



Universidad Tecnológica ECOTEC

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Título del Trabajo:

Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil

Línea de investigación

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

Modalidad de Titulación:

Proyecto de investigación

Carrera:

Administración de Empresas. Énfasis en Negocios Internacionales

Título a Obtener:

Licenciatura en Administración de Empresas

Autor:

Nathaly Elizabeth Siguenza Zambrano

Tutor:

Elena Piedra-Bonilla, PhD

Guayaquil

2022

DEDICATORIA

Primeramente, a Dios, quien me ha dado fuerzas para seguir adelante sin rendirme y por un buen camino.

A mi familia principalmente a mi padre, Carlos Siguenza, que ha sido mi motor para luchar, mi persona incondicional, mi mamá, Liliana Zambrano, por sus consejos y por apoyarme en mis decisiones.

Por último, a mi hermanita, Emily Siguenza, que ha sido la persona que más alegría me ha dado desde que llego a este mundo, para que te sientas orgullosa y feliz de tu hermana.

AGRADECIMIENTOS

Gracias a Dios, por permitirme estar aquí y cumplir esta meta, por cuidarme y bendecirme, gracias a toda mi familia por apoyarme y aconsejarme. Gracias a mi tutora Elena Piedra, por su guía, que ha permitido que pueda culminar este proyecto de investigación.



ANEXO N° 14

**CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN A
REVISIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

Samboorondón, ...5.... deoctubre de 2022

Magíster
Gino Cornejo
Decano de la Facultad
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO:
"Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas
de Courier en Guayaquil" según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue
revisado, siendo su contenido original en su totalidad, así como el cumplimiento de los
requerimientos establecidos en la guía para la elaboración del trabajo de titulación, Por
lo que se autoriza a: **Nathaly Elizabeth Siguenza Zambrano**, para que proceda a su
presentación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación.

ATENTAMENTE,

PhD. Elena Beatriz Piedra Bonilla

Tutora

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado Elena Beatriz Piedra Bonilla, tutor del trabajo de titulación "Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil" elaborado por **Nathaly Elizabeth Siguenza Zambrano**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de __ Licenciatura en Administración de Empresas.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias _ (1%)_ mismo que se puede verificar en el siguiente link:
<https://secure.arkund.com/view/138937382-681992-616441#/exported>

Adicional se adjunta print de pantalla de dicho resultado.



Document Information

Analyzed document	Trabajo de titulación Nathaly Siguenza.docx (D145678334)
Submitted	10/6/2022 4:19:00 AM
Submitted by	Elena Beatriz Piedra Bonilla
Submitter email	epiedrab@ecotec.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	epiedrab.ecotec@analysis.arkund.com



FIRMA DEL TUTOR
Elena Beatriz Piedra Bonilla



ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 8 de noviembre del 2022

Magíster
Gino Cornejo
Decano de la Facultad
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO **Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil** según su modalidad PROYECTO DE INVESTIGACIÓN; fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **Nathaly Elizabeth Siguenza Zambrano**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación

ATENTAMENTE,

PhD. Elena Piedra Bonilla

Tutora

RESUMEN

El presente trabajo tuvo como objetivo entender los factores internos y externos que afectan a la logística de las empresas de Courier del servicio postal de productos con origen de EE. UU y China en la ciudad de Guayaquil, para formular estrategias que agilicen los procesos. Para poder levantar información sobre las principales empresas de Courier de Guayaquil, se realizó un breve estudio, y seleccionamos el tamaño de la muestra basándonos en la página de Superintendencia de Compañías. Se realizaron entrevistas a 42 empresas y cuestionarios a 5 empresas representativas con el fin de recolectar información que permitió identificar y analizar los factores internos y externos que influyen en la logística de las empresas de Courier de la ciudad de Guayaquil. De esta manera, fue posible identificar y analizar los factores internos, que entre ellos están los tiempos de espera de entregar los paquetes en oficinas, capacidad de entrega y errores del personal como pueden ser mal entrega de paquetes; y los factores externos que entre ellos están el tiempo de espera en aduana que es el principal factor que afecta a los cumplimientos de entrega, restricciones o prohibiciones de productos, desastres naturales, turnos y espacio de aforo, y cambios de directivos. Estos análisis abren puertas a la aplicación de propuestas que permita agilizar los procesos logísticos y propuestas para evitar fallos operativos internos en las empresas de Courier.

Palabras claves: Courier, Factores internos, Factores externos, Logística, Paquetes.

ABSTRACT

The objective of this work was to understand the internal and external factors that affect the logistics of Courier companies of the postal service of products from the USA and China in the city of Guayaquil, to formulate strategies to streamline the process. To gather information about the main courier companies in Guayaquil, a brief study was carried out and the sample size was selected based on the Superintendence of Companies web page. Interviews and questionnaires were conducted to collect information that allowed us to identify and analyze the internal and external factors that influence courier companies' logistics in Guayaquil. In this way, it was possible to identify and analyze the internal factors, which include waiting times to deliver packages to offices, delivery capacity, and personnel errors; and the external factors, which include waiting time at customs, product restrictions or prohibitions, natural disasters, shifts and capacity space, and management changes. These analyses opened doors to implementing proposals to streamline logistics processes and avoid internal operational failures in Courier companies.

Keywords: Courier, Internal factors, External factors, Logistics, Packages.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTOS.....	3
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	8
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	9
INDICE DE TABLAS.....	11
INDICE DE FIGURAS.....	12
INDICE DE ANEXOS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
PREGUNTA PROBLEMÁTICA.....	16
VARIABLES.....	16
OBJETIVOS.....	16
OBJETIVO GENERAL.....	16
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
JUSTIFICACIÓN.....	16
CAPITULO I.....	17
1. MARCO TEÓRICO.....	17
1.1. FACTORES INTERNOS.....	17
1.1.1. DESEMPEÑO EMPRESARIAL.....	17
1.1.2. VENTAJAS COMPETITIVAS.....	18
1.1.2.1. Modelo de Porter.....	18
1.1.2.2. Modelo de Miles Snow.....	19
1.1.2.3. Ambiente interno.....	19
1.2. FACTORES EXTERNOS.....	20
1.2.1. Ambiente Externo.....	20
1.3. IMPORTACIONES.....	22
1.3.1. Estadística de Importaciones en Ecuador de EE. UU. y China.....	23
1.4. ARANCELES.....	24
1.4.1. Tipos de aranceles.....	25
1.5. DESADUANIZACIÓN.....	25

1.5.1. Proceso de desaduanización.....	25
1.6. SERVICIO MENSAJERÍA (COURIER).....	26
1.6.1. Contexto Ecuatoriano	26
1.6.2. Gestión de entrega de las empresas Courier	27
CAPITULO II.....	35
2. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN	35
2.1. Enfoque de la investigación mixto	35
2.1.1. Cualitativo	35
2.1.2. Cuantitativo	36
2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	36
2.2.1. Descriptiva.....	36
2.3. PERÍODO Y LUGAR DONDE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN.....	36
2.4. UNIVERSO.....	37
2.5. DEFINICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LAS PRINCIPALES VARIABLES INCLUIDAS EN EL ESTUDIO.....	38
CAPITULO III.....	43
3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	43
3.1. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS DE COURIER EN GUAYAQUIL	
43	
3.2. DESAFIOS DE LA LOGÍSTICA	51
3.3. FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA LOGÍSTICA	54
3.3.1. Factores internos	54
3.3.2. Factores externos	55
3.4. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA LOGÍSTICA.....	61
3.4.1. Análisis FODA.....	61
3.4.2. Análisis PESTEL.....	65
CAPITULO IV	69
4. PROPUESTAS.....	69
CONCLUSIONES	77
REFERENCIAS.....	79
ANEXOS.....	85

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables	31
Tabla 2. Análisis FODA	53
Tabla 3. Análisis PESTEL	55

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Años en los que están en el negocio de Courier	32
Figura 2. Tiempos de entrega que prometen las empresas de Courier	33
Figura 3. Cumplimiento de los tiempos de entrega	34
Figura 4. Empresas de Courier reciben reclamos por los tiempos de entrega	35
Figura 5. Categorías de importación que usan las empresas de Courier	36
Figura 6. Principales países de donde vienen las importaciones	37
Figura 7. Costos por libra mediante la categoría 4x4	38
Figura 8. Costos por libra mediante otras categorías diferente a la 4x4	39
Figura 9. Principales problemas que enfrentan las empresas de Courier	41
Figura 10. Problemas en cumplir la logística eficiente	41
Figura 11. Detalles de los problemas que afectan a la logística eficiente	42
Figura 12. Motivos por los que no se cumplen con los tiempos de entrega	46
Figura 13. Tiempo que tarda el proceso de desaduanización	47
Figura 14. Cobro de impuesto afecta a la logística	48
Figura 15. Detalles de cómo afecta el cobro de impuesto a la logística en las empresas de Courier	49

INDICE DE ANEXOS

ANEXO 1	61
ANEXO 2	65

INTRODUCCIÓN

La propuesta de investigación consiste en identificar y analizar los factores internos y externos que afectan en la logística de las empresas de Courier en Guayaquil, lo cual es un tema muy relevante, ya que según datos del Servicio Nacional de Aduana (Senae), las importaciones en Ecuador por la vía 4x4 crecieron 58% en 2021. Las empresas de Courier que brindan estos servicios refieren que la modalidad que más se utiliza para traer productos es la denominada categoría B o 4x4, que implica importar hasta 4 kilogramos y que los artículos no superen los \$400. Dicha modalidad, desde el 15 de junio del 2021, ya no paga arancel, impuestos o tasas. Esta es una de las principales razones por la que existe un aumento muy alto en los servicios de Courier principalmente de EE. UU. y China.

Adicionalmente, a partir de la pandemia por el covid-19 que inicio en marzo de 2020 paralizó la economía y provocó que los consumidores se lanzasen al mundo digital como única forma de compra. La pandemia obligó a las empresas depender exclusivamente del comercio electrónico. Por lo tanto, el E-commerce comenzó a crecer, ya que era la única forma en la que algunas empresas podía dar salida a sus productos. “En Ecuador durante el 2020 el comercio electrónico experimentó un crecimiento de 700 millones de dólares respecto al 2019. En vista de aquello se estima un crecimiento mayor para el 2021 en Ecuador”, (Ekos, 2021). Así mismo, “en febrero del 2021 en el Ecuador muchos negocios y empresas quebraron; según la OIT 84.381 personas perdieron su empleo adecuado”, (Luis Fernando Lema, 2020). Por esta razón, crecieron muchos emprendimientos. Muchas personas vieron a las empresas Courier como una forma de generar ingresos, importando productos principalmente de Estados Unidos y China. “Según el sector comercial, el aumento de importaciones para revender de manera informal por redes sociales es otra de las razones por la cual los servicios de Courier han aumentado estos últimos años” (Luis Naranjo, 2022). La industria de los servicios de mensajería “Courier” también incrementaron en los tiempos pandémicos, llegando a un aumento del 75% los primeros meses del 2021 en Ecuador, (Alejandro Montalvo, 2021).

Su importancia radica que a través de esta investigación se podrá identificar y analizar los factores internos y externos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil. Por lo tanto, es pertinente abordar este tema, con el fin de conocer los factores que afectan la logística de los couriers para así poder plantear estrategias o soluciones para las mismas, ya que la logística forma parte de la cadena principal del comercio electrónico porque gracias a ella se da la movilización eficiente de los productos que se encuentra en los almacenes o redes sociales. Muchas empresas suelen utilizar varios servicios de Courier para poder completar todas las entregas a tiempo, por eso, dependerá del servicio que tan bien pueda coordinar sus entregas. Así mismo, las empresas Courier esperan tener a los clientes satisfechos y poder cumplir siempre con sus días de entrega.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A partir de la pandemia, la demanda de los servicios de las empresas Courier han aumentado, llegando a un 75% los primeros meses del 2021 en Ecuador, (Alejandro Montalvo, 2021). Los retos de las empresas de servicio Courier es cumplir con el tiempo de entrega que ellos disponen, y para ello se necesita tener efectividad en el proceso de la operación. Sin embargo, las empresas Courier están teniendo problema en los tiempos de entrega, esto se puede deber por factores internos o externos de las empresas. La necesidad existente es identificar los factores que influyen en la logística y tiempo de entrega principalmente de Estados Unidos y China. “Debido a que la mayor parte de las importaciones a Ecuador proceden de China y Estados Unidos. Esto se debe en primer lugar a los costos y a la facilidad de conseguir proveedores. La competencia en el continente asiático es muy alta, lo que influye directamente en los precios”, (Asceologic, 2021). Por lo tanto, para llegar a ser una situación óptima se necesita identificar los factores que afectan a la logística en cuanto a las importaciones de EE. UU y China para así poder implementar estrategias y que las empresas de Courier puedan tener un buen manejo de logística.

Hasta ahora, se conoce que en la actualidad el sector de servicios de Courier en el Ecuador está en constante crecimiento, por lo cual ha generado un alto nivel de competencia en este sector, por lo cual las empresas se ven motivados a ofrecer un mejor servicio a los usuarios, que incluye los tiempos de entrega. La mayoría de los Couriers ofrecen traer los paquetes vía 4x4 que van desde 6 a 10 días. “El tiempo de entrega será de seis a ocho días laborables, una vez que tu paquete ha arribado a la casilla” (LaarBox, 2018). “Con un tiempo estimado de entrega de 5 a 8 días y un servicio de entrega a domicilio vía mensajería, (Riocargo Express). Otras empresas como DHL ofrecen un tiempo de recepción de productos en Ecuador, entre siete y quince días máximo. “La rapidez de la entrega es posible, ya que cuentan con dos aviones propios que permiten cumplir con las exigencias del mercado actual”, indica (Alejandro Montalvo, 2021), head of marketing DHL Ecuador.

Sin embargo, existen factores que afectan al cumplimiento de entrega y esto hace que el cliente se sienta insatisfecho. Los resultados esperados en esta investigación son identificar a través de un levantamiento de información, los factores que afectan a cumplir los tiempos de entrega en las empresas Courier en Guayaquil para así formular estrategias que ayuden a resolver estos entrabes. Esto se realizará con el uso de la metodología cualitativa, la cual, será utilizada como herramienta para recopilar información a través de encuestas, entrevistas, y otras técnicas cualitativas útiles para el desarrollo de la investigación.

PREGUNTA PROBLEMÁTICA

¿Qué factores internos y externos afectan en la logística de las empresas de Courier de servicio postal de productos con origen de EE. UU. y China en la ciudad de Guayaquil periodo 2018-2022?

