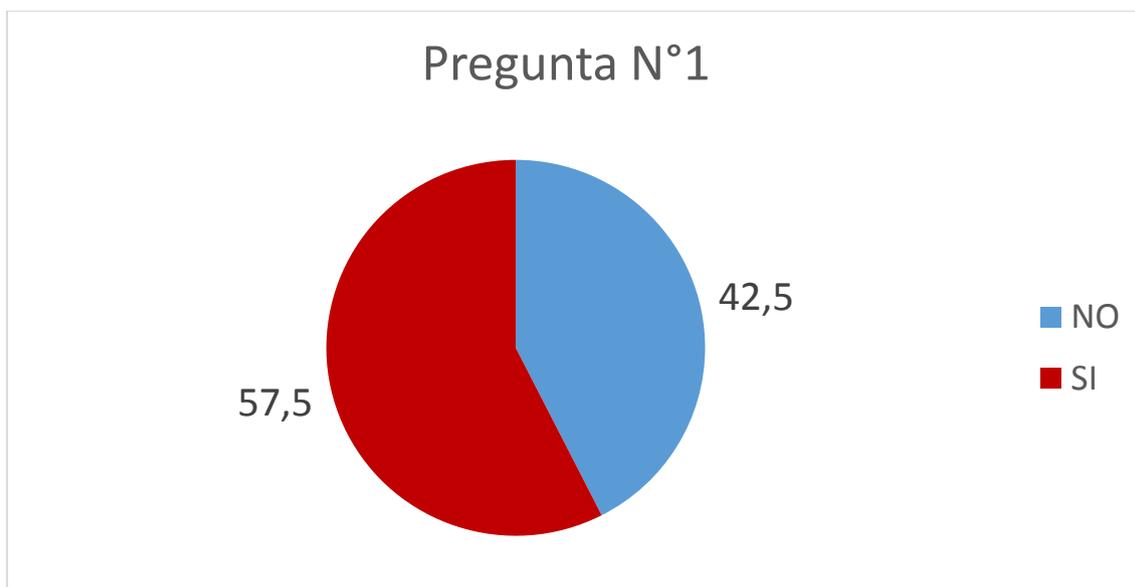
1.- ¿Realiza importaciones desde España bajo la modalidad de Courier?

Tabla N° 9: Pregunta N°1

Opciones	N° de encuestados	Porcentaje
SI	46	57,5
NO	34	42,5
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 4: Pregunta N°1



Los resultados muestran que el 57,5% de los encuestados si importan desde España bajo la modalidad de Courier. Este dato es muy importante ya que nos ayuda a conocer que existe una relación comercial significativa entre España y Ecuador. Con esta pregunta sabemos que es importante la propuesta sobre la compra de la bodega de los bienes en España., ya que puede ayudar a los inmigrantes y los residentes en el Ecuador.

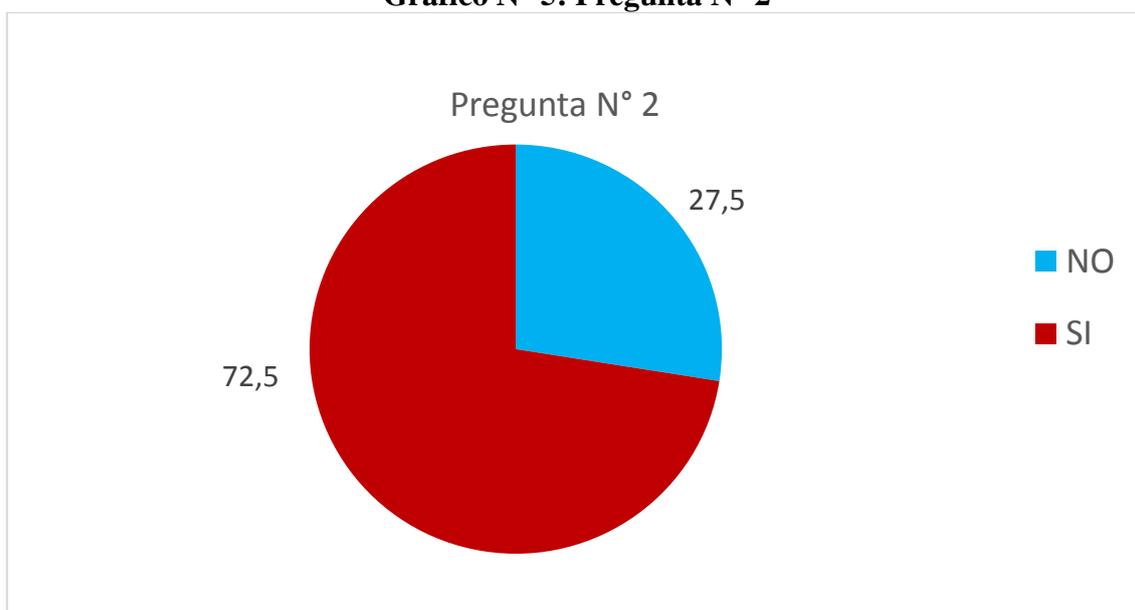
2.- ¿Maneja usted un sistema integral de logística en comercio exterior?

Tabla N° 10: Pregunta N°2

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
SI	58	72,5
NO	22	27,5
TOTAL	80	100

Elaborado por David Saud

Gráfico N° 5: Pregunta N° 2



Al analizar los resultados obtenidos, el 72,5% de los encuestados, respondieron que si tienen un sistema integral de logística, esto nos ayuda a entender que se debe trabajar en estrategias de ventas para poder brindar el servicio de importaciones completo, ya que sería rentable para la empresa SIATIGROUP.

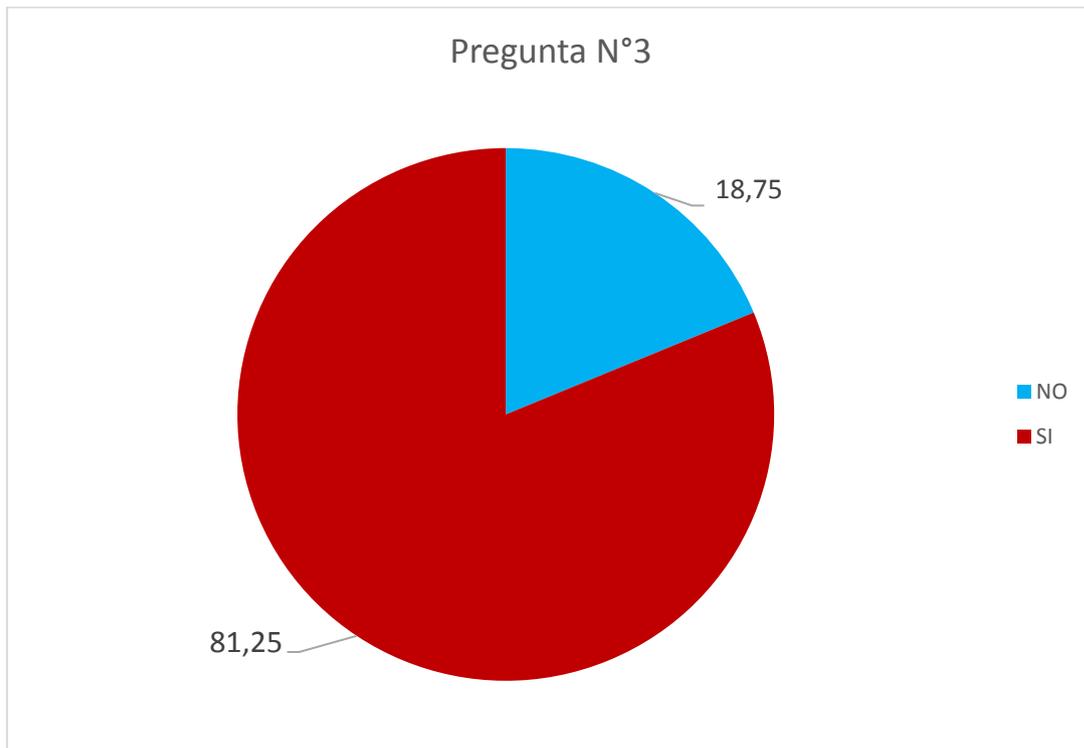
3.- ¿Su empresa ha tenido alguna asesoría sobre servicios logísticos en comercio exterior?