VARIABLES

Variable independiente: Factores internos y externos de las empresas

Variable dependiente: logística (tiempos de entrega) de las empresas de Courier.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

- Entender los factores internos y externos que afectan a la logística de las empresas de Courier de servicio postal de productos con origen de EE. UU. y China en la ciudad de Guayaquil, para formular estrategias que agilicen los procesos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Levantar información sobre las principales empresas de Courier en Guayaquil
- Identificar los factores internos y externos que influyen en la logística de las empresas de Courier
- Analizar los factores internos y externos que influyen en la logística de las empresas de Courier
- Proponer estrategias que agilicen los procesos de tiempo de entrega de las empresas de Courier

JUSTIFICACIÓN

Es necesario abordar la presente investigación, para así llenar una brecha en la literatura sobreentender los impedimentos de la logística en los servicios de Courier en Ecuador. Por otro lado, lograr crear estrategias que hagan los procesos de logística más eficientes. “El cliente tendrá la sensación de que está confiando en una empresa seria y de confianza, y con la que quizás establecer una relación de fidelidad y con vistas de futuro. No solo se trata de entregar -y cómo no en perfecto estado la mercancía- sino que además la importancia del tiempo en la entrega de mercancía del cliente a punto nacional o internacional fijado de antemano es tal que se debe respetar el tiempo elegido a la hora de recoger dicha mercancía en la hora marcada y entregarla justo en el momento fijado”, (Saeso Logística). Por lo tanto, es importante abordar la presente investigación para poder lograr que las empresas Courier den una mayor satisfacción en los consumidores en cuanto tiempo de entrega y así mismo alcanzar la fidelidad de los clientes, ya que cumplir con los tiempos de entrega establecidos significa que aumenta la calidad de servicio. Por otro lado, para que las empresas se beneficien y tengan un proceso logístico más eficiente logrando buena imagen garantizando la competitividad.

CAPITULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. FACTORES INTERNOS

1.1.1. DESEMPEÑO EMPRESARIAL

El desempeño empresarial se puede definir como la capacidad de una empresa para operar de una manera que cumplan con las expectativas del propietario y debe evaluarse para medir el logro de los objetivos de la organización, (Zulkiffli & Perera, 2011).

La supervivencia y desarrollo de las empresas puede asegurar el crecimiento y desarrollo económico del país, por lo que es necesario desarrollar modelos analíticos para medir y mejorar su desempeño (Zerraga, A, 2006). Al evaluar el desempeño empresarial, (Martínez, et al., 2010) sugirieron que centrarse en desarrollar un plan de trabajo adecuado para alcanzar los objetivos establecidos e informar sobre el desempeño que permite a los gerentes centrarse en las decisiones adecuadas para eliminar los sesgos negativos o explotar los sesgos positivos. La evaluación de desempeño empresarial se basa en cinco factores:

- Personal directivo: (Palomino, 2015) cree que los directores deben tener cualidades de liderazgo, visionarios, proactivos, decididos, optimistas, creativos, motivadores, asertivos, firme en la toma de decisiones, mostrar profesionalismo generando paz y armonía por el bien de la empresa. (Münch, 2011), planteó que la dirección es el delegado de llevar a cabo los procesos administrativos de una empresa por medio de la toma de decisiones, motivación, comunicación y liderazgo.
- Personal operativo: está formado por personas directamente involucradas en la producción y venta de productos, cuyas condiciones de trabajo son importantes para motivarlos en el desarrollo de sus funciones laborales, aumentando la satisfacción y el sentido de pertenencia a la empresa, (Ramírez, Méndez, Hernández, & Sandoval, 2017).
- Producción: la gestión de este aspecto debe ser la base, ya que de ella se sujeta en gran medida la permanencia de la empresa en el mercado, investigando cuidadosamente las necesidades de los consumidores, brindando la mejor calidad a un precio atractivo, y los bajos costos de producción brindan un retorno que nos permitirá evaluar las trayectorias de

expansión a mediano plazo, (Ramírez, Méndez, Hernández, & Sandoval, 2017)

- Mercadotecnia: (Fischer & Espejo, 2004) afirman que existen muchos factores internos y externos que inciden en la satisfacción del cliente, como la cultura, valores, demografía, estatus social, grupos de referencia y la familia; de manera interna la personalidad, emociones, motivos, percepciones y el aprendizaje. Se debe proporcionar un marketing adecuado para transmitir satisfactoriamente los productos terminados y entregarlos a los clientes para que satisfagan de sus necesidades (Mesa, 2011).
- Gestión contable y financiera: considerada como eje de la planificación organizacional que ayuda a prevenir cambios en el ambiente, integra los objetivos organizacionales y toma de decisiones, es de utilidad como medio de comunicación, organización y participación de los diversos elementos que integran la empresa, (Ramírez, Méndez, Hernández, & Sandoval, 2017).

1.1.2. VENTAJAS COMPETITIVAS

La ventaja competitiva aumenta significativamente porque la empresa es capaz de crear valor. El concepto de valor refleja el precio que los compradores están dispuestos a pagar, y este valor aumenta a un nivel más alto debido a la capacidad de ofrecer precios más bajos en comparación con los competidores por beneficios equivalentes o la capacidad de ofrecer ventajas únicas en el mercado, que pueden compensar el mayor precio. Una empresa se considera rentable si es capaz de crear más valor de lo que cuesta crear el producto. A nivel general, podemos decir que el objetivo de cualquier estrategia empresarial es crear un valor añadido para el comprador que supere el costo de producción del producto. Por lo tanto, debemos usar el concepto de valor en lugar del de costo en nuestro análisis de la posición competitiva, (Poter, 1985).

1.1.2.1. Modelo de Porter

El marco de Porter sugiere dos estrategias generales, liderazgo en costos y diferenciación basada en fuentes de ventaja competitiva. Ambos son conocidos por sus beneficios: eficiencia y singularidad. Tradicionalmente, las estrategias de liderazgo en costes y diferenciación se han definido como opciones igualmente válidas. Pero de acuerdo con la lógica de la hipótesis estructuralista, se puede decir que la estructura industrial puede preferir un cierto prototipo porque es más adecuado a las imperfecciones del mercado que se está creando. Algunas posiciones competitivas y por lo tanto algunas

estrategias serán más rentables que otras, independientemente de la rentabilidad promedio de la industria. (Porter, 1980).

1.1.2.2. Modelo de Miles Snow

La tipología de Miles y Snow ve la estrategia como un marco para la toma de decisiones y acciones dirigidas a mantener a la organización alineada con su entorno por un lado y sus principales dependencias internas por el otro. Su modelo de adaptación ambiental organizacional distingue tres problemas principales que requieren atención general y toma de decisiones, problemas empresariales, problemas técnicos, y problemas gerenciales. Los problemas comerciales se refieren a cómo una organización se posiciona en el mercado y cómo navegar en el entorno competitivo. Los desafíos técnicos implican la creación de sistemas que permitan resolver rápidamente los desafíos comerciales. Finalmente, los temas de gestión se refieren a cómo la organización racionaliza y estabiliza sus operaciones para resolver problemas del pasado, y la formulación e implementación de procesos de planificación, coordinación, control y dotación de personal que permitan a la organización evolucionar e innovar, (Miles y Snow, 1978).

1.1.2.3. Ambiente interno

En el ambiente interno, se identificarán las fortalezas y debilidades de la empresa, se analizarán en el áreas o procesos de la empresa, teniendo en cuenta el comportamiento admirativo, la cultura corporativa, la calidad del producto o servicio, la productividad operativa, el desarrollo organizacional, la modernización, imagen y prestigio de la empresa, etc. En el ambiente interno, las fortalezas y debilidades del negocio se ubican en cada área o departamento dentro de la empresa, (Taípe & Pazmiño, 2015).

Los factores internos por categoría son los siguientes:

1. Factores administrativos y de gestión: considera las actividades de planificación, organización, ejecución, seguimiento, y evaluación de los servicios encaminados a la consecución de los objetivos establecidos, (Pungiluppi, 2019).

- Claridad en la estructura jerárquica, misión, visión, objetivos.
- Normas, directrices, procedimientos y métodos de trabajo
- Política de investigación desarrollo e innovación

- Sistemas de información y flujos de información
- Procesos y métodos productivos y de mantenimiento

2. Factores económicos- financieros: implica el estado general de la situación económica de un país, además constituye consideraciones más relevantes en la formulación de planes de inversión, (Sandrea, Boscán, & Romero, 2006).

- Disponibilidad de recursos tangibles (materiales tecnológicos y financieros) e intangibles (marca registrada, patente, propiedad intelectual, reputación) disponibles y su distribución.
- Situación económica financiera

3. Factores relacionados con los recursos humanos: Proceso de las organizaciones diseñados para atraer, gestionar, motivar y retener a los colaboradores, (Pérez, 2021).

- Sistema de reclutamiento, selección, capacitación
- Competencias (conocimientos, experiencia, formación) en general

4. Factores de cultura organizacional: está influenciada por los continuos cambios del ambiente de lo cual permite comprender el impacto que tiene en los resultados de la empresa, (Carillo, 2016).

- Resistencia al cambio a nivel de directivo y de los trabajadores
- Capacidad para corregir y aprender de los errores
- Experiencias anteriores (positivas, negativas)

5. Factores operacionales y tecnológicos

- Sistemas de transporte y de comunicaciones
- Uso de internet y las tecnologías de las comunicaciones
- Capacidad tecnológica instalada
- Capacidad de almacenamiento

1.2. FACTORES EXTERNOS

1.2.1. Ambiente Externo

El análisis externo del entorno de una empresa es fundamental para la planificación estratégica, los planes de marketing, etc. Y es parte del desarrollo, ya que permitirá el análisis de posibles problemas o amenazas en el entorno que puedan afectar a la empresa, (Taípe & Pazmiño, 2015).

Los factores externos por categoría son los siguientes:

1. **Factores políticos:** Son los factores relacionados con la política y gubernamental en todos los niveles (local, provincial, nacional e internacional), (Vega & Rodriguez, 2022).
 - Sistema de gobierno y estabilidad política. Cambios frecuentes de estructura, políticas, prioridades o de directivos de los organismos rectores, etc.
 - Tratados internacionales
 - Restricciones o limitaciones en la seguridad y confiabilidad
 - Sectores, organismos y entidades priorizadas
2. **Factores económicos-financieros:** asuntos económicos y financieras presentes o futuras, (Vega & Rodriguez, 2022).
 - Políticas de salarios, precios, impuestos, tipo de cambio
 - Disponibilidad y distribución de los recursos
 - Situación de mercado energético (proveedores, precios, disponibilidad, tendencias)
 - Ubicación geográfica de los proveedores de materias primas
3. **Factores socioculturales:** elementos socioculturales y tendencias sociales, (Vega & Rodriguez, 2022).
 - Cambios demográficos
 - Estilos de vida y niveles de ingreso
4. **Factores tecnológicos:** desarrollo, y tendencias de tecnología, (Vega & Rodriguez, 2022).
 - Ritmo de los cambios tecnológicos
 - Sistemas de transporte y vías de acceso
 - Acceso y uso de internet y de las tecnologías de comunicaciones
 - Procesos y métodos productivos
5. **Factores ambientales:** elementos que están directamente o indirectamente relacionados con el medio ambiente, (Vega & Rodriguez, 2022).
 - Riesgos naturales
 - Características climáticas

6. **Factores legales:** elementos que están en relación con la obligación de cumplir las leyes establecidas, (Vega & Rodriguez, 2022).

- Derecho internacional
- Regulación sectorial
- Regulaciones de comercio exterior
- Nuevas leyes, resoluciones o normas en proceso

1.3. IMPORTACIONES

La importación es la compra de bienes o servicios de una empresa extranjera. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un país con fines comerciales. Al importar puede adquirir productos que no se producen en el país, productos más baratos o de mejor calidad, (Blum, Flores, Vallejo , & Sánchez, 2016).

Es el régimen aduanero que permite la entrada de mercancías, una vez se paguen o garanticen todos los impuestos y obligaciones arancelarios en el territorio aduanero. Una vez aprobada la liberación, las mercancías extranjeras se consideran nacionalizadas, (SUNAT, 2016).

Banco Central del Ecuador				
ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE BIENES				
IMPORTACIONES / por País Procedencia				
Período: Anual - Años: 2022; 2021; 2020; 2019				
Período	País Procedencia	TM (Peso Neto)	FOB	CIF
2019	CHINA	1.987.393,4	3.512,0	3.724,0
2019	ESTADOS UNIDOS	5.871.197,9	5.000,9	5.261,9
2020	CHINA	1.605.941,3	2.947,1	3.171,4
2020	ESTADOS UNIDOS	5.918.156,5	4.146,1	4.385,8
2021	CHINA	2.057.880,4	4.402,6	5.092,0
2021	ESTADOS UNIDOS	5.171.077,0	5.236,7	5.504,5
2022	CHINA	1.401.566,7	3.533,7	4.177,0
2022	ESTADOS UNIDOS	3.307.842,9	4.321,8	4.571,1

1.3.1. Estadística de Importaciones en Ecuador de EE. UU. y China

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2022

En la tabla presentada anteriormente se muestra la estadística de las importaciones con procedencia de Estados Unidos y China desde el año 2019 hasta agosto del 2022.

Se puede observar que la diferencia de valores en toneladas métricas entre Estados Unidos y China es amplia, y esto se debe a que la mayoría de las importaciones por medio de las empresas de Courier solo pueden venir desde Estados Unidos ya que allá se encuentra sus bodegas. Las empresas de Courier aceptan pedidos de China siempre cuando lleguen a Estados Unidos.

La empresa de Courier importa productos de China por un proceso de triangulación, recibiendo todos los productos en Estados Unidos para así enviarlos al país, (Deblex, 2022).

Por otro lado, se muestran valores FOB, que es el precio en el puerto de origen antes de viajar o despachar. El vendedor realiza la entrega de la mercancía. Y el valor CIF, que es el precio de llega al país. El vendedor debe pagar los costes y el flete necesario para llevar la mercancía al destino, (Córdoba, 2022).

1.3.2. Balanza Comercial

Banco Central del Ecuador

ESTADÍSTICAS DE COMERCIO EXTERIOR DE BIENES									
Balanza Comercial / por País Procedencia									
Período: Anual - Años: 2022; 2021; 2020; 2019									
País Procedencia / Destino	Tipo Operación	2019				2020			
CHINA	EXPORTACIONES	FOB	2.896,80	FOB	2.896,80	FOB	3.322,30	FOB	3.322,30
	IMPORTACIONES	FOB	3.512,00	CIF	3.724,00	FOB	2.947,10	CIF	3.171,40
	Saldo Comercial (EXP-IMP)		-615,20		-827,20		375,20		150,90
ESTADOS UNIDOS	EXPORTACIONES	FOB	6.691,30	FOB	6.691,30	FOB	4.739,40	FOB	4.739,30
	IMPORTACIONES	FOB	5.000,90	CIF	5.261,90	FOB	4.146,10	CIF	4.385,80
	Saldo Comercial (EXP-IMP)		1.690,40		1.429,40		593,30		353,50

País Procedencia / Destino	Tipo Operación	2021				2022			
CHINA	EXPORTACIONES	FOB	4.074,90	FOB	4.074,90	FOB	3.993,90	FOB	3.993,90
	IMPORTACIONES	FOB	4.402,60	CIF	5.092,00	FOB	3.533,70	CIF	4.177,00
	Saldo Comercial (EXP-IMP)		-327,70		-1.017,10		460,20		-183,10
ESTADOS UNIDOS	EXPORTACIONES	FOB	6.344,60	FOB	6.344,60	FOB	6.182,20	FOB	6.182,20
	IMPORTACIONES	FOB	5.236,60	CIF	5.504,50	FOB	4.321,80	CIF	4.571,10
	Saldo Comercial (EXP-IMP)		1.108,00		840,10		1.860,40		1.611,10

Fuente: Banco Central del Ecuador, 2022

La balanza comercial se determina como un registro que lleva un país sobre las importaciones y exportaciones que esta forma dentro de sus actividades comerciales anuales. Se presenta la balanza comercial desde el año 2019 hasta agosto del 2022.

En cuanto a las importaciones y exportaciones de Ecuador y China, su saldo comercial en la mayoría de los años que se está estudiando presenta un déficit comercial, y resulta cuando las importaciones superan a las exportaciones

Por otro lado, las importaciones y exportaciones con Estados Unidos, su saldo comercial de todos los años que se está estudiando, presenta superávit comercial, debido a que las exportaciones superan las importaciones.

1.4. ARANCELES

Los aranceles son tarifas o impuestos sobre los bienes importados de un país son una herramienta proteccionista clásica que beneficia a los productores nacionales. A veces también se aplican aranceles a las exportaciones del país, imponiendo impuestos solo por necesidad económica, (Gaspar , 2013).

Es la tarifa de impuesto oficial de los derechos arancelarios que se debe pagar por los productos importados gravados, en varios servicios, como en aduanas, banco, costas judiciales, etc., (Real Academia Española, 2017).

1.4.1. Tipos de aranceles

- **Ad Valorem:** Es una tarifa arancelaria, se debe cancelar un porcentaje sobre el valor de un producto o mercadería que sea de importación o exportación, de acuerdo a lo establecido en aduana. Es importante tener en cuenta el costo de flete y seguro para que se pueda conocer el valor de aduana.
- **Específicos:** Es una tarifa arancelaria fija que se grava por la estructura física de la mercancía, esto puede ser peso o volumen del producto o mercancía.
- **Mixtos:** Es la combinación de los dos tipos de aranceles mencionados anteriormente, (Cancino, 2016).

1.5. DESADUANIZACIÓN

Es el proceso que se realiza sobre una mercancía, con el fin de nacionalizarlas ante el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador. Se debe pagar los derechos arancelarios correspondientes para así poder liberar y nacionalizar la mercadería.

1.5.1. Proceso de desaduanización

Para poder realizar el proceso de desaduanización de productos es necesario que esté presente un agente de aduana o importador, quienes tienen que estar registrados por la SENA.

La declaración aduanera de importación deberá ser enviada mediante el sistema del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, en un periodo de 15 días previo a la llegada del medio de transporte, y hasta 30 días de la fecha de su arribo, para de esta forma no considerarlas en abandono.

De acuerdo al tipo de mercadería a importar, se debe presentar los siguientes documentos a la Declaración aduanera de importación:

- **Documentos de acompañamiento**

Son documentos de acompañamiento los que, denominados de control previo, deben gestionarse y aceptarse antes de la embarcación de la mercadería que se importará.

- **Documentos de soporte**

Forman la base de la información de la Declaración Aduanera de Importación (DAI) a cualquier régimen. Los documentos originales, ya sea en físico o de manera electrónica, deben permanecer en los informes del declarante o Agente de Aduanas para el momento de presentar la Declaración Aduanera.

- Documento de Transporte
- Factura comercial
- Certificado de Origen
- Documentos que el SENAEC considere necesario.

Una vez gestionado la Declaración Aduanera, se le dispondrá el número de declaración aduanera y el canal de aforo correspondiente, (SENAEC, 2021).

1.6. SERVICIO MENSAJERÍA (COURIER)

1.6.1. Contexto Ecuatoriano

El origen del tráfico postal apareció en los siglos XVII y XVIII como el intercambio de correspondencia entre personas que vivían en diferentes países, este mecanismo fue la base para la creación del llamado servicio postal y mensajería acelerada o Courier, destinados al transporte y transporte de mercancías, (Poveda, 2021).

El 29 de septiembre de 1971, mediante el decreto Supremo No 1415 entró en vigor la primera Ley General de Correos, que establece a Correos del Ecuador, como entidad pública con personería jurídica dependiente del Ministerio de Obras Públicas, (Chediak, 2014). En 1998, Ecuador contaba con la suscripción del Acuerdo Postal Universal, en el que el país acordó incluir en las operaciones de correo, las actividades de Courier donde incluya su cadena logística: carga por vía aérea, transporte terrestre e incluso servicio de gestión aduanera y seguridad de paquetes; actividades para las que los servicios públicos aún no estaban completamente preparados, lo que se traduce en la aparición de operadores privados de servicio postal que ofrezcan este servicio. Así mismo, debido a la falta de estandarización de regulaciones en los servicios de Courier, el uso de este mecanismo requirió varios ajustes legales operativos, a partir de 2011 y estabilizándose finalmente en 2015, con la clasificación de mercancías con letras de la A hasta la F, identificando las restricciones específicas y el tipo de mercancías que se pueden trasladar en cada categoría, (Vega & Venegas, 2021).

Entre 2002-2005, el servicio postal empieza a tener éxito y a ser notorio en Ecuador, por tal forma, la compañía de Correos del Ecuador comienza a mejorar sus servicios para alcanzar el nivel de los operadores privados, (Alcívar & Berruz, 2017). De tal manera que, en estos últimos años, se ha visto un crecimiento sostenido, alcanzando el máximo en 2017. El crecimiento del 21,6% en 2016, manteniendo hasta 2019 el crecimiento con un promedio de USD 155 millones

anuales. En el período de enero a octubre de 2020, las cifras del Banco Central del Ecuador muestran un aumento del 12% en monto de importaciones, que se reflejaría en parte por la popularidad y adopción del comercio electrónico en el país debido a la pandemia (Poveda, 2021).

El Sector Postal Ecuatoriano está compuesto por operadores postales públicos y privados que operan bajo un sistema libre competencia y del servicio postal universal proporcionado por el operador postal designado.

Sin embargo, en 2018, el servicio postal ecuatoriano público no estuvo disponible por unos años debido a problemas financieros. Correos del Ecuador, el servicio postal de logística pública con cobertura nacional e internacional, cerró oficialmente el 6 de noviembre de 2020. Como resultado, muchos paquetes de años anteriores se han quedado en limbo, y existen reclamos casi un año después de que se anunciará el cierre de Correos del Ecuador, (Madera, 2020).

En febrero del 2021, se creó la empresa pública de servicios postales del Ecuador SPE EP con la firma Servientrega para agilizar la entrega de más de 1 millón de paquetes y cartas, reemplazando a Correos del Ecuador. Inició sus operaciones en diciembre de 2021, distribuyendo los paquetes pendientes del 2020 y 2021 correspondientes a Correos del Ecuador EP, que cerró durante el gobierno de Lenin Moreno. La empresa pública dijo que su servicio postal básico permite enviar correspondencias como como cartas, impresos, postales y paquetes pequeños de hasta 2 kilogramos, sin rastreo, y con precios de entre 2,10 dólares y 55 dólares. En cambio, para la correspondencia y paquetería internacional sí hay rastreo y se permite un peso de 30 kilos. La tarifa va desde los 30 dólares, varía por peso y destino del paquete, (Alcívar M., 2022).

La compañía de Servicios Postales del Ecuador aún no está al 100% en cuanto a sus operativos. El sistema postal de Ecuador actualmente solo acepta envíos desde países extranjeros y los tiempos de entrega depende de la ubicación del país de origen. Por ejemplo, un paquete de Estados Unidos tarda en llegar alrededor de 15 días. El envío internacional no es posible todavía ya que la empresa que figura no tiene todas las licencias postales y comerciales internacionales, (Alcívar M., 2022).

1.6.2. Gestión de entrega de las empresas Courier

El servicio de mensajería o Courier es un servicio que te permite enviar cualquier tipo de paquete o envío de un lugar a otro. Estos servicios se caracterizan por la rapidez y la posibilidad y la posibilidad de realizar un seguimiento de los envíos. Son muy útiles para comercios electrónicos que

necesitan una solución de envío para una gran cantidad de paquetes, (Mena, 2022).

Las empresas de servicio de mensajería ofrecen servicios de envíos nacionales e internacionales. Efectivamente, las entregas internacionales en la actualidad son posibles gracias a las empresas de Courier, ya que se logra hacer llegar un paquete de un país a otro en solo cuestión de días, (Mena, 2022).

El correo postal internacional y servicio de mensajería Courier son todos los envíos de paqueterías mediante los Operadores privados de Courier o los operadores del servicio público, en este caso, Servicio Postal del Ecuador. El valor de las paqueterías enviadas no debe pasar el límite que está establecida en las normativas de Aduana, caso contrario se someterá a las normativas de impuestos arancelarios. Los paquetes serán enviados por medio de tramites simplificados, (SENAE, 2016).

Los servicios de mensajería especializada corresponden al servicio postal en régimen de libre competencia que exige la aplicación y adopción de características especiales para la recepción, clasificación, distribución y entrega de documentos y encomiendas por transporte aérea, terrestre, marítima o fluvial a nivel nacional. El servicio postal internacional corresponde a un servicio prestado por un operador hacia y desde cualquier área geográfica dentro del territorio nacional o desde el extranjero. El servicio postal nacional es un servicio postal prestado por un operador entre distritos postales de diferentes provincias en cualquier parte de un territorio nacional, y finalmente un servicio postal local corresponde a un servicio postal prestado por un operador en uno o más distritos postales de un mismo cantón, o entre zonas postales de diferentes cantones de una misma provincia, (Agencia de Regulación y Control Postal, 2020).

Servicio postal de recepción internacional para la entrega a nivel internacional, existen los siguientes servicios:

- Ordinario: Servicio de envío y entrega de correspondencia y/o paquetería a nivel internacional con una tarifa económica sin código de rastreo, (Correos del Ecuador).
- Certificado: Servicio de envío y entrega de correspondencia y/o paquetería a nivel internacional, el mismo que cuenta con registro de entrega, (Correos del Ecuador).
- EMS (Express Mail Service): Servicio de envío y entrega de correspondencia y/o paquetería postal a nivel internacional, con prioridad de entrega, (Correos del Ecuador).

Categorías

Existen 7 tipos de envíos clasificados de la siguiente manera:

- **Categoría A – Documentos**

Los artículos que envíen utilizando esta categoría no debe pagar impuesto, y tampoco necesitan documentos para poder importar. Las documentaciones que están permitidos enviar en esta categoría son:

- Revistas, periódicos, cartas, chequeras, tarjetas, títulos, fotografías, información en medios de audio, de video, secogramas, electromagnéticos, electrónicos, magnéticos que no estén sujetas a un permiso, pueden ser comerciales, bancarias, de procedencia jurídica, etc. Que no sea de prohibida importación y sea sin fines comerciales, (SENAE, 2016).

- **Categoría B – 4X4**

Los paquetes que se envíen por esta categoría deben tener un peso menos o igual a 4 kilogramos y el valor FOB debe ser menos o igual a \$400.00 USD, o lo correspondiente a otra moneda, es importante que los paquetes sean sin fines comerciales. Para beneficiarse de esta categoría, se tiene que entregar la descripción, valor y el peso de los artículos, (SENAE, 2016).

- **Categoría C – 100 Kg \$5000**

Los paquetes que se envíen por esta categoría deben tener un peso de hasta 100 kilogramos y el valor no pase de los \$5.000 USD, y que además no correspondan a otra categoría. Es importante presentar las descripciones, valor y peso menos en el caso que sean solo las muestras gratis que no tienen valor comercial. Los productos de calzado y textiles no pertenecen a esta categoría.

Por otro lado, las personas ecuatorianas que cuenten con identificación nacional, se les permitirá importar solo 1 aparato de telefonía, en este caso celular, y solo una vez año.

Tratándose de repuestos industriales o de transporte, y es requerido y necesario urgentemente, se les permitirá importar en esta categoría hasta un peso máximo de 200 kilogramos, y siempre cuando el valor no exceda los \$5.000 USD o su correspondencia en otra moneda.

Salvo los límites de valor y peso de las mercancías mencionadas en el párrafo anterior, si su cantidad no excede de 10 piezas, se considera como una sola unidad según las normativas de aduanas y distribución arancelaria.

En esta categoría se debe pagar impuesto:

- **Advalorem:** El porcentaje depende del producto que se importe
- **IVA:** 12%
- **Fondinfa:** 0.5%

La documentación de control deberá presentarse solo para aquellos productos que, si lo requieren, (SENAE, 2016).