Tabla N° 11: Pregunta N° 3

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
SI	65	81,25
NO	15	18,75
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 6: Pregunta N°3



En esta pregunta los resultados muestran que la mayoría de empresas si han recibido asesoría de comercio exterior. Con este resultado conocemos que existen muchos oferentes que brindan un servicio de asesoría en comercio exterior. SIATIGROUP se enfoca en la asesoría, pero en especial en la satisfacción del cliente.

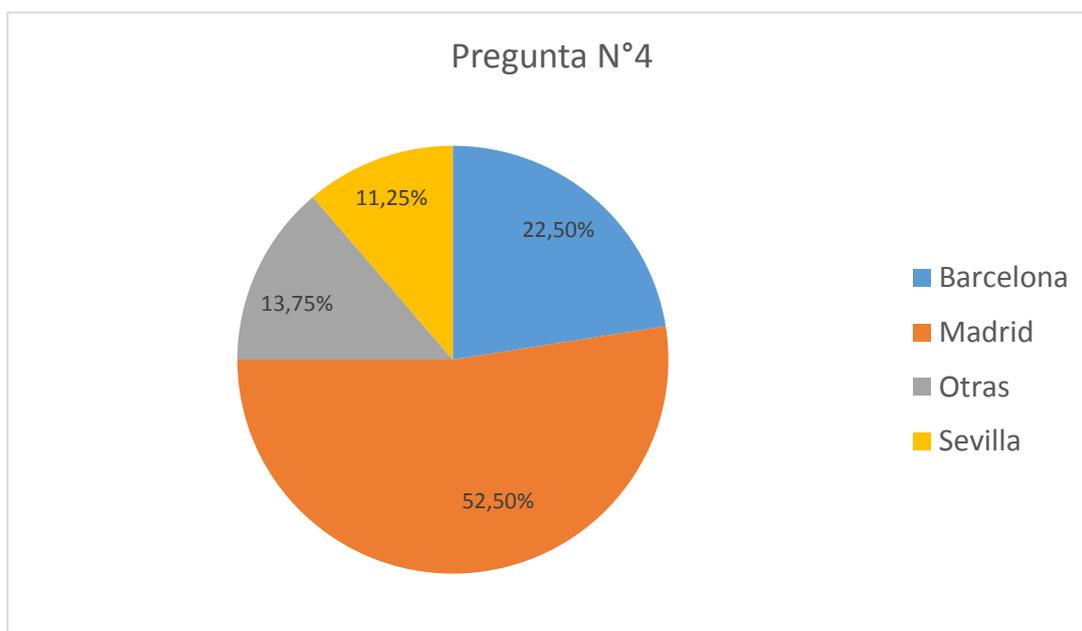
4.-¿Con qué ciudades de España realiza sus importaciones?

Tabla N° 12: Pregunta N°4

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
Madrid	42	52,50%
Barcelona	18	22,50%
Sevilla	9	11,25%
Otras	11	13,75%
Total	80	100%

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 7: Pregunta N° 4



Estos resultados nos ayudan a conocer en qué ciudad se puede adquirir la bodega para que sea beneficioso para el cliente interno y externo de SIATIGROUP, en este caso la ciudad de Madrid.

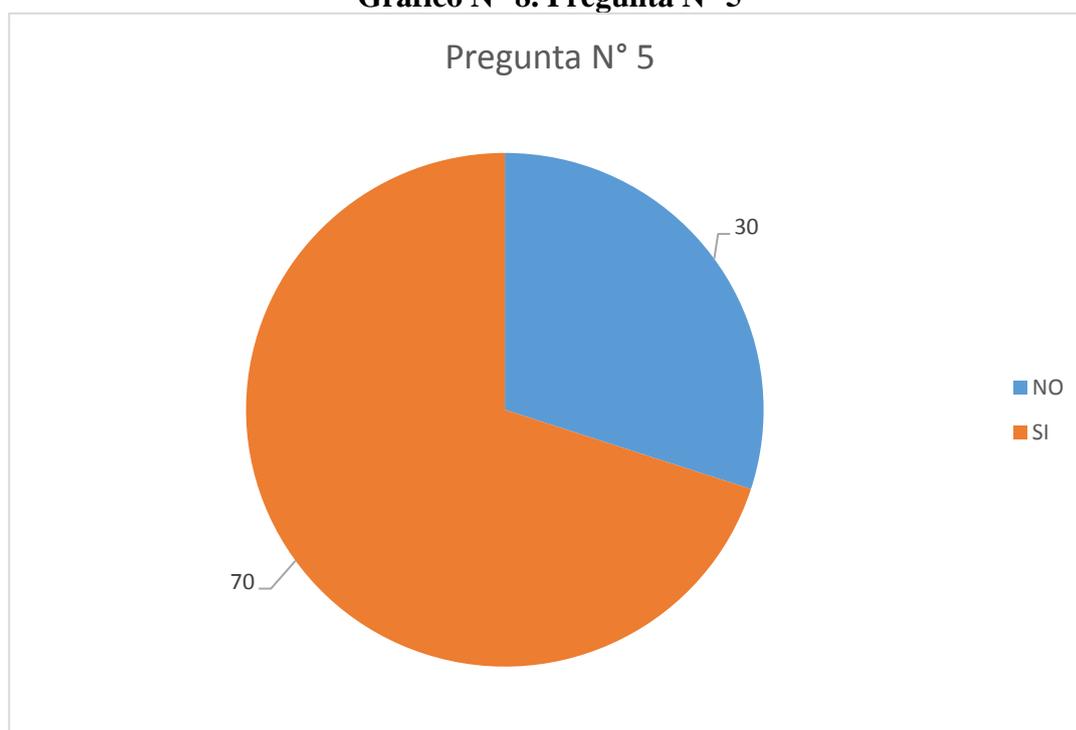
5.- ¿Le satisface el servicio de Courier actual que contrata su empresa?