Ejemplo:

Producto	AdValorem	IVA	FODINFA	Impuesto Específicos	Documentos de Control Previo a la importación	Nota
TV 20"	5%	12%	0.5%	USD 39.97 c/u	Requiere la presentación de MIPRO solo si la importación excede las 5 unidades al año fiscal y su valor sea mayor a USD \$3000 por declaración	Resolución 17 COMEX
TV >20" a 32"	5%	12%	0.5%	USD 73. c/u	Requiere la presentación de MIPRO solo si la importación excede las 5 unidades al año fiscal y su valor sea mayor a USD \$3000 por declaración	Resolución 17 COMEX
TV > 33" a 41"	5%	12%	0.5%	USD 140.32 c/u	Requiere la presentación de MIPRO solo si la importación excede las 5 unidades al año fiscal y su valor sea mayor a USD \$3000 por declaración	Resolución 17 COMEX

TV >41" a 50"	5%	12%	0.5%	USD 158.14 c/u	Requiere la presentación de MIPRO solo si la importación excede las 5 unidades al año fiscal y su valor sea mayor a USD \$3000 por declaración	Resolución 17 COMEX
TV >50"	20%	12%	0.5%		Requiere la presentación de MIPRO solo si la importación excede las 5 unidades al año fiscal y su valor sea mayor a USD \$3000 por declaración	Resolución 17 COMEX
Videojuegos	30%	12%	0.5%		No requiere Documento de control	
Juguetes	30%	12%	0.5%		No requiere Documento de Control	
Perfumes	20%	12%	0.5%	300%	Requiere la presentación de Certificado del Ministerio de Salud Pública	
Celulares	0%	12%	0.5%	0%	No requiere Documento de control	Resolución 025-2019 COMEX

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2016

- **Categoría D – Prendas de vestir, textiles confeccionados y calzado**

Los paquetes que se envíen por esta categoría, deben contener productos textiles y calzados, que no pertenezcan según las normativas de la categoría B. Los paquetes que se declaren en esta categoría, deben cumplir con el peso permitido que es hasta 20 kilogramos, y cumplir con el valor de la factura, que es hasta \$2.000 o su correspondencia a otra moneda.

En esta categoría se deben pagar impuestos, y son:

- **Advalorem:** 10%
- **Específico:** \$5.5 por cada kilogramo de ropa, o \$6 por cada calzado
- **IVA:** 12%
- **Fodinfra:** 0.5%, (SENAE, 2016).

- **Categoría E – Medicinas**

Los paquetes que se envíen por esta categoría no deben ser comerciales, y deben contener medicina, tejidos, órganos y células, dispositivos ortopédicos; herramientas necesarias para los procedimientos y trámites médicos y quirúrgicos que sean de emergencia; aparatos para personas discapacitadas, y no tendrán que pagar impuestos siempre cuando se tenga un informe médico donde recete y demuestre su problema de necesidad.

En esta categoría no es importante presentar las descripciones de valor y peso, y tampoco es necesario un control ni documentos que respalden la importación. En el art. COPCI 125 indican que los siguientes productos están libres de impuestos aduaneros:

- Equipos médicos, instrumentos especiales y prótesis para personas discapacitadas.
- Órganos, tejidos y fluidos humano, para uso en medicina.
- En caso de medicamentos no comerciales suministrados a nombre de una persona, se deberá presentar receta médica, certificado de un profesional de la salud que justifique el uso del medicamento, (SENAE, 2016).

- **Categoría F – Libros y Equipos computación**

Paquetes con libros o similares. Tener en cuenta que los impresos o catálogos comerciales y similares están prohibidos importarlos según la Ley de Comunicación, (SENAE, 2016).

Ejemplo:

Producto	Avaloren	IVA	FODINFA	Partida arancelaria
Los libros de lectura están libres de pagos arancelarios	0%	0%	0.5%	4901
Los libros para pintar, libros con estampillas, libros de contadores,	30%	12%	0.5%	4820

álbumes, formularios, cuadernos si deben pagar impuestos arancelarios.				
--	--	--	--	--

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, 2016

- **Categoría G – Número familiar de migrante ecuatoriano**

Según la subpartida 9807.60, esta categoría sólo puede utilizarse si el destinatario es miembro del familiar inmigrante ecuatoriano, es decir un familiar residente en Ecuador, incluidos los parientes de cuarto y segundo grado, cuyos ecuatorianos residentes en el exterior sean inmigrantes registrados para tal efecto de un consulado o misión diplomática ecuatoriana. Bajo esta categoría, el peso de cada paquete es de 4kg o menos y el valor FOB es menos o igual al salario básico unificado, no hay límites en la cantidad de envíos.

El Comité de Comercio Exterior (Comex) exoneró a los migrantes que estén registrados en el consular el impuesto de la tasa de los \$42 para ecuatorianos que se encuentren en el extranjero. El gobierno de Ecuador, les garantiza el libre de pago de impuesto arancelario, siempre y cuando el paquete sea igual o menos a 4 kilogramos y el valor de la factura FOB sea menos o igual al salario básico ecuatoriano, además no tendrán límite de envíos en paqueterías.

El registro consular está conectado al sistema del Servicio Nacional de Aduanas (SENAE) y los ecuatorianos que se encuentren en el extranjero podrán registrarse en línea por medio de la página del consulado virtual.

Beneficiarios: De conformidad con el artículo 15 de la Ley Orgánica de Movilidad Humada, la exoneración de aranceles en encomiendas que traigan bienes para uso del número familiar que se encuentre viviendo en el Ecuador y sea realizado por los migrantes ecuatorianos que se encuentren viviendo en el extranjero se aplica siempre y cuando sean hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad.

Certificado de Migrante Retornado: Es importante que el migrante ecuatoriano registre en los consulados de Ecuador, los nombres completos, número de cédula y dirección de casa del familiar que se encuentra en Ecuador y que recibirá los paquetes, para que pueda beneficiarse del libre pago de aranceles que otorga el gobierno de Ecuador y que se encuentre en el art. 15 Ley Orgánica de Movilidad Humana. De esta forma se podrán enviar paquetes que contengan productos para uso familiar, (SENAE, 2016).

1.6.3. Logística en servicios de mensajería

Es una función operativa clave que incluye todas las actividades requeridas para la adquirir y administrar materias primas y componentes, así como el manejo, empaque y distribución de productos terminados a los clientes, (Ferrel, Hirt, Ramos, Adriaenséns, & Flores, 2004).

Operaciones Logísticas	Coordinar mantenimientos	Cumplimiento a los mantenimientos programados
	Asignación de rutas y vehículos	Costo promedio de transporte por tonelada Factor de carga promedio Velocidad promedio de los vehículos
	Despachar	Tiempo de procesamiento logístico Tiempo consolidación
	Servicio al cliente	Retrasos en la entrega

Fuente: (Serna, Ruiz, Ortiz, & Zapata, 2017)

Indicadores de desempeño de logística: Es una relación de datos numéricos y cuantitativos utilizados en la gestión logística que permite evaluar el desempeño y los resultados de cada proceso.

- **Tiempos** – Tiempo de procesamiento del pedido – Tiempo de respuesta a los clientes – Tiempos de consolidación
- **Costos** – Costo de consolidación – Costo total de transporte – Costo de corregir errores logística – Costo de combustible
- **Calidad** – Nivel de satisfacción del cliente – Despachos erróneos – Número de empleados capacitados
- **Confiabilidad** – Cumplimiento en el tiempo entrega – Velocidad promedio – Mantenimiento realizados – Accidentalidad

CAPITULO II

2. METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACIÓN

2.1. Enfoque de la investigación mixto

Los métodos de investigación mixta son la integración sistemática donde implica la recolección de datos y un análisis profundo de datos cuantitativos y cualitativo. Se utilizará la investigación mixta para poder realizar inferencias con la información recabada de ambos métodos y así tener un mayor entendimiento del estudio, y tener una información más completa del fenómeno. Por otro lado, utilizar los métodos mixtos incrementará la confianza en la investigación y sus resultados, ya que la investigación mixta logrará tener mayores perspectivas del problema. (Hernández Sampieri & Mendoza, 2008) la denominan: “riqueza interpretativa”. (Miles & Huberman, 1994) la muestran como “mayor poder de entendimiento”.

Se utilizo el enfoque de investigación mixta, para tener una triangulación o incremento de validez utilizando y haciendo contraste de datos con el método cuantitativo y cualitativo para así corroborar los resultados y descubrimientos en los factores internos y externos que afectan a la logística de Courier.

Por un lado, con el método cuantitativo se enfocará en la recolección de datos y en el levantamiento de información sobre los factores internos y externos de la logística de Courier, y, por otro lado, con el método cualitativo buscará recolectar datos más profundos y específicos para así poder tener un mejor panorama de los factores internos y externos que afectan en la logística de Courier en la ciudad de Guayaquil.

2.1.1. Cualitativo

El enfoque cualitativo se enfoca en obtener la perspectiva desde el punto de vista de los involucrados a través de la recolección de datos no numéricos por medio de: entrevistas abiertas, observación no estructurada, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registros de historias de vida e interacción con grupos y comunidades con el fin de que el investigador pueda tener una interpretación correcta de la situación en temas de interés para la investigación, (Hernández, Fernández , & Baptista, 2010)

Por lo tanto, se procederá a entrevistar a personas y empresas representativas, con años de experiencia en esta actividad de servicios de mensajería (Courier) para así poder tener una interpretación mucho más clara y profunda de la realidad del sector y sus fallos logísticos.

2.1.2. Cuantitativo

El enfoque cuantitativo se enfoca en la recolección de datos numéricos para justificar una hipótesis planteada, a través de la medición numérica de los datos junto a un análisis estadístico con el fin de determinar variables y su correcto análisis e interpretación estableciendo patrones de comportamiento y probar teorías, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Por lo tanto, se procederá a realizar una investigación de método estadístico descriptivo mediante encuestas a empresas con actividades postales y mensajería que estén registradas en la base de superintendencia de compañías y, que su último balance sea a partir del 2019 para tener un análisis e interpretación de los fallos logísticos más comunes de las empresas de Courier y así establecer patrones de comportamiento en cuanto a empresas y clientes de la ciudad de Guayaquil. De esta manera se podrá proponer y justificar las hipótesis.

2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

2.2.1. Descriptiva

La investigación descriptiva tiene como finalidad estudiar y detallar las características, propiedades, rasgos, intereses, cualidades de personas, grupos o comunidades, procesos, objetos y/o cualquier otro fenómeno que pueda ser sometido a un análisis estadístico en el cual será posible determinar tendencias y características del sector, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

En este caso, se realizará un estudio descriptivo que buscará estudiar y detallar las características de las empresas Courier junto a sus procesos de logística, para así lograr especificar e identificar los factores que afectan en la logística de las empresas que brindan el servicio de mensajería también llamados Courier. Así mismo, se podrá detallar la manera en cómo los clientes reaccionan al momento de que su paquete sufra algún fallo en la logística, como, por ejemplo: retraso en sus envíos, o daños de sus pedidos.

2.3. PERÍODO Y LUGAR DONDE SE DESARROLLA LA INVESTIGACIÓN.

La investigación se desarrollará en la ciudad de Guayaquil, ya que es una ciudad portuaria y maneja mucho el tema de las importaciones y exportaciones. Adicionalmente, es la segunda ciudad más grande del Ecuador, y al ser un mercado

de aproximadamente de 3 millones de personas hace que sea un mercado notable de estudiar.

En la actualidad se debe pensar en datos de prepandemia, y post pandemia para así poder determinar los datos referenciales de los próximos años ya que en pandemia muchas empresas crecieron y otras quedaron en quiebra. Por lo tanto, se escogió a partir del 2019 para poder ver hasta qué punto afecto o ayudo la pandemia en las empresas de servicio y mensajería, y se estudiará hasta el año 2022 que sería post pandemia para ver el comportamiento de los usuarios y así mismo poder interpretar de cómo sería la situación en algunos años más.

2.4. UNIVERSO

Universo es el conjunto de todos los casos que cumplen establecidas especificaciones dadas. Deben estar claramente organizados en torno a sus características de contenido, lugar y tiempo, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010)

En este caso, vamos a efectuar un estudio sobre los las empresas de mensajería en Guayaquil, con base en la superintendencia de compañías, teniendo en cuenta que solo se tomará en cuenta a las empresas que su último balance sea a partir del 2019. Se procederá a definir la población de la siguiente manera:

Nuestro universo comprende a todas las empresas de mensajería (Courier) ubicadas en Guayaquil, que estén registradas en la base de Superintendencia de compañías y que cuenten con su último balance a partir del 2019.

Según la base de Superintendencia de compañía, se cuenta con 72 empresas que se dedican a las actividades postales y de mensajería identificadas con – CIU 4.0 H53, que actualmente están activas y su último balance es a partir del 2019.

Una vez ya delimitado claramente el universo o el tamaño de la población, excluyendo a las empresas que no estén registradas en la base de superintendencia de compañías y no cuenten con su último balance a partir del 2019. Se establece el margen de error, en este caso será de 10% y el nivel de confianza de 95%. Se determina el tamaño de la muestra, siendo 42 la cantidad de empresas a las que se encuestará para poder tener una interpretación amplia de los resultados del estudio de investigación.

Muestreo Probabilística:

$$\text{Tamaño de la muestra} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Donde:

- N= Tamaño de la población = 73 empresas
- e= Margen de error = 10%
- z= Nivel de confianza = 95% - 1.96

Siendo el tamaño de la muestra 42. Se procederá a realizar el cuestionario a 42 empresas dedicadas a la actividad de servicio y mensajería (Courier).

Muestreo no Probabilística:

Debido a que el enfoque de la investigación también es cualitativo, es importante documentar las experiencias de las empresas de Courier, para así lograr tener una interpretación mucho más profunda, y saber en específico cuales son los fallos logísticos en estas empresas, de esa manera se pretenderá generar datos para formar investigaciones más precisas.

Se decidió entrevistar a 5 empresas, las más representativas en el sector de servicio mensajería (Courier) de la ciudad de Guayaquil-Ecuador.

2.5. DEFINICIÓN Y COMPORTAMIENTO DE LAS PRINCIPALES VARIABLES INCLUIDAS EN EL ESTUDIO

Se muestran en detalle las variables dependientes e independientes que intervienen en el proceso de investigación logístico del sector de servicio y mensajería.

2.5.1. Variables independientes:

- i. Factores internos
- ii. Factores externos

2.5.2. Variable dependiente:

i. Logística

Tabla 1. Operacionalización de variables

Variable	Conceptualización	Indicadores	Instrumentos y/o métodos
Factores Internos	Son variables que se originan en la parte interna de la empresa, están bajo su control y pueden ser gestionados por las mismas.	<ul style="list-style-type: none"> • Factores operacionales y tecnológicos – sistema de transporte y comunicaciones - capacidad de almacenamiento 	Entrevista Cuestionario Análisis numérico
Factores Externos	Son las variables que afectan a la organización y no se pueden controlar desde la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Factores políticos – Cambios de políticas o directivos -restricciones o limitaciones – tratados internacionales • Factores económicos-financieros – impuestos, precio, tipo de cambio • Factores tecnológicos – sistema de transporte y vías de acceso • Factores ambientales – riesgos naturales • Factores legales – regulaciones de comercio exterior – nuevas leyes 	Entrevistas Informes oficiales Documentos
Logística	Función operativa que incluye todas las actividades requeridas para el manejo, empaque y distribución de productos terminados a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Tiempos – Tiempo de entrega • Costos –Costo/categoría • Calidad – Nivel de satisfacción del cliente • Confiabilidad – Cumplimiento de entrega (no dañado, ni perdido) 	Cuestionario

Elaborado por: la autora

2.6. MÉTODOS EMPLEADOS E INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Con el fin de recolectar información para el presente proyecto de investigación, se utilizaron los siguientes métodos para recopilar los datos necesarios: entrevistas cualitativas y cuestionario cuantitativas.