Tabla N° 13: Pregunta N°5

Opciones	N°de encuestados	Porcentajes
SI	56	70
NO	24	30
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 8. Pregunta N° 5



En esta pregunta el 70% dijo que si le satisface el servicio de Courier actual que tiene su empresa, SIATIGROUP debe enfocarse en ingresar a sus clientes como una segunda mejor opción. Ofertando mejores factores para que los clientes opten por el servicio de SIATIGROUP.

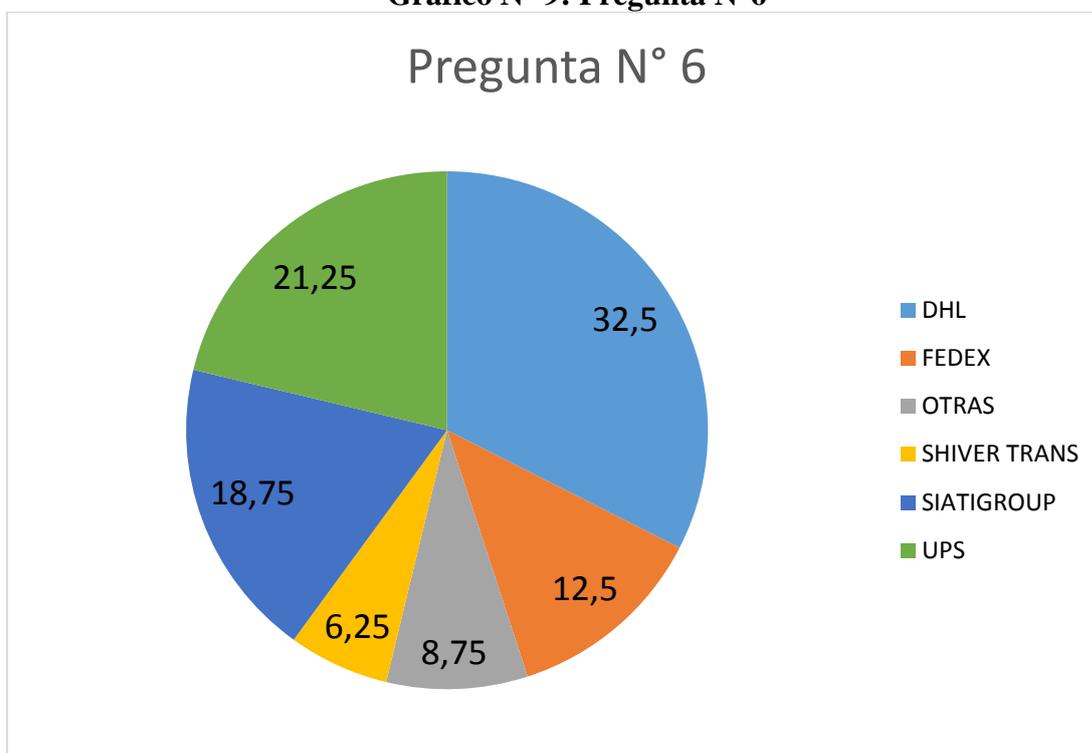
6) **¿Qué empresas de logística en comercio exterior utiliza frecuentemente?**

Tabla N° 14: Pregunta N°6

Opciones	N° de encuestas	Porcentajes
DHL	26	32,5
FEDEX	10	12,5
SHIVER TRANS	5	6,25
UPS	17	21,25
SIATIGROUP	15	18,75
OTRAS	7	8,75
TOTAL	80	100

Elaborado por David Saud

Gráfico N° 9: Pregunta N°6



Mediante este gráfico se entiende que la competencia directa que tiene SIATIGROUP es con DHL y UPS, ya que son organizaciones líderes en el ámbito del servicio de comercio exterior específicamente en el régimen de Courier o paquetería.

SIATI se ubica en tercer lugar en la decisión y mente del consumidor. Con la estrategia de la adquisición de la bodega propia en España se estima que SIATI sea la primera opción para el cliente final.

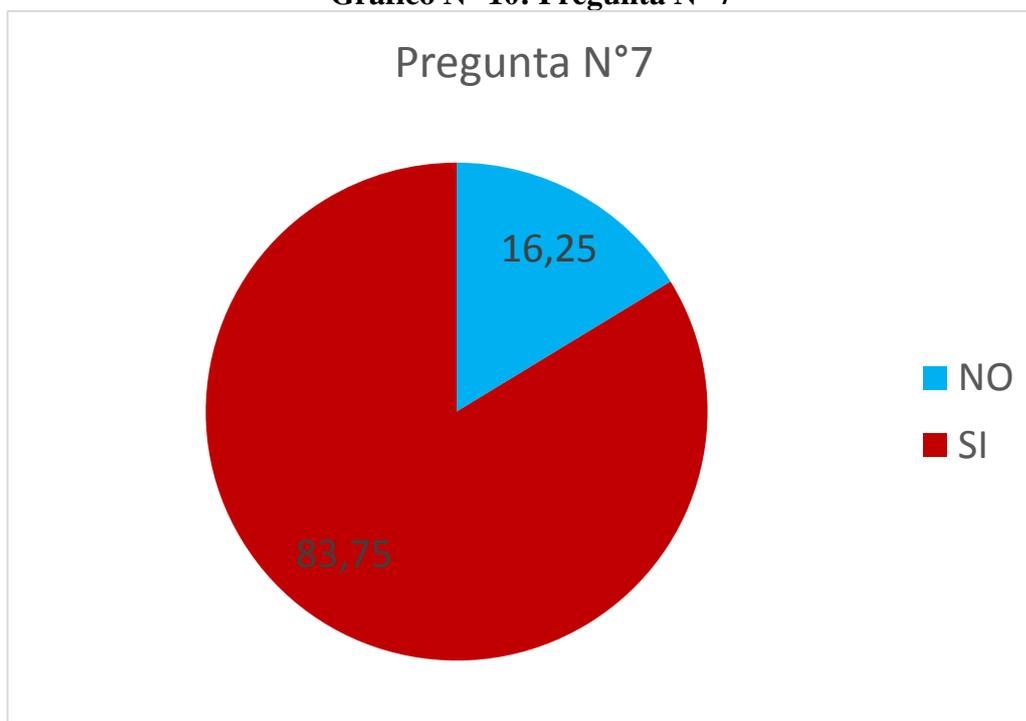
7) ¿Usted importa mercadería menor a 50 kg y \$2000?

Tabla N° 15: Pregunta N°7

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
SI	67	83,75
NO	13	16,25
TOTAL	80	100

Elaborado por David Saud

Gráfico N° 10: Pregunta N° 7



Mediante este gráfico se observa que el 83.75% de los encuestados sí importa mercadería menor a 50 kg y 2000\$ en factura comercial, esto es muy importante ya que existe, un mercado amplio en el régimen categoría B y C de Courier.

En este aspecto es muy importante dar a conocer el servicio de Courier España, ya que es un mercado potencial.