2.6.1. Cuestionario

El cuestionario será desarrollado y enfocado hacia el tema del estudio, nos enfocaremos en la recolección de los datos a través de cuestionarios de preguntas cerradas. Los cuestionarios de investigación son uno de los métodos principales para realizar investigaciones cuantitativas, y los cuestionarios cuantitativos hacen preguntas que en su mayoría tienen respuestas numéricas que permiten un análisis e interpretación rápidos de una o más variables, (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Se procederá a desarrollar un cuestionario en el que se enfocará en la recopilación de datos específicos a través de preguntas cerradas, donde se esperará recolectar información de los factores interno y externos de las empresas de servicio y mensajería, entre los cuales son:

Factores internos:

- Tiempos de entrega
- Costos

Factores externos:

- Desaduanización
- Impuestos
- Aforo

El cuestionario está dirigido a las empresas de Courier de la ciudad de Guayaquil, que constan en la base de Superintendencia de compañías identificadas – CIIU 4.0 H53 actividades postales y mensajería. Se tomará en cuenta solo a las empresas que cuenten con su último balance desde el 2019.

Para más detalle, el cuestionario se encuentra en el Anexo #

2.6.2. Entrevistas

Las entrevistas son uno de los principales métodos de la investigación cualitativa, y las entrevistas cualitativas son íntimas, flexibles y abiertas, (King y Horrocks, 2009). Entrevista se define como un encuentro en el que una persona (el entrevistador) habla e intercambiar información con otra persona (el entrevistado) u otras personas. Una entrevista se logra a través de preguntas y respuestas, y de esa forma se logra una comunicación y da significados respecto a un tema, (Janesick, 1998).

El cuanto al desarrollo de la investigación se procederá a entrevistar a las empresas de Courier más representativas en la ciudad de Guayaquil, incluyendo preguntas cerradas o abiertas con el fin de poder obtener información que ayude a responder las preguntas planteadas y tener una interpretación mucho más profunda del tema.

2.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

2.7.1. Factores externos – Análisis PESTEL

El análisis PEST es una herramienta muy útil para entender el crecimiento o declive del mercado y así comprender la posición, el potencial y la dirección de la empresa. Este es un instrumento de medida para los negocios. PEST consta de las siglas de factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos y se utiliza para evaluar el mercado en el que se encuentra una empresa o entidad. Un análisis PEST evalúa el mercado, incluidos los competidores, desde el punto de vista de una oferta o empresa específica, (Chapman, 2004).

Se utilizará está herramienta para conocer, identificar y evaluar la situación del mercado externo de las empresas de Courier que influyen en el desarrollo de una correcta logística. Así mismo, entender de una manera más profunda la posición, el potencial, y la direccionalidad de las empresas de Courier.

2.7.2. Factores internos – Análisis FODA

El análisis FODA es un acrónimo que significa Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de una empresa, mercado o simplemente personas; se aplica a cualquier situación que requiera análisis o investigación. Utilizado para formular estrategias comerciales orientadas al futuro, el análisis FODA es una herramienta útil para que cualquier empresa o líder de la industria lo realice y lo considere.

Además, el análisis FODA se puede realizar fácilmente en situaciones complejas, de esa manera se podrá conocer la situación de la organización reconociendo los factores que tienen mayor impacto y a partir de eso tomar decisiones efectivas y acciones relacionadas. De esa manera se podrá mejorar el enfoque para ser competitivo en el nicho de mercado al que se centra la empresa para explorar múltiples oportunidades en el mercado desarrollando estrategias competitivamente efectivas, (Leiva, 2016).

Para conocer el diagnóstico de las empresas de Courier, es importante conocer el sector en su conjunto, tanto la parte interna como externa y conformar un cuadro donde explique la situación actual del sector y empresas Courier, permitiendo de esa manera conseguir un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones de acuerdo con los objetivos planteados. Por lo que es necesario realizar un análisis FODA que también es una herramienta administrativa y permitirá formular estrategias en cuanto a la situación actual del mercado.

CAPITULO III

3. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LOGÍSTICA EN LAS EMPRESAS DE COURIER EN GUAYAQUIL

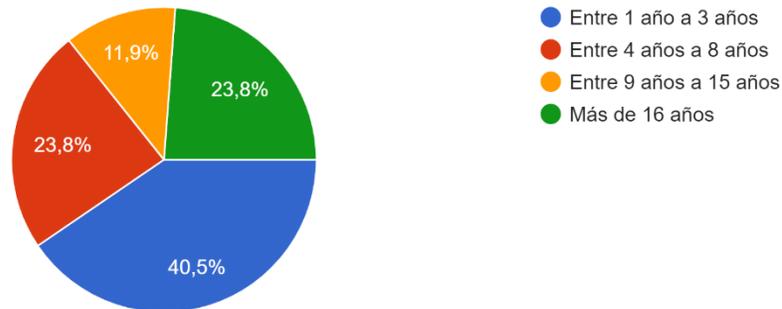
Resultado de los cuestionarios

Figura 1.

Años en los que están en el negocio de Courier

1. ¿Cuántos años está en el negocio de Courier?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas el 40,5% de las empresas tienen de 1 a 3 años en el mercado laboral como Courier; mientras que el 23,8% tienen de 4 a 8 años; y otro 23,8% tienen más de 16 años de experiencia en el mercado laboral de Courier; por último, con un 11,9% se encuentran las empresas que tienen entre 9 años a 15 años en el mercado laboral.

Análisis:

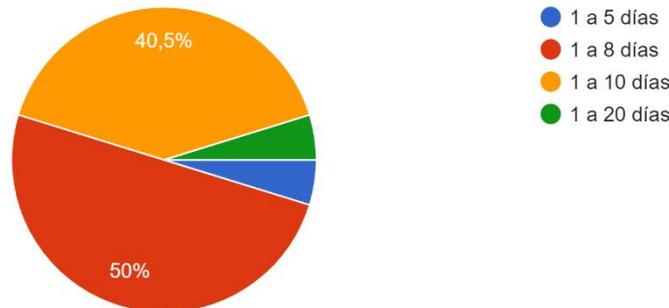
Se puede observar que el sector de servicio y mensajería ha venido creciendo, pasando los años. La demanda de estos servicios ha permitido que muchas empresas de Courier ingresen al mercado laboral incluso en tiempos de pandemia. Se determina que las empresas de Courier son relativamente nuevas, ya que se puede observar que el 41% son empresas que tienen entre 1 a 3 años. Esto también se debe a que los comportamientos de compra en los clientes han cambiado a partir de la pandemia.

Figura 2.

Tiempos de entrega que prometen las empresas de Courier

3. ¿Cuál es el tiempo de entrega que promete tu empresa?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas podemos determinar que el 50% de las empresas de Courier prometen entregar los paquetes hasta un plazo de 8 días laborables; el 40,5% promete entregar en un plazo de hasta 10 días laborables; el 5% promete entregar en un plazo de hasta 20 días y por último el 5% promete entregar hasta en 5 días los paquetes.

Análisis:

Se determina que las empresas de Courier establecen un tiempo de entrega a los clientes de 8 a 10 días laborables. Las empresas de Courier de la ciudad de Guayaquil prometen un plazo de 8 a 10 días para tener los paquetes en las oficinas de Guayaquil listo para entregar, o entregadas a los domicilios en caso del que el cliente lo solicite.

Por ejemplo, Riocargo Express S.A es una de las empresas que promete entregar su paquetería con un tiempo estimado de 5 a 8 días. Sin embargo, no siempre suelen cumplir.

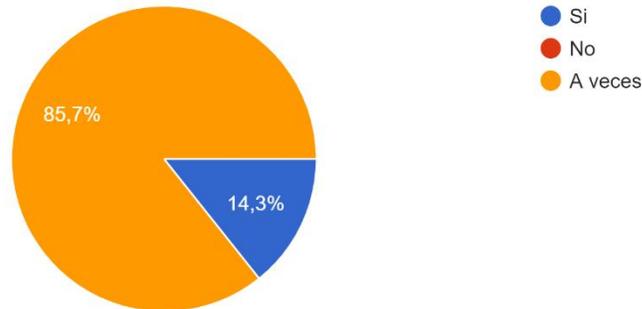
Siendo tiempos de entrega el principal factor que se está estudiando, se puede decir también que es el principal factor que las empresas de Courier no siempre pueden cumplir ya sea por problemas logísticos internos o externos.

Figura 3.

Cumplimiento de los tiempos de entrega

4. ¿Cumplen siempre con los tiempos de entrega?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas de Courier encuestadas, el 85,7% dicen que a veces cumplen con los tiempos de entrega; y solo el 14,3% de las empresas dicen siempre cumplir con los tiempos de entrega.

Análisis:

Se puede observar que la mayoría de las empresas de servicio y mensajería tienen problemas con cumplir los tiempos de entrega. Quiere decir que la mayoría de las empresas tienen problemas en cumplir siempre con la logística eficiente.

Con este resultado, podemos identificar que cumplir con los tiempos de entrega es uno de los principales problemas que se dan en la mayoría de las empresas de Courier de Guayaquil.

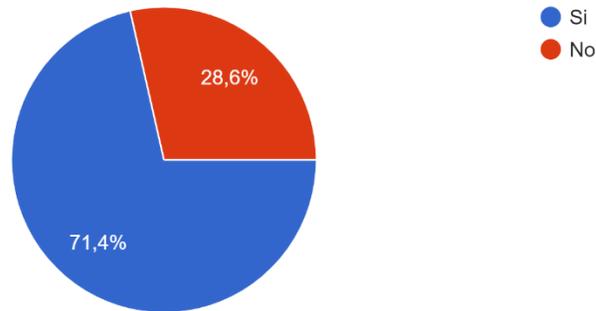
De este modo, es importante que las empresas busquen identificar cuáles son las barreras internas que no permiten el cumplimiento de los tiempos de entrega para así poder desarrollar estrategias, mejorando este factor. En caso de los problemas externos, se puede buscar la manera de poder acelerar el proceso de importación.

Figura 4.

Empresas de Courier reciben reclamos por los tiempos de entrega

6. ¿Reciben reclamos por parte de sus clientes en cuanto a los tiempos de entrega?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas se observa que el 71,4% de las empresas de servicio y mensajería (Courier) reciben reclamos por partes de sus clientes en cuanto a los tiempos de entrega.

Análisis:

Se puede observar que la mayor parte de las empresas de servicio y mensajería (Courier) reciben reclamos por parte de los clientes en cuanto a los tiempos de entrega, esto quiere decir que los tiempos de entrega son uno de los principales factores que afectan a la logística en las empresas de Courier.

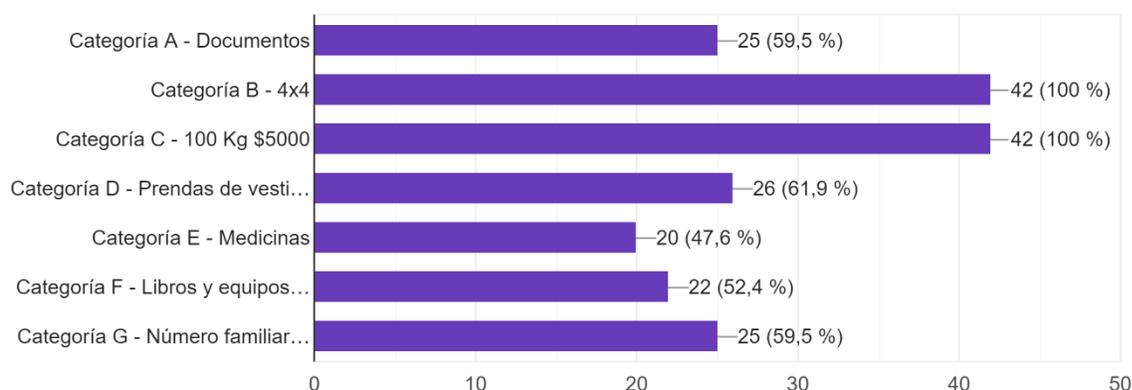
Es importante que las empresas de Courier gestionen todas las quejas que tienen los clientes comunicando cual es el motivo de su demora, para de esta forma transmitirles confianza y tranquilidad. Por otro lado, implementar estrategias que agilicen estos procesos, incluyendo el tiempo en gestionar las quejas de los clientes.

Figura 5.

Categorías de importación que usan las empresas de Courier

9. ¿Cuál es la categoría de importación que usan? Selecciona todas las que usan.

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas, se puede observar que el 100% de las empresas traen en la categoría B – 4x4 y categoría C – 100kg \$5000; el 61,9% de las empresas traen en categoría D- Prendas de vestir; el 60% de las empresas traen por las categorías A – Documentos y Categoría G – familiar; el 52,4% de las empresas traen también por categoría F – libros y equipos, y, por último, el 47,6% de las empresas traen también por la categoría E – Medicinas.

Análisis:

Se observa que el 100% de las empresas de Courier se manejan con las categorías B de 4x4 y categoría c de compras hasta 100kg y \$5000. Estas son las principales categorías de las empresas de Courier de la ciudad de Guayaquil. Sin embargo, hay empresas de Courier que se manejan con otras categorías incluso todas, como la categoría A donde reciben documentos; categoría D de prendas de vestir y calzado, y categoría G de número familiar.

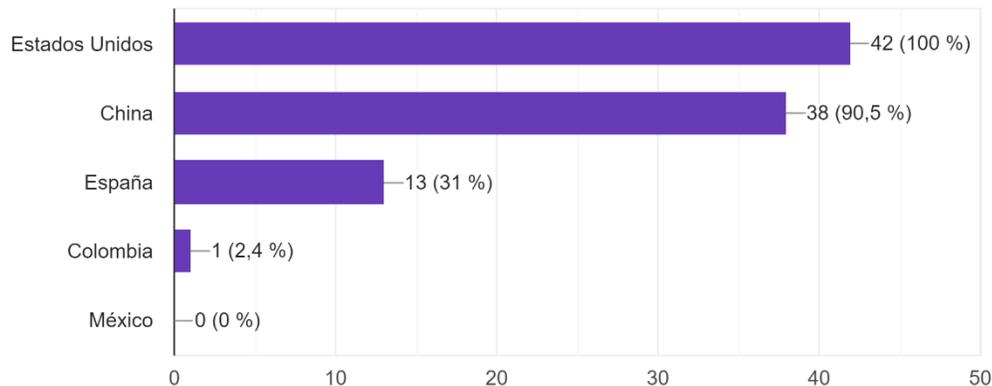
La mayoría de las personas de Guayaquil, utilizan la categoría B de 4x4 para su consumo. Como es notorio, las tendencias de compras han cambiado en los últimos años, entonces muchas personas optan por hacer sus compras en el extranjero.

Figura 6.

Principales países de donde vienen las importaciones

10. ¿Cuáles son los principales países de donde vienen las importaciones?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas, se puede observar que el 100% de las empresas de Courier importan desde los Estados Unidos; el 90,5% de China; el 31% de España; y por último el 2,4% de Colombia.

Análisis:

Se observa que la mayoría de las empresas de Courier manejan sus importaciones directamente desde los Estados Unidos, son el 100% de las empresas que manejan sus importaciones con este país. Adicionalmente se observa que, el 90% de las empresas importan desde china, y es importante mencionar, que no lo hacen directamente. Los paquetes que se importan de China, son enviados primeramente a las bodegas de Estados Unidos, siendo este un país intermediario de las importaciones de China.

La empresa de Courier importa productos de China por un proceso de triangulación, recibiendo todos los productos en Estados Unidos para así enviarlos al país, (Deblex, 2022).

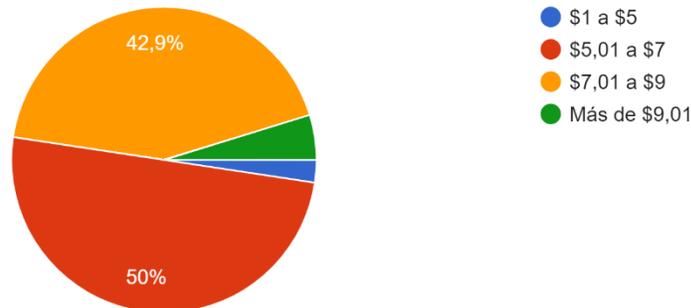
Así mismo, las importaciones desde España están creciendo en los últimos años debido al acuerdo comercial que existen entre Ecuador y la Unión Europea. Esto está haciendo que las empresas de Courier implementen como país de importación España y otros países de Europa.

Figura 7.

Costos por libra mediante la categoría 4x4

11. ¿Cuáles son los costos por libra mediante la categoría 4x4?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas se puede observar que el 50% de las empresas Courier tienen establecido un costo mediante la categoría de 4x4 de \$5 a \$7 por libra; el 43% mantiene un costo de entre \$7 a \$9 por libra; el 4,8% mantiene un costo de más de \$9, y, por último, el 2,4% mantiene un costo de hasta \$5.

Análisis:

Se observa que la mayoría de las empresas de servicio y mensajería mantienen un costo entre \$7 a \$9 por libra mediante la categoría 4x4. Sin embargo, otro gran porcentaje de empresas mantiene costos de \$5 a \$7 por libra. Lo que significa, que la mayoría de las empresas de Courier en Guayaquil tienen un costo de \$5 a \$9 por libra en cuanto a la categoría de 4x4 que son compras personales.

Todas las empresas de Courier ofrecen lo mismo, traen tus compras que realizaste en Estados Unidos o China y traerlos a Ecuador. El proceso de importación, en ciertas empresas pueden cambiar depende de los intermediarios que usen.

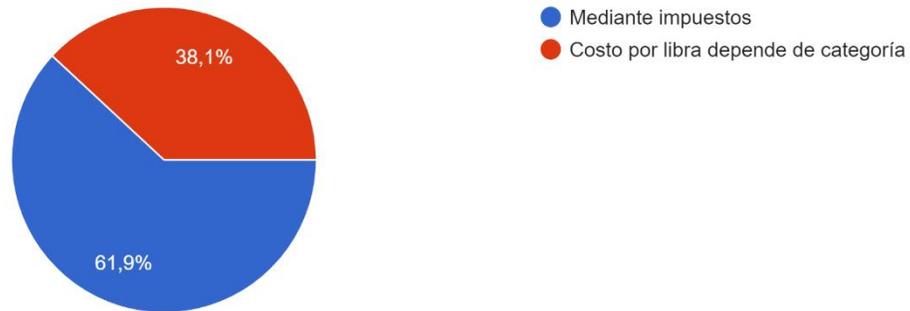
Así mismo, algunas empresas ofrecen seguros dentro del costo de la libra, para que así la mercadería de los clientes esté siempre protegida contra daños, pérdidas o robos.

Figura 8.

Costos por libra mediante otras categorías diferente a la 4x4

12. ¿Cuáles costos por libra con relación a otras categorías diferentes a la categoría 4x4?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas de Courier encuestadas se puede observar que el 61,9% de las empresas tiene costos mediante impuesto con relación a otras categorías diferentes a la categoría 4x4; y el 38,1% tiene costos por libra dependiendo la categoría.

Análisis:

Según las investigaciones de los cuestionarios, se observa que gran porcentaje de las empresas cobran impuestos dependiendo la categoría y los productos. Así mismo, adicional a los impuestos se cobra el servicio de Courier, que es el costo por libra. El 38% de las empresas tienen un valor por libra distinto al de la categoría 4x4.

Por ejemplo, si un cliente desea importar una laptop con un peso mínimo de 4kg, y un valor de +\$500, ya es considerada para la categoría C que debe pagar impuestos arancelarios que es un aproximado de \$120 para su liberación en aduana, adicional debe cancelar los costos por libra en la empresa de Courier que sería un aproximado de \$50.

Por otro lado, si el cliente desea importar una laptop con un peso mínimo de 4kg, y un valor de -\$500, se la considera en categoría 4x4, y lo único que el cliente debe cancelar son los \$50 por el servicio de importación.

Es importante que las empresas de Courier ofrezcan un cotizador para evitar problemas con los clientes sobre los impuestos.

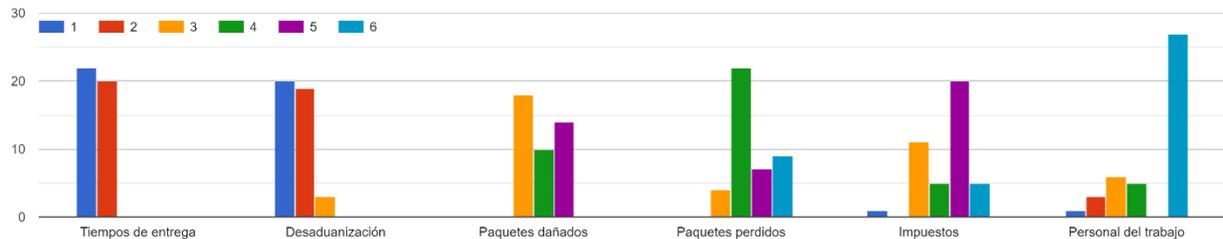
3.2. DESAFIOS DE LA LOGÍSTICA

Resultados de los cuestionarios

Figura 9.

Principales problemas que enfrentan las empresas de Courier

2. Enumera en orden los principales problemas que enfrentan las empresas de servicio de mensajería (Courier). Siendo el número 1 más importante y 6 el menos importante



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas se puede observar que los principales problemas que enfrentan las empresas de servicio y mensajería Courier son tiempos de entrega, desaduanización, paquetes dañados, paquetes perdidos, impuestos, y por último personal de trabajo.

Análisis:

Se puede observar que uno de los problemas de logística de las empresas de Courier son los tiempos de entrega y la desaduanización. El tiempo de espera en aduana es lo que hace que los paquetes se retrasen, de esta manera hace que los tiempos de entrega se convierta en el principal problema de logística de las empresas de Courier.

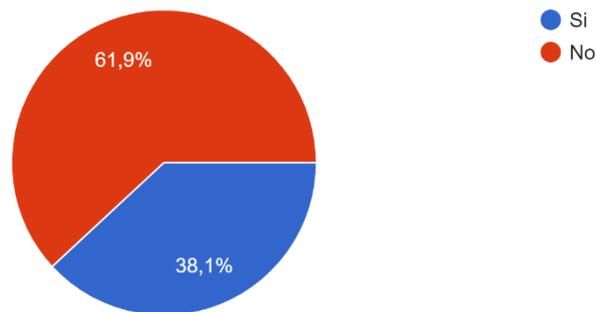
Por otro lado, siguen los paquetes dañados y paquetes perdidos que, aunque no se den en muchas ocasiones, tiende a pasar. Lo cual significa inseguridad para los clientes. Las empresas de Courier deben buscar la manera de solucionar y quedar en un acuerdo donde el cliente pueda salir satisfecho.

Figura 10.

Problemas en cumplir la logística eficiente

8. ¿Ha tenido problemas en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas encuestadas el 61,9% de las empresas de Courier no ha tenido problemas en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes; de tal manera que el 38,1% de las empresas de Courier han tenido problemas en cumplir con la logística eficiente.

Análisis:

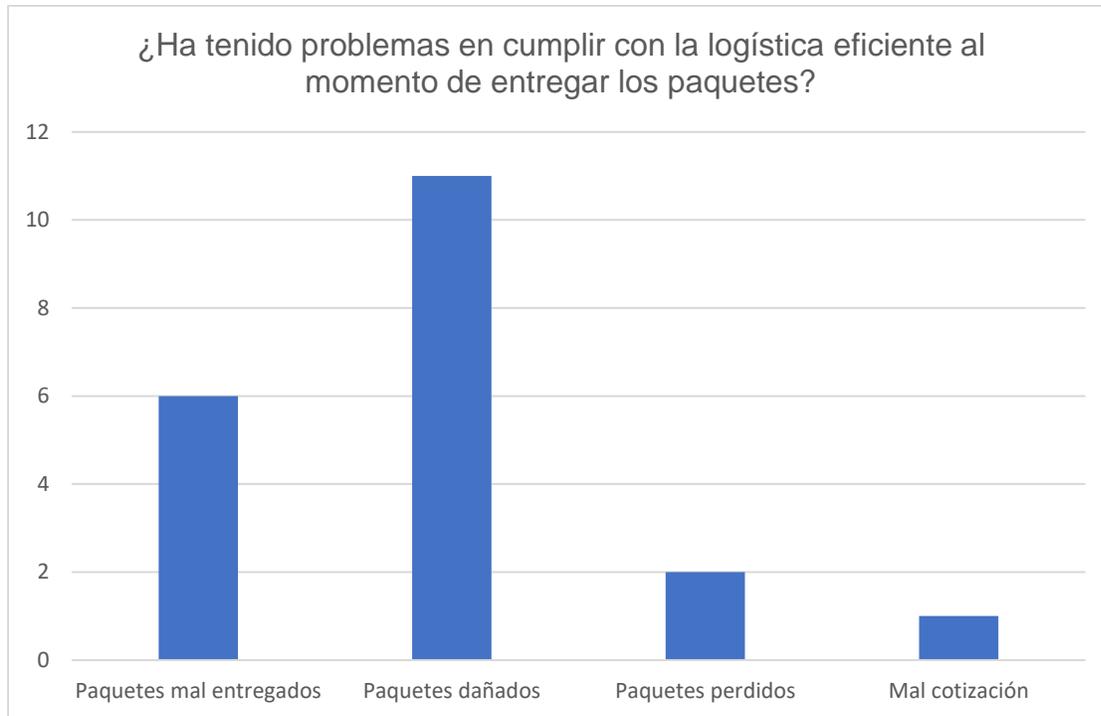
El 61,9% de las empresas de Courier han dicho que, si han tenido problemas en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes, pero que estos casos son aproximadamente de entre 10% a 20% de todas sus operaciones.

Aunque estos problemas solo representen el 10% a 20% de los clientes, se considera un problema que las empresas de Courier deben evitar tenerlas ya que causa molestia e insatisfacción a los clientes.

De los problemas que han tenido las empresas de Courier al momento de entregar los paquetes, es entregar el paquete en mal estado, entregar el paquete a la persona que no le corresponde, entregar en mala dirección, etc.

Figura 11.

Detalles de los problemas que afectan a la logística eficiente



Fuente: La autora

Análisis:

La mayor parte de los problemas que se dan en las empresas para que no puedan cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes son los paquetes dañados. La mayor parte de los paquetes dañados, son causados por la mala manipulación de los paquetes de parte de los colaboradores internacionales y nacionales, o también daños por la presión del avión.

Otro problema muy común que se dan en las empresas que evite la logística eficiente se dan por los paquetes mal entregados, en la mayoría de los casos, dicen las empresas de Courier que son porque las etiquetas con descripción del cliente y productos no pertenecen ni coinciden con el paquete, es decir, suelen colocar mal las etiquetas del tracking. Pocas ocasiones son de errores internos de la empresa.

En cuanto a los casos de paquetes perdidos, las empresas de Courier mencionan que hacen una breve investigación para así poder hacer el reembolso en caso de requerir.

3.3. FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA LOGÍSTICA

3.3.1. Factores internos

- Factores operacionales y tecnológicos – sistema de transporte y comunicaciones -capacidad de almacenamiento

Resultados de Entrevistas

1. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a la logística en su empresa de Courier?

Las empresas de Courier mencionan los principales factores que afectan a la logística de las empresas de Courier de Guayaquil y los dividen en factores internos y externos.

Factores internos: Los problemas internos que tienen las empresas de Courier están, los tiempos de espera en entregar los paquetes en oficinas; capacidad de entrega; errores de personal (entregar mal paquete); y vehículos de oficina en mantenimiento.

2. ¿Cree usted que se puede evitar los atrasos y trabajas para los consumidores en los procesos de importación, y cómo?

La mayoría de las empresas mencionaron que, si se pueden mejorar los atrasos, dependiendo los casos. En cuanto a los factores internos, se pueden mejorar, implementando mediciones de eficiencia en los colaboradores para evitar paquetes mal entregados y tiempo de espera en entregar los paquetes.

3. ¿Cuál es el procedimiento logístico que usan con el régimen de 4x4?