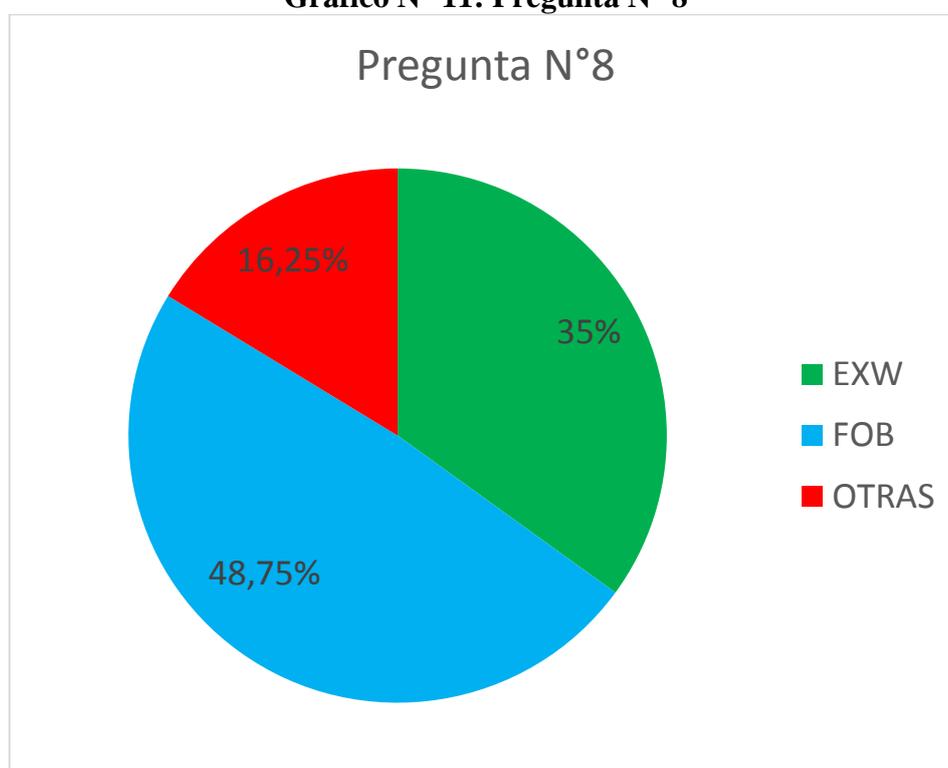
8) ¿Qué tipo de negociación utiliza en el servicio integral de comercio exterior?

Tabla N° 16: Pregunta N°8

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
FOB	39	48,75
EXW	28	35
OTRAS	13	16,25
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 11: Pregunta N° 8



Los resultados son muy claros, y muestran que el 48,75% de los encuestados utilizan el incoterm FOB, quiere decir que traen su mercadería desde puerto, sin la necesidad de realizar un pick up.

Es interesante investigar el 35% del incoterm EXW, quiere decir que los importadores buscan un servicio desde la puerta del proveedor, éste el mercado meta de SIATIGROUP, ya que es un servicio integral de comercio exterior.

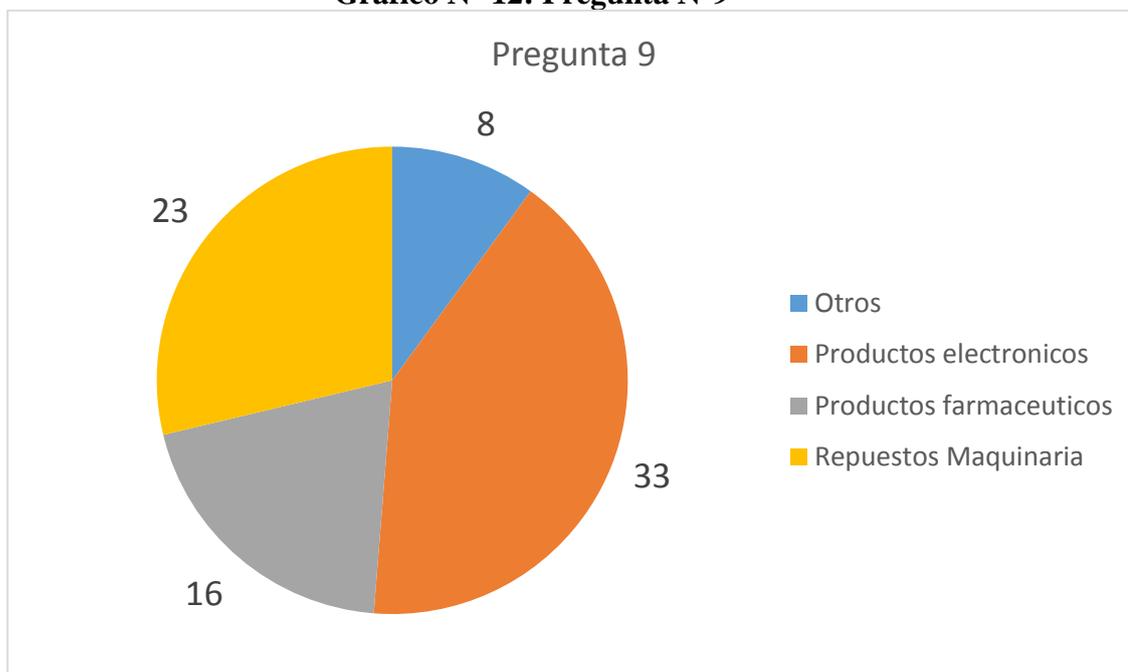
9) ¿Qué tipo de mercadería usted importa frecuentemente?

Tabla N° 17: Pregunta N°9

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
Productos electrónicos	33	41,25
Productos farmacéuticos	16	20
Repuestos Maquinaria	23	28,75
Otros	8	10
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 12: Pregunta N°9



Según los resultados, el tipo de mercadería que frecuentemente se importa son productos electrónicos con el 33%, normalmente son repuestos, piezas, equipos de computación y telefonía.

Se debe plantear que la bodega que se vaya a adquirir, en este caso en España, debe adecuarse para productos tecnológicos.

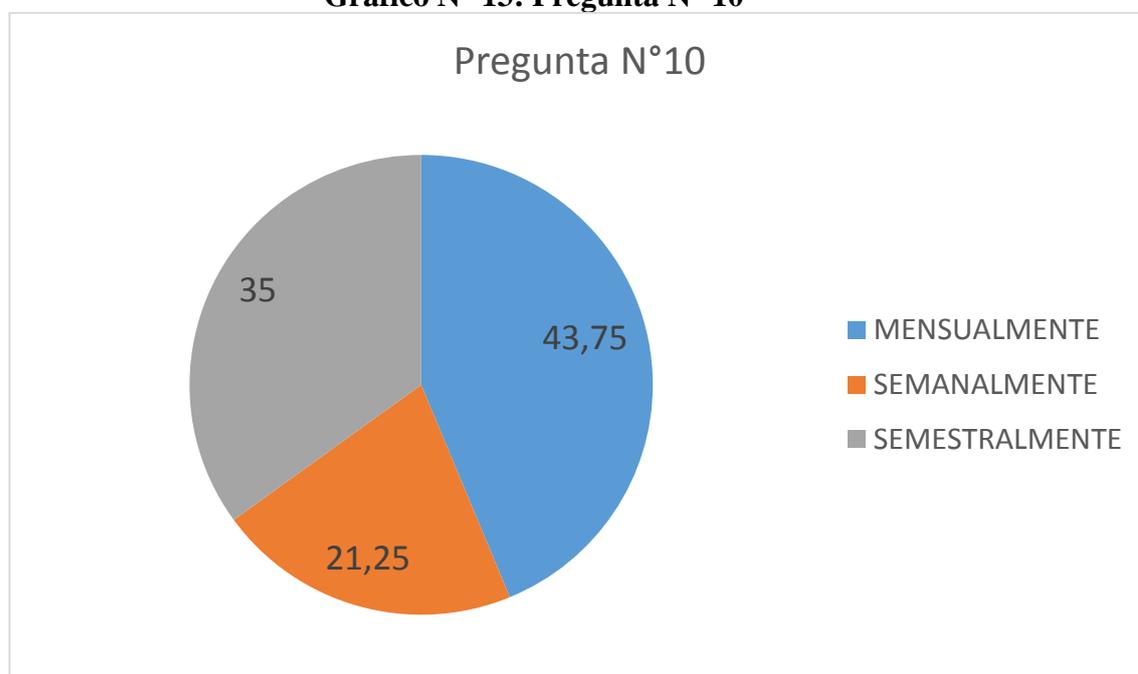
10) ¿Con qué frecuencia realiza las importaciones bajo el régimen de vía Courier?