Las empresas mencionan que el procedimiento logístico con el régimen de 4x4, que son, compras personales de hasta 8 libras y \$400. Deben llegar primeramente a las bodegas de Estados Unidos, se los registran en la bodega verificando que los productos estén en buenas condiciones y se despacha para la aerolínea que los envía a Ecuador. Llegando a Ecuador, entran a Aduana, de ahí esperan a que esta libere los paquetes, y luego estarán listos en las oficinas de Guayaquil para ser retirados.

4. ¿Cree usted que el proceso de realizar la operación de importación Courier es complejo para las empresas?

La mayoría de las empresas mencionan que no es complejo, debido a que existen sistemas que automatizan todo el proceso. Las empresas de Courier se encargan de detallar los paquetes incluyendo el valor de la factura a Aduana, y esta se encarga de liberarlos para que lleguen a oficinas o bodegas en Ecuador.

5. ¿Han tenido problemas con pérdida o daño de paquetes de algún cliente? ¿Qué hacen en esos casos?

La mayoría de las empresas mencionaron que alguna vez tuvieron problemas con pérdidas o daños de paquetes de algún cliente. Los daños de los paquetes se suelen dar por la mala manipulación de los operadores internacionales o por la presión del avión.

Lo que las empresas hacen en estos casos, en caso de pérdida, se investiga el caso, se revisa cámaras, con el fin de encontrar en donde fue el fallo para que el área encargada se responsabilice por la pérdida.

En caso de los paquetes dañados, se realiza una pequeña investigación para identificar de donde viene el daño, depende a eso, se le hace un reembolso completo o parcial. Algunas empresas se manejan mediante seguros, y con esto, le reembolsan el 100%.

3.3.2. Factores externos

Resultados de las entrevistas

1. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a la logística en su empresa de Courier?

Factores externos: Las empresas mencionan que entre los factores externos que afectan a la logística de la empresa están:

- El sistema y tiempo de espera de aduana, este es el principal factor que afecta a la logística, debido a que este es el filtro en el cual los paquetes se toman días en salir ya sea por mala organización, control de selectividad, turnos, etc.
- También están las restricciones o prohibiciones, como los decodificadores (Amazon Fire TV, Apple TV, MiBox, entre otros) aduana no los deja importar. Entonces en caso de que exista estos productos en bodega de las empresas de Courier, tendrán que notificar al cliente que proceda con la devolución.

- Otro factor que afectan a la logística son los aspectos ambientales y riesgos naturales. Este factor ha presentado en algunas ocasiones y por esto, se han suspendido los envíos de todos los paquetes.
 - Turnos de aforo, es otro factor que afecta a la logística. Debido a la demanda de envíos de paquetes, es complicado encontrar aforo en las aerolíneas, y tienen que esperar un turno. Esto atrasa los envíos.
 - Cambios de directivos en la empresa de aduana. Estos cambios repentinos hacen que todos los procesos de logística aduanera se atrasen.
2. ¿Cree usted que se puede evitar los atrasos y trabajas para los consumidores en los procesos de importación, y cómo?

Los factores externos, no depende de las empresas de Courier, depende de que aduana mejore sus procesos. Lo que se puede mejorar en estos casos, es la comunicación entre empresa y aerolíneas.

3. ¿Cree usted que la aduana afecta en los procesos logísticos?

Todas las empresas mencionaron que sí, aduana afecta en los procesos logísticos debido a que ellos son el filtro de liberación de paquetes y demoran todo el proceso, más aún cuando los paquetes entran al proceso de selectividad para que aduana realice una inspección a los productos.

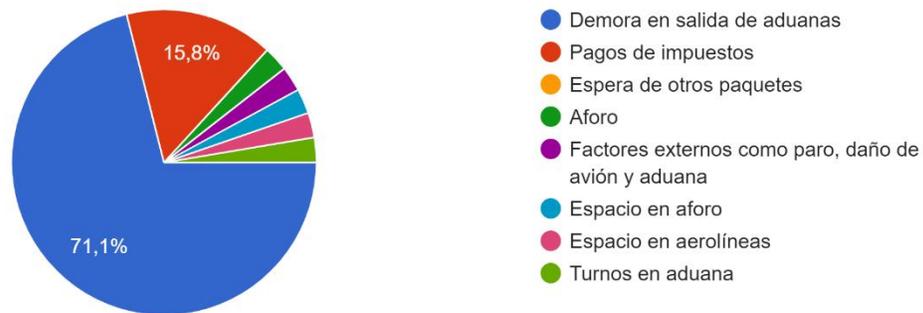
Resultados de los cuestionarios

Figura 12.

Motivos por los que no se cumplen con los tiempos de entrega

4. ¿Cumplen siempre con los tiempos de entrega?

38 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas de Courier encuestadas, el 71,1% menciona que no se cumple con los tiempos de entrega debido a la demora en salida de aduanas; el 15,8% de las empresas mencionan que no se cumplen con los tiempos de entrega debido a los impuestos; por último, el 13% de las empresas dieron otras opciones.

Análisis:

La mayoría de las empresas mencionan que la demora en salida de aduanas es la principal razón por la cual no se cumple con los tiempos de entrega. Debido a la demanda de las empresas de Courier, hace que los procesos y la espera sean más largas. Así mismo, la demora en pagos de impuestos, hace retener el paquete haciendo retrasarlo.

La desaduanización es el principal factor externo que afecta a la logística de los Courier en Guayaquil. La demora en agilizar los procesos en la Aduana paraliza las entregas a tiempo.

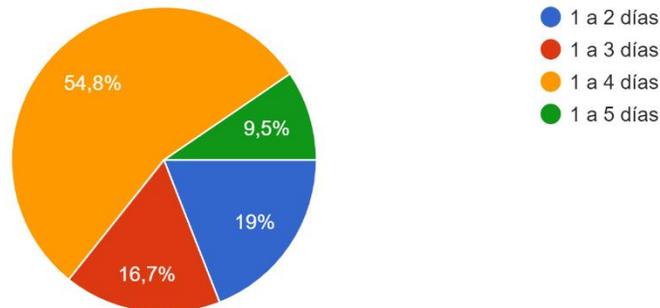
Otros de los problemas que presentan las empresas de Courier para cumplir con los tiempos de entrega, es el aforo y turnos en aduana. Muchas veces las empresas de Courier agilizan todo el proceso, pero encontrar turnos en los aforos, aduana o en aerolíneas es lo que los retrasa ya que deben esperar.

Figura 13.

Tiempo que tarda el proceso de desaduanización

7. ¿Cuánto es lo que suele tardar el proceso de desaduanización?

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas de Courier encuestadas, el 54,8% de las empresas mencionan que el proceso de salida de aduanas tarde de 1 a 4 días laborables; el 19% de las empresas mencionan que el proceso de salida de aduana es de 1 a 2 días; el 16,7% de las empresas mencionan que el proceso de desaduanización es de 1 a 3 días; y por último, el 9,5 % menciona que es de 1 a 5 días.

Análisis:

La mayoría de las empresas mencionan que el proceso de salida de aduanas es de 1 a 4 días laborables. Este es el tiempo que las empresas de Courier deben esperar para que liberen los paquetes.

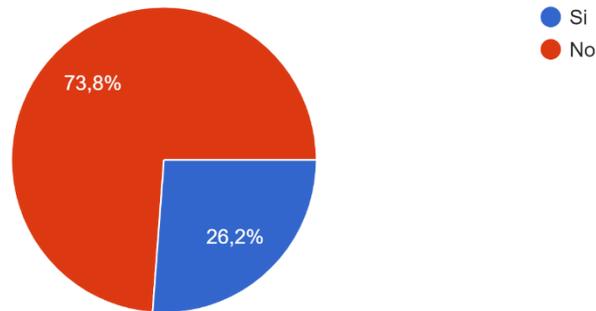
Las empresas de Courier deben esperar su turno, dependiendo de la demanda y el turno van saliendo los paquetes para poder ser entregados.

Figura 14.

Cobro de impuesto afecta a la logística

13. ¿El cobro de impuestos afecta a su logística? En caso afirmativo, explicar cómo.

42 respuestas



Fuente: La autora

Interpretación:

De las 42 empresas de Courier encuestadas, el 73,8% de las empresas mencionan que el cobro de impuesto no afecta a la logística; y el 28,2% de las empresas dicen que el cobro de impuestos si afecta a su logística.

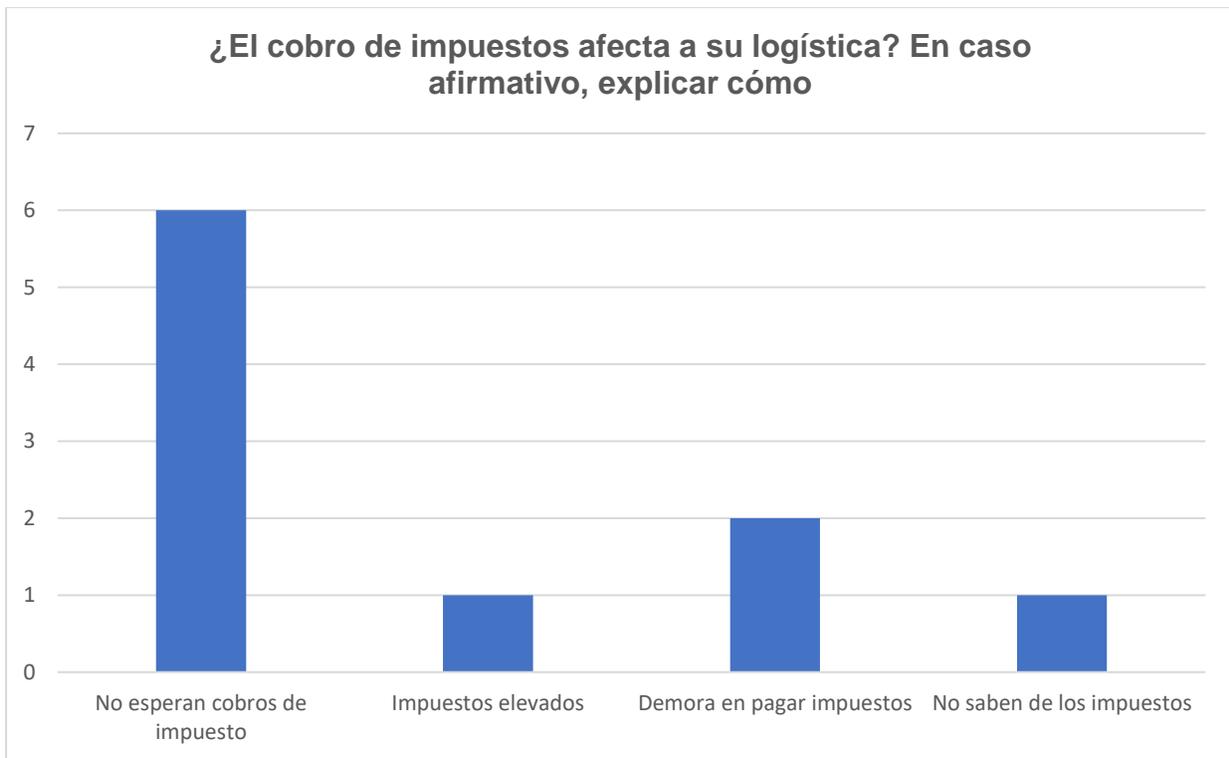
Análisis:

La mayoría de las empresas de Courier dicen que el cobro de impuestos no afecta a su logística, lo que quiere decir que la mayor parte de los clientes entienden y saben sobre la categoría que se cobra impuesto.

Sin embargo, existe un 26,2% que, si les afecta el impuesto, y se debe a que la mayoría de esas personas no estaban informadas sobre las categorías con impuesto, y no estaban informadas en cómo funciona correctamente la categoría B que es sin impuestos. Es importante que las empresas de Courier brinden información por sus canales de redes sociales, así mismo un cotizador para poder reducir este porcentaje que esta desconforme con los impuestos.

Figura 15.

Detalles de cómo afecta el cobro de impuesto a la logística en las empresas de Courier



Fuente: La autora

Análisis:

La mayoría de las empresas dicen que el cobro de impuesto si afecta a la logística, mencionaron que hay ciertos clientes que no se esperan el cobro de los impuestos ya que piensan que solo se les cobrará el valor de la libra dependiendo el peso de su artículo.

Otras empresas mencionaron que los impuestos atrasan los paquetes, debido a que los clientes demoran en pagar los impuestos arancelarios a las Aduanas. Esto hace que la carga esta retenida.

Empresas mencionaron que hay productos con impuestos elevados, esto hace que los clientes al recibir su cotización prefieran comprarlo en el país debido a los impuestos arancelarios altos.

Son pocas las personas que no saben sobre los impuestos arancelarios que se deben cancelar en la categoría C, y se pagan directamente a Aduana.

3.4. ANÁLISIS DE LOS FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INFLUYEN EN LA LOGÍSTICA

3.4.1. Análisis FODA

Tomando como referencia el objetivo general de nuestra investigación, relacionado con formular estrategias que agilicen los procesos logísticos en las empresas de Courier. Se debe conocer la situación actual y real del sector de servicios de mensajería. Con el análisis FODA se podrá analizar y reconocer los factores internos y externos que tienen mayor impacto, y a partir de eso formular las estrategias orientadas al futuro.

Tabla 2. Análisis FODA

<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Mercado fragmentado ● Entregas garantizadas ● Automatización en los procesos de importación de la categoría 4x4. ● Facilidad de importación para el cliente ● Ubicación de las empresas de Courier 	<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Demanda del servicio en la categoría 4x4. ● Existe mercado no captado en paquetería masiva ● Unirse con asociados independientes ● Crear convenios con operadores logísticos para agilizar los procesos ● Precios internacionales ofrecen mejores precios que los nacionales
<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Tiempos de entrega ● Tiempos de espera para entregar paquetes a clientes ● Error de personal ● Fallos de logística en entregas. ● Insuficiente comunicación de las empresas de couriers con el cliente. 	<p style="text-align: center;">AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Creación de nuevos impuestos ● Leyes que limiten importaciones del servicio 4x4. ● Restricciones o prohibición de productos ● Crecimiento de competidores informales ● Aumento de controles de regulaciones en paqueterías.