Tabla N° 18: Pregunta N°10

Opciones	N° de encuestados	Porcentajes
SEMANALMENTE	17	21,25
MENSUALMENTE	35	43,75
SEMESTRALMENTE	28	35
TOTAL	80	100

Elaborado por: David Saud

Gráfico N° 13: Pregunta N° 10



Uno de los objetivos de SIATIGROUP es captar a los clientes que importen semanalmente ya que se ve reflejado en la utilidad de la empresa. En este resultado el 43,75% de los importadores lo realizan mensualmente.

El 21,25% de los encuestados lo realizan semanalmente, en este porcentaje se debe enfocar la empresa SIATIGROUP, ya que son las empresas con mayor frecuencia de importación.

FASE 3

VALIDACIÓN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO

1 RESUMEN DE OBSERVACIÓN

Objetivo 1

Al analizar cuál es el sector comercial con mayor volumen de importación desde España en la categoría Courier C, se observó que es el sector de bienes electrónicos o tecnología; entre los productos más destacados se encuentran: los repuestos, partes y equipos de computación y telefonía.

Objetivo 2

Con respecto al análisis del servicio Courier España de la empresa SIATIGROUP, se estudiaron los factores que inciden, por ejemplo, el precio; con relación a la competencia, se maneja en un rango medio, con un valor standard respecto al mercado.

En cuanto al proceso de logística, SIATIGROUP tiene una desventaja, pues no posee bodega propia en España, subcontratando el servicio de almacenamiento, bodegaje, transporte y manejo de mercadería, lo que representa un rubro extra en sus gastos con respecto a la competencia, en este caso DHL y LAARCOURIER asociado con UPS.

2 INDUCCIÓN

Objetivo 3

El gobierno ignoró la importancia del comercio exterior para el desarrollo nacional y pensó que, con exportar petróleo a altos precios bastaba. Generó desde el 2007 inseguridad jurídica para el sector privado, se negó a suscribir acuerdos comerciales con los principales mercados mundiales, se distanció políticamente de países amigos. El suscribir aunque tardíamente el Acuerdo Comercial con la Unión Europea, fue una de las decisiones más importantes en el tema de aranceles para las importaciones, pues en este caso las salvaguardias bajan gradualmente mes a mes, en favor de las empresas importadoras.

Objetivo 4

Al diagnosticar la demanda del servicio de courier, se analizó que el cliente busca rapidez, efectividad, y facilidad en la entrega de mercadería. Un punto importante es que el consumidor final requiere un servicio integral de comercio exterior con una misma empresa, esto es que la paquetería salga del punto de fábrica o de la puerta del proveedor hasta el cliente final, sin demoras ni retrasos, pues de lo contrario representa disminución en las ganancias para los importadores encuestados.

3 HIPÓTESIS

La compra de una bodega propia en España por parte de SIATIGROUP, permitirá brindar un sistema integral logístico del servicio de Courier España a los importadores del sector norte de la ciudad de Quito, logrando el incremento en los flujos de ventas de la empresa SIATIGROUP, lo que a su vez mejorará la satisfacción a los requerimientos del cliente.

4 PROBAR LA HIPÓTESIS POR EXPERIMENTACIÓN: SERVICIO DE COURIER ESPAÑA

5 ANÁLISIS ACTUAL

SIATIGROUP es una empresa que brinda servicios y asesoría en comercio exterior ubicada en la calle Yasuni N44-284 y Av. El Inca en la ciudad de Quito. Esta empresa ha funcionado en el país desde el año 2004, dentro del segmento de comercio exterior. En el año 2011 se implementó el servicio de Courier España dentro de su gama de servicios. La empresa se dedica a la importación y exportación, contando con la infraestructura necesaria para atender todos los requerimientos de los importadores.

Análisis de Incremento de Ventas

Tabla N° 19: Análisis de Incremento de Ventas

AÑO	VENTAS TOTALES	CANTIDAD
2011	VENTAS	USD 2.986.589,00
2012	VENTAS	USD 3.300.374,00
2013	VENTAS	USD 3.650.184,00
2014	VENTAS	USD 3.842,989,00
2015	VENTAS	USD 4.180,092,00
2016	VENTAS	USD 4.449.420,00

Elaborado por David Saud

Según datos recogidos en la empresa SIATIGROUP las ventas totales han ido creciendo desde el año en que se implementó el servicio de Courier España, como oferta firme a los clientes.

Análisis de la bodega actual en España

El servicio de Courier España actual, se maneja con un sistema integral, desde el contacto con el proveedor en España, hasta la llegada de la mercadería a la puerta del consumidor final en Quito. En este proceso intervienen varios factores así como departamentos; por ejemplo: documentación, ventas, nomenclatura, logística y transporte. Actualmente para el manejo de la paquetería en España se alquila una bodega en Madrid donde se consolida toda la mercadería, ubicada en la Vía de los Poblados, 1 - Edificio Alvento 2 28033 Madrid España, hasta allí llega la mercadería que envían los proveedores

o agentes internacionales. Esta bodega cuenta con 2000 mt², y SIATIGROUP cancela un valor mensual de \$15000, por concepto de arrendamiento,

Servicio Estrella

Según el estudio realizado a la empresa SIATIGROUP, su servicio estrella es el servicio de Courier Miami. En el año 2008 se realizó una alianza estratégica, dando como resultado la compra de una bodega en Miami; esto permite que el servicio integral de courier Miami dure 48 horas desde que la mercadería llega a las bodegas de SIATIGROUP hasta la puerta del consumidor final. Uno de los beneficios más importantes para el importador, es que puede hacer uso de las instalaciones de la bodega y oficinas en Miami, sin costo, pues éste lo cubre SIATIGROUP. En cuanto al tema del transporte, SIATIGROUP trabaja conjuntamente con UPS y TAMPA.

ANÁLISIS COMPETITIVO

Análisis de características de la competencia

La competencia directa de la empresa SIATIGROUP es DHL y LAARCOURIER asociado con UPS.

Tabla N° 20: Análisis de características de la competencia

	BODEGA PROPIA EN ESPAÑA	TRANSPORTE AEREO PROPIO	PERTENECEN A LA (WCA)	PERSONAL DENTRO DE LA ADUANA
LAARCOURIER/UPS	SI	NO	NO	SI
DHL	SI	SI	NO	SI
SIATIGROUP	NO	NO	SI	SI

Elaborado por: David Saud

En la tabla del análisis competitivo, se puede apreciar que SIATIGROUP es la empresa que no tiene bodega propia en España, tiene que subcontratar el servicio, lo que significa incurrir en gastos, que a la final se traslada al consumidor final y directamente a la rentabilidad de la compañía. Por otro lado SAITIGROUP no posee una flota aérea propia para hacer los traslados de la mercadería, la única empresa que cuenta con transporte aéreo propio es DHL, por lo que es complicado para SIATIGROUP competir en tema de costos con DHL, pues ésta cuenta con agencias a nivel mundial.

Mercado Meta

El mercado meta del servicio de Courier España, son las empresas importadores que traigan su mercadería, con un valor comercial de máximo \$2000 y un peso de hasta 50kg.

Objetivos de la compra de la bodega.

- Captar nuevos clientes importadores de la ciudad de Quito.
- Optimizar el manejo y almacenamiento de la mercadería.
- Posicionar a SIATIGROUP como una empresa que cuenta con una agencia importante en Europa.
- Crear un ambiente de fidelidad y confiabilidad entre SIATIGROUP y los importadores.

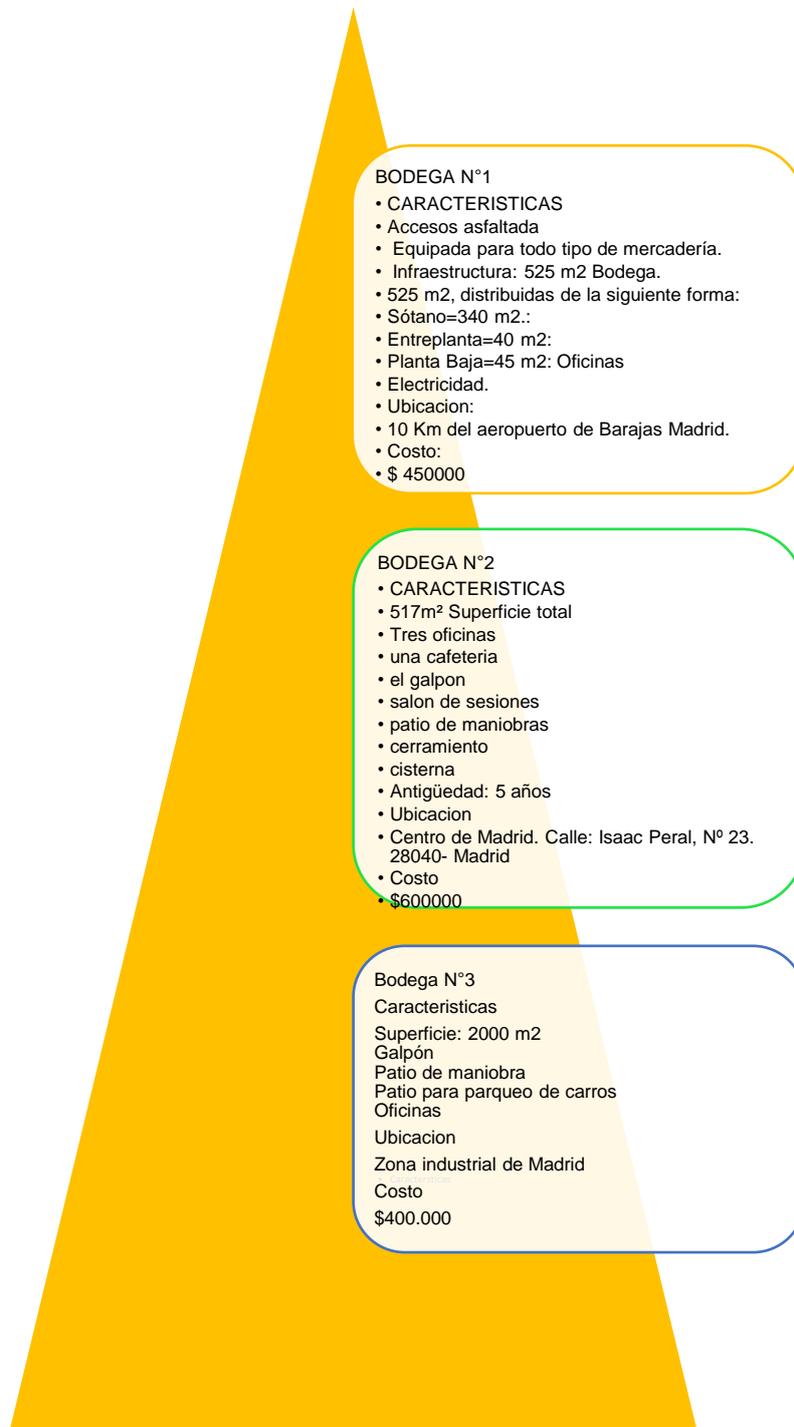
Presupuesto

El presupuesto para la compra de activos de la empresa SIATIGROUP para el año 2017, es de 500.000 dólares, para la adquisición de la bodega en España.

A continuación, se presentan tres propuestas para llevar a cabo la compra de la bodega, de acuerdo a los requerimientos y necesidades especificadas y el cual será proyectado para 5 años.

PROPUESTAS

Gráfico N° 14: Propuestas



Elaborado por: David Saud

Evaluación de las propuestas

Para evaluar las tres propuestas, se analizó varios factores como son: características de la bodega, ubicación y el costo. La bodega que actualmente subcontrata SIATIGROUP se encuentra en el centro de Madrid.

La propuesta elegida será la número uno, el acceso al galpón es asfaltado, lo cual es muy importante para poder maniobrar con la mercadería.

En lo que se refiere a distribución, tiene un sótano y una entre planta bastante amplias y perfectamente equipadas para almacenar los bienes a importar, posee una oficina y sala de reunión, para que el cliente, en el caso de que se encuentra en España, pueda a hacer uso de las instalaciones para reuniones, conferencias, negociaciones; entre otras.

El factor más importante es la ubicación de las tres opciones, es la mejor propuesta ya que está ubicada cerca del aeropuerto, en lo que respecta a traslado de mercadería es muy importante el sector, ya que el tiempo que se demora en transportar la mercadería desde el galpón al aeropuerto se transforma en gasto. La bodega elegida se encuentra a 10 km del aeropuerto de Barajas- Madrid.

Es importante seleccionar una opción que no sea ni muy costosa, ni muy barata, que este en un rango promedio y que se ajuste a las necesidades y presupuesto de activos de la empresa SIATIGROUP.

5.- Demostración o refutación de la hipótesis

En la propuesta de mejoras analizada se puede apreciar un cambio considerable en el servicio de España de la empresa SIATIGROUP, pues con la compra de la bodega se disminuye 24 horas en la entrega de la mercadería al consumidor final. Para la Empresa, la coordinación entre los proveedores y la bodega subcontratada es de aproximadamente un día, en este caso con bodega propia será aún más rápido la entrega de los bienes, por lo tanto, los importadores podrán realizar sus planificaciones con más tiempo.

Otro aspecto de mejora que considera la propuesta, es que el cliente contará con oficinas y salas de reuniones en España, en el caso de que requiera disponer de dichas instalaciones.

De igual manera se crea un nivel de confianza alto, ya que los importadores podrán saber en dónde se encuentra su mercadería, con el número de guía que emite la bodega de SIATIGROUP.

Con los factores descritos anteriormente, se comprueba la hipótesis propuesta, que es apoyada con la correspondiente evaluación financiera.

6 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.1 ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD DE LA COMPAÑÍA “SIATIGROUP”, SITUACIÓN ACTUAL SIN PROPUESTA Y SITUACIÓN FUTURA CON PROPUESTA.

Para determinar las proyecciones adecuadas a cinco años y para un correcto análisis se utilizó la tasa de inflación que en el año 2016 fue de 1.12% y una tasa de crecimiento de la compañía del 10%; se detallan los estados obtenidos, demostrando que la propuesta establecida disminuirá los costos principales estudiados a lo largo de la presente investigación. A continuación, se presentan los balances previos a la optimización de costos.

Tabla N° 21: Estado de resultados sin la propuesta de mejoras

Estado de resultados sin la propuesta de mejoras

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	\$ 4.449.420,00	\$ 4.894.362,00	\$ 5.383.798,20	\$ 5.922.178,02	\$ 6.514.395,82	\$ 7.165.835,40
Costo de operación	\$ 3.918.160,00	\$ 4.303.649,60	\$ 4.734.201,24	\$ 5.207.828,81	\$ 5.728.842,19	\$ 6.301.982,55
Costo de venta	\$ 3.903.160,00	\$ 4.286.981,60	\$ 4.715.679,76	\$ 5.187.247,74	\$ 5.705.972,51	\$ 6.276.569,76
ARRIENDO BODEGA	\$ 15.000,00	\$ 16.668,00	\$ 18.521,48	\$ 20.581,07	\$ 22.869,69	\$ 25.412,79
(=) Utilidad Operativa	\$ 531.260,00	\$ 590.712,40	\$ 649.596,96	\$ 714.349,21	\$ 785.553,63	\$ 863.852,85
Gastos de administración	\$ 353.997,86	\$ 385.019,72	\$ 418.759,89	\$ 456.154,38	\$ 497.608,29	\$ 543.571,75
Sueldos y salarios	\$ 86.039,28	\$ 87.132,92	\$ 88.251,82	\$ 89.397,54	\$ 90.571,83	\$ 91.776,57
Suministros de oficina	\$ 96.000,00	\$ 106.675,20	\$ 118.537,48	\$ 131.718,85	\$ 146.365,99	\$ 162.641,88
Servicios básicos	\$ 60.000,00	\$ 66.672,00	\$ 74.085,93	\$ 82.324,28	\$ 91.478,74	\$ 101.651,18
Gastos legales	\$ 72.000,00	\$ 80.006,40	\$ 88.903,11	\$ 98.789,14	\$ 109.774,49	\$ 121.981,41
Mantenimiento de equipos	\$ 36.000,00	\$ 40.003,20	\$ 44.451,56	\$ 49.394,57	\$ 54.887,24	\$ 60.990,71
Depreciación de activos	\$ 3.958,58	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00
Gastos de ventas	\$ 106.018,08	\$ 108.535,49	\$ 111.227,53	\$ 114.112,30	\$ 117.209,87	\$ 120.542,54
Sueldos y salarios	\$ 94.018,08	\$ 95.201,09	\$ 96.410,34	\$ 97.647,44	\$ 98.914,13	\$ 100.212,30
Publicidad	\$ 12.000,00	\$ 13.334,40	\$ 14.817,19	\$ 16.464,86	\$ 18.295,75	\$ 20.330,24
Gastos financieros	\$ -					
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 71.244,06	\$ 97.157,19	\$ 119.609,54	\$ 144.082,54	\$ 170.735,46	\$ 199.738,56
(-) 15% Participación empleados	\$ 10.686,61	\$ 14.573,58	\$ 17.941,43	\$ 21.612,38	\$ 25.610,32	\$ 29.960,78
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 13.322,64	\$ 18.168,39	\$ 22.366,98	\$ 26.943,43	\$ 31.927,53	\$ 37.351,11
Utilidad neta	\$ 47.234,81	\$ 64.415,22	\$ 79.301,13	\$ 95.526,72	\$ 113.197,61	\$ 132.426,67

Elaborado por: David Saud

En la propuesta descrita, se puede comprobar que el proceso propuesto por el autor de la presente investigación, se basa en eliminar los servicios ofrecidos del arriendo de la bodega en España, representando un ahorro total anual de \$15.000,00, en donde la subcontratación de este servicio, es reemplazada por la compra del bien inmueble. Para esto se debe señalar que la inversión es de \$450.000,00, de capital propio.

Hay que recalcar que el rubro de gastos financieros se encuentra en \$0,00 ya que la inversión para la compra de la bodega es capital propio, por lo que no se estipula el factor de la tasa de interés, ni el tiempo de deuda.

Para demostrar lo ya mencionado, se presenta el estado de resultados con la propuesta ya establecida y justificada.

Tabla N° 22: Estado de resultados con la propuesta de mejoras

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Ventas	\$ 4.449.420,00	\$ 4.894.362,00	\$ 5.383.798,20	\$ 5.922.178,02	\$ 6.514.395,82	\$ 7.165.835,40
Costo de operación	\$ 3.918.160,00	\$ 4.286.981,60	\$ 4.715.679,76	\$ 5.187.247,74	\$ 5.705.972,51	\$ 6.276.569,76
Costo de venta	\$ 3.903.160,00	\$ 4.286.981,60	\$ 4.715.679,76	\$ 5.187.247,74	\$ 5.705.972,51	\$ 6.276.569,76
ARRIENDO BODEGA	\$ 15.000,00					
(=) Utilidad Operativa	\$ 531.260,00	\$ 607.380,40	\$ 668.118,44	\$ 734.930,28	\$ 808.423,31	\$ 889.265,64
Gastos de administración	\$ 353.997,86	\$ 385.019,72	\$ 418.759,89	\$ 456.154,38	\$ 497.608,29	\$ 543.571,75
Sueldos y salarios	\$ 86.039,28	\$ 87.132,92	\$ 88.251,82	\$ 89.397,54	\$ 90.571,83	\$ 91.776,57
Suministros de oficina	\$ 96.000,00	\$ 106.675,20	\$ 118.537,48	\$ 131.718,85	\$ 146.365,99	\$ 162.641,88
Servicios básicos	\$ 60.000,00	\$ 66.672,00	\$ 74.085,93	\$ 82.324,28	\$ 91.478,74	\$ 101.651,18
Gastos legales	\$ 72.000,00	\$ 80.006,40	\$ 88.903,11	\$ 98.789,14	\$ 109.774,49	\$ 121.981,41
Mantenimiento de equipos	\$ 36.000,00	\$ 40.003,20	\$ 44.451,56	\$ 49.394,57	\$ 54.887,24	\$ 60.990,71
Depreciación de activos	\$ 3.958,58	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00	\$ 4.530,00
Gastos de ventas	\$ 106.018,08	\$ 108.535,49	\$ 111.227,53	\$ 114.112,30	\$ 117.209,87	\$ 120.542,54
Sueldos y salarios	\$ 94.018,08	\$ 95.201,09	\$ 96.410,34	\$ 97.647,44	\$ 98.914,13	\$ 100.212,30
Publicidad	\$ 12.000,00	\$ 13.334,40	\$ 14.817,19	\$ 16.464,86	\$ 18.295,75	\$ 20.330,24
Gastos financieros	\$ -					
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 71.244,06	\$ 113.825,19	\$ 138.131,02	\$ 164.663,61	\$ 193.605,15	\$ 225.151,36
(-) 15% Participación empleados	\$ 10.686,61	\$ 17.073,78	\$ 20.719,65	\$ 24.699,54	\$ 29.040,77	\$ 33.772,70
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 13.322,64	\$ 21.285,31	\$ 25.830,50	\$ 30.792,09	\$ 36.204,16	\$ 42.103,30
Utilidad neta	\$ 47.234,81	\$ 75.466,10	\$ 91.580,87	\$ 109.171,97	\$ 128.360,21	\$ 149.275,35

Elaborado por: David Saud

En la proyección de ventas se ha escogido la propuesta de la compra de la bodega N°1, ya que presenta una cotización acorde al presupuesto de inversión que tiene la empresa y a su vez la opción con más factores positivos en beneficio a la rentabilidad de SIATIGROUP; además a partir del segundo año, se genera un incremento en la utilidad de USD \$ 11.050,88 en comparación al estado de resultados sin mejoras.

Tomando como referencia las proyecciones, se espera que para el año 2020 la utilidad neta crezca de \$132.426,47 a \$149.275,35 lo que representa un incremento de \$.16.848,88

Tabla N° 23: VAN y TIR sin la implementación de la propuesta de mejoras

VAN	\$ 228.711,79
TIR	89%

Elaborado por: David Saud

Tabla N° 24: VAN y TIR con la implementación de la propuesta de mejoras

VAN	\$ 271.067,83
TIR	97%

Elaborado por: David Saud

Se puede observar que en el caso del indicador financiero VAN (Valor actual neto) presenta un cambio que va de \$228.711,79 a \$271.067,83, lo que representa que la utilidad traída a valor actual neto, produce un incremento de \$ 42.356,04. En el caso del indicador financiero TIR (Tasa interna de retorno) se puede evidenciar que se produjo el incremento del 8%.

7 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- En el Ecuador el servicio de Courier categoría B es un área que los importadores casi no la utilizan por falta de conocimiento, siendo un régimen que tiene mucho por desarrollarse, pues en el campo del comercio exterior es una modalidad imprescindible hoy en día, por la generación de valor que le aporta; es por esto, que se ha estudiado las diferentes estrategias que utilizan las empresas de Courier y a partir de esto, saber cómo puede mejorarse en la Empresa SIATIGROUP, para que de esta manera pueda competir en el mercado del sector norte de Quito.
- Las empresas de Courier en el Ecuador se han enfocado en la implementación de un sistema integral de importación, ya que esto beneficia al consumidor final, en este caso se contrata un servicio de puerta a puerta, desde que la mercadería sale del proveedor hasta que llega a la puerta del cliente.
- Se logró analizar efectivamente los factores que intervienen en el proceso de Courier España de la empresa SIATIGROUP; en este punto se estableció la compra de una bodega en España, ya que la subcontratación del servicio de bodegaje aumenta los costos en un gran porcentaje.
- La compra de la bodega es una estrategia de mejora en el sistema logístico del servicio de Courier España de la empresa SIATIGROUP, el cual optimiza tiempo y recursos para el cliente externo e interno de la empresa.

- Se realizó una evaluación financiera en la cual se logró demostrar que la propuesta planteada va a generar un beneficio real y una rentabilidad positiva a la compañía, esta evaluación se justificó y se demostró en la fase 3 de la presente investigación, cabe mencionar que la adopción de esta propuesta de mejoras presentada beneficiaría directamente a la rentabilidad de la compañía y a los importadores del sector norte de Quito.

RECOMENDACIONES

- La compañía SIATIGROUP, debe implementar estrategias que eliminen las amenazas y debilidades identificadas con el objetivo de incrementar la rentabilidad de la compañía en cuestión.
- Se recomienda destinar el presupuesto necesario de SIATIGROUP para la adquisición de la bodega en España, que ha sido realizado en base a la investigación de campo, competencia directa y mercado directo. En la propuesta financiera se obtendrá rentabilidad en los próximos 5 años y se generará valor agregado para el cliente final, a través del almacenamiento de una forma correcta y confiable de la mercadería.
- Se invita a realizar un plan de seguimiento mensual los clientes del servicio de Courier España de SIATIGROUP con el objetivo de fidelizar al consumidor final.

- Se recomienda que la Empresa SIATIGROUP desarrolle alianzas estratégicas con empresas internacionales por ejemplo UPS Y DHL con la finalidad de brindar un mejor servicio al menor costo posible a los importadores del sector norte de la ciudad Quito.

8 BIBLIOGRAFÍA

- CARLZON, K. A. (2007). *Calidad y servicio ediciones ecoe 2007*.
- Comercio y Aduanas. (2014-2015). *Noticia: La forma más fácil de importar y exportar*. Obtenido de Incoterms: Que es Incoterm CIF: <http://www.comercioyaduanas.com.mx/incoterms/incoterm/135-que-es-incoterm>
- Gitman, L., & McDaniel, C. (2001). Competencia en los mercados globales. En H. Larry, & M. Carl, *El futuro de los negocios* (pág. 66). México D.F: Thomson Learnig.
- HILL, P. (2000).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (11 de 28 de 2013).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).

- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).
- Resolución No. SENAE-DGN-2013-0472-RE: REGLAMENTO PARA LOS REGÍMENES DE EXCEPCIÓN: “TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL” Y “MENSAJERÍA ACELERADA O COURIER” . (28 de 11 de 2013).

“ANÁLISIS DEL SERVICIO COURIER ESPAÑA DE LA EMPRESA
SIATIGROUP Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS
IMPORTACIONES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO,
AÑO,2016

9 ANEXOS



“ANÁLISIS DEL SERVICIO COURIER ESPAÑA DE LA EMPRESA SIATIGROUP Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS IMPORTACIONES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO, AÑO,2016



“ANÁLISIS DEL SERVICIO COURIER ESPAÑA DE LA EMPRESA
SIATIGROUP Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS
IMPORTACIONES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO,
AÑO,2016



“ANÁLISIS DEL SERVICIO COURIER ESPAÑA DE LA EMPRESA
SIATIGROUP Y SU INCIDENCIA EN EL DESARROLLO DE LAS
IMPORTACIONES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO,
AÑO,2016