3.4.1.1. Fortalezas

Las empresas del sector Courier tienen algunas fortalezas que generan ventaja competitiva en el mercado. Una de ellas es que las empresas de Courier tienen un mercado fragmentado, y esto presenta ventajas para las pequeñas y medianas empresas de Courier que se quiere ir consolidando con el tiempo y mediante estrategias. Las ventajas que presenta el mercado fragmentado, es que, a pesar de la alta demanda de las empresas de Courier (competencias) ninguna de ellas tiene participación tan importante en el mercado. Lo cual ayuda a las nuevas empresas de Courier a entrar en el mercado competitivo. Todas las empresas tienen oportunidad de crear estrategias para tratar de fidelizar a los clientes.

Otra de las fortalezas que tienen las empresas de Courier, es que hoy por hoy, el miedo y la incertidumbre ya es poco, con el aumento del e-commerce y la tecnología, se puede garantizar 100% las entregas de paqueterías en una empresa siempre y cuando este registrada en la base de Superintendencia de Compañías.

La automatización en los procesos de importación de la categoría 4x4, es otra fortaleza de las empresas de Courier, debido a que ahora todo es más fácil tanto como para las empresas y clientes. Existe un sistema, y procesos que hacen toda la logística mucho más fácil. Las empresas solo se encargan de recibir, describir productos, y enviar paquetería, y el sistema aduanero se encarga del resto. Por otro lado, los clientes tienen facilidad en importación, ya que solo hacen las comprar por medio del teléfono en Estados Unidos o China y tendrán su paquetería en aproximadamente 1 semana.

3.4.1.2. Debilidades

Todas las empresas tienen áreas con bajo desempeño, o debilidades que atacan a las empresas en general, pero identificarlas es el primer paso para poder plantear estrategias y corregirlas. Los puntos débiles de las empresas de Courier están los tiempos de entrega, el no cumplir siempre con los tiempos establecidos puede causar molestia a los clientes y es una desventaja en mercado competitivo. Por otro lado, también están los tiempos de espera para entregar los paquetes, debido a la demanda de los usos logísticos de Courier, las empresas tienen muchos paquetes en las oficinas para entregar a clientes.

La alta demanda producto largas filas o tiempo de espera para turnos para poder retirar sus paquetes.

Otros de los puntos débiles de las empresas de Courier son los errores del personal de trabajo. Se identifico que el personal de trabajo ha tenido errores operativos como mal entrega de paquetes, y esto causa fallos en la logística de entregas.

Por último, la insuficiente comunicación de las empresas de Couriers con el cliente son un punto débil de este sector, ya que por la alta demanda algunas empresas se les complica estar con siempre en comunicación con todos los clientes. Esto produce una mala experiencia para el cliente.

3.4.1.3. Oportunidades

En el mercado del sector de servicio y mensajería existen beneficios y oportunidades que pueden surgir conforme a los factores externos. Una de las oportunidades que puede aprovechar las empresas de Courier es la alta demanda del servicio de la categoría 4x4. Para las empresas que quieren ingresar en el mercado, gracias a la alta demanda y al mercado fragmentado no tendrán muchas barreras para entrar al mercado competitivo. Así mismo, se puede aprovechar la demanda de la categoría 4x4 para buscar asociados independientes, que son clientes que quieran trabajar como asociados independientes de la compañía y así poder generar más ingresos a través de los asociados independientes.

Otras de las oportunidades del sector de mensajería postal, es crear convenios y alianzas con los operadores logísticos nacionales e internacionales, para de esa manera tener preferencia en cuanto a los espacios en las aerolíneas o en las entregas.

Por último, otro factor que se puede considerar, es que como este sector se encuentra en un nicho de mercado de clase media- alta, y de personas compran en internet, existe mercado no captado en paquetería masiva que con estrategias se puede explotar. Aprovechando que los productos internacionales son relativamente más bajos que los productos nacionales, será más fácil captar mercado.

3.4.1.4. Amenazas

Todas las empresas pueden sufrir amenazas externas que afectan en sus operaciones. Uno de las amenazas que podría sufrir las empresas de Courier son la creación de nuevos impuestos, debido a que los impuestos hacen que suban los precios de los productos y las personas prefieran comprar en el país. También el crear leyes que limiten las importaciones del servicio de 4x4 es algo que afectaría sin duda a todas las empresas de Courier.

Otra de las amenazas de las empresas de Courier son las restricciones o prohibiciones de productos en el servicio de 4x4. Este factor causa molestias a los consumidores. Aún más cuando recién implementan una restricción como el de los decodificadores (Smart TV), ya que toca hacer devolución de la misma. De igual manera, el aumento de controles en regulaciones de paqueterías también es una amenaza que trae molestias a los consumidores ya que esto hace que los paquetes se atrasen en cuanto a los tiempos de entrega.

Por último, el crecimiento de competidores informales afecta a las empresas de Courier, ya que estos competidores pueden ofrecer menor precio en la traída de los productos debido a que ellos evaden el pago de impuesto, son una competencia desleal que está creciendo cada vez más.

3.4.2. Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta que se utilizará para describir el entorno en el que desenvuelven las empresas de servicio y mensajería. Así mismo se busca comprender la posición, el potencial y la dirección de las empresas de Courier.

Tabla 3. Análisis PESTEL

FACTORES POLÍTICOS <ul style="list-style-type: none">● Nuevas políticas adoptadas sobre la prohibición a las importaciones de productos específicos● Cambios de directivos en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador● Políticas salvaguardas	FACTORES ECONÓMICOS <ul style="list-style-type: none">● Creación de nuevos impuestos, creando inestabilidad en las empresas de Courier● Impuestos arancelarios● Tratados de libre comercio
FACTORES SOCIALES <ul style="list-style-type: none">● Poca cultura en el servicio de mensajería, todavía falta conquistar mercado.● Crecimiento del e-commerce, las personas prefieren comprar en línea por ahorrar tiempo y dinero● Patrones del consumidor	FACTORES TECNOLÓGICOS <ul style="list-style-type: none">● Sistema de Ecuapass que controla el ingreso del tráfico postal de mercancías, y automatiza los procesos.● Creación de sistemas propios de Couriers que notifican al cliente su paquete en tiempo real
FACTORES ECOLÓGICOS <ul style="list-style-type: none">● Factores ambientales, riesgos naturales paralizan los envíos en las empresas de Courier● Niveles de contaminación por parte de los operadores de transporte	FACTORES LEGALES <ul style="list-style-type: none">● Licencias de importador y operador de comercio exterior● Regulaciones sobre seguridad● Reglamentos de los servicios postales

3.4.2.1. Factores políticos

Los factores políticos son aquellos factores asociados a la clase política que rodean a las empresas de Courier. Estos elementos pueden repercutir en las empresas de Courier.

Entre los factores políticos que tienen efecto sobre las empresas, están las nuevas políticas adoptadas sobre la restricción o prohibición a las importaciones en productos específicos. Estas políticas adoptadas traen molestias a los consumidores. Ante esta problemática, se pueden crear estrategias donde capaciten y hagan conocer a los consumidores sobre los productos de prohibida importación.

Los cambios de directivos en el gobierno y en la empresa de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador hacen que los procesos se paralizen y a su vez, pueden llegar a implementar nuevas leyes.

Por último, las políticas salvaguardas que son medidas que han implementado de manera “urgencia” cuando las importaciones de un producto hayan aumentado mucho con el fin de proteger la industria nacional que está cayendo ante el progresivo incremento de las importaciones

3.4.2.2. Factores Económicos

Los factores económicos son factores que cuestionan la economía actual y futuras. Incluyen todas las tendencias considerables en la economía que pueden proteger o dificultar el logro de los objetivos de las empresas de Courier.

Entre los factores económicos que afectan a las empresas, están las barreras e impuestos arancelarios, estos desalientan el ingreso de ciertas mercancías. Entre más alto sean los impuestos arancelarios de los productos, será mucho más difícil que ingresen. Esto reduce el producto. Por otro lado, la creación de impuesto también afectaría a las importaciones.

Los acuerdos internacionales, y tratados de libre comercio, traen beneficios a los países, derriba las barreras al comercio y facilita las importaciones, ya

que incluye beneficios arancelarios porque cuando los países tienen tratados, bajan los impuestos. Ecuador mantiene relaciones comerciales con China, esto es bueno ya que es uno de sus principales fuentes de importaciones, y esto simplifica los procesos.

3.4.2.3. Factores Sociales

Los factores sociales buscan analizar sobre los elementos que puedan perjudicar a las empresas. Es importante identificar las tendencias de la sociedad actual para saber cómo están las relaciones y saber las características demográficas y las estructuras sociales.

Entre los factores sociales que dan un efecto de oportunidad a las empresas están que hay poca cultura en el servicio de Courier, estas empresas son conocidas por las empresas y personas de clase media-alta, de lo cual hay mucho mercado que no acostumbra a usar estas empresas y puede ser porque no las conocen.

Por otro lado, actualmente las personas están empezando a lograr la moda de hacer compras en línea, esto quiere decir que el e-commerce está creciendo en estos últimos años debido a que esto ahorra mucho tiempo y dinero. Gracias a la tecnología, cada vez es mucho más fácil.

3.4.2.4. Factores Tecnológicos

Los factores tecnológicos son considerados para el crecimiento. Se busca saber cómo las tecnologías están cambiando actualmente y en el futuro para así poder desarrollarlas en las empresas de Courier.

Uno de los factores tecnológicos que ha contribuido a las importaciones y a las empresas de Courier es el sistema de ECUAPASS, debido a que este sistema controla el ingreso postal de mercancías y facilita el comercio. Así mismo, este sistema automatiza los procesos para las empresas de Courier

Por otro lado, la creación de sistemas, plataformas propias de las empresas de Courier que puedan notificar al cliente su paquete en tiempo real, cotizaciones, categorías, productos de prohibida importación hacen que las empresas den más seguridad a los clientes. Por el avance tecnológico, las empresas deben aprovechar para crear sistemas que ayude al crecimiento.

3.4.2.5. Factores Ecológicos

Los factores ecológicos son los que guardan que están relacionadas directamente o indirectamente con el medio ambiente. Es importante estar al tanto de las normativas ecológicas, y de los desastres naturales que son los que afectan directamente a la logística de los Courier.

El principal factor ambiental que afecta a las empresas de servicio y mensajería Courier son los desastres naturales, ya que paralizan los envíos y es imposible operar en estas circunstancias y cumplir con los tiempos de entrega.

Por otro lado, los niveles de contaminación por parte de los operadores de transporte hacen que emitan gases que atrapan calor en la atmosfera y esto aumenta el calentamiento global. El sector transporte, donde incluye transportes aéreos, terrestres y marítimo, contribuye el 30% de las emisiones de gases del país.

3.4.2.6. Factores Legales

Los factores legales son las leyes o normativas que las empresas deben cumplir, ya sea las del consumidor, y regulaciones sobre seguridad. Estos pueden afectar de forma positiva o negativa a las empresas de Courier.

Los factores legales que se deben cumplir en las empresas de Courier, es contar con licencias de importador de comercio exterior. Estas son un procedimiento administrativo en el cual se presenta una solicitud para poder importar legalmente, pagando impuestos de ser necesario.

Las regulaciones sobre seguridad en las importaciones y reglamentos en los servicios postales, son otro aspecto legal que tienen las empresas de Courier. La aduana tiene regulaciones sobre seguridad para poder determinar que no se pasen productos de prohibida importación o productos ilícitos.

CAPITULO IV

4. PROPUESTAS

Se propondrán estrategias que permitan al sector de servicio y mensajería (Courier) reducir los problemas internos y externos que afectan a su logística principalmente los tiempos de entrega.

4.1. **Estrategia #1: Incrementar la productividad con plataformas con rastreamiento – Software para manejo de envíos**

Objetivo: Mejorar la gestión de procesos logísticos de una manera más rápida y sencilla, teniendo todo lo relativo a gestión logística en un mismo punto como: facturar, consolidar, rastrear, etc.

Actualmente la mayoría de las empresas de Courier del mercado de Guayaquil-Ecuador no cuentan con un sistema digitalizado de rastreamiento en página web que permita agilizar los procesos logísticos.

Se propone crear plataformas para manejo de envíos donde las empresas de Courier pueden notificar el paquete en tiempo real al cliente, así mismo donde el cliente puede visualizar sus facturas, donde se puedan hacer una cotización virtual, etc. Y de esta manera se pueda mantener al cliente informado con las todas las actualizaciones de rastreo, saber cuándo el paquete llego y lo que debe cancelar.

Las plataformas de logística o Courier son servicios que permiten responder a la necesidad de envíos de paqueterías. Al utilizar este tipo de plataformas, toda la información se la puede obtener desde plataforma, en tiempo real y desde cualquier parte del mundo. Estas plataformas mejoran la productividad, ya que se mejoran las ventas, se ofrece un sistema digitalizado y se reducen los recursos.

¿Como se lo hará?

Existen empresas donde ofrecen el sistema de software como servicio. Estas empresas ofrecen esta plataforma para ayudar a las empresas de envíos en la el control, organización y gestión se servicios, clientes y colaboradores. Estas empresas cobran un mensual por el uso de estas plataformas.

Estas empresas prestan sus servicios de software, pero adaptan la página con el nombre de tu empresa, tus logos, diseños y tu propio url (dominio).

Algunas de las empresas de software para manejo de envíos:

Sistrack	\$20 por mes
Track-POD	Desde \$29 por mes
Manager Cargo	Desde \$49 por mes
lkomsoft	\$125 por mes

Principales características de las plataformas:

- Página web multiplataforma: Se puede conectar de todos los aparatos electrónicos: teléfonos, computadoras, tableta.
- Notificaciones: Envía correos a los clientes cuando lleguen los paquetes a las oficinas de la empresa
- Verificador de ordenes: Los clientes podrán ver en todo momento el status de los paquetes en tiempo real sin tener que consultar a la empresa.
- Dominio propio: Se podrá tener el sitio con su propia url del nombre de la empresa
- Control de acceso por roles: Registra a todo el equipo de trabajo, y a los clientes. Los asigna por roles, y funcionamientos del sistema; asigna a repartidores y mucho más.
- Generador de etiquetas: Genera de forma automática las etiquetas para los envíos en diferentes tamaños.
- Auditoria en todas las acciones: La plataforma permitirá tener un registro circunstanciado sobre que usuario de tu empresa ha actualizado y creado cada orden, (Sistrack, 2021).

Beneficios: Se reducirá incertidumbre y se aportará confianza, credibilidad y mejor experiencia con la empresa. Por otro lado, se evitará los tiempos de espera en comunicación entre empresa y cliente, ya que, con una plataforma con sistema de rastreo digitalizado, y donde se pueda ver las facturas apenas llegue el paquete no requerirán atención personal, ya que el cliente puede acceder a toda la información sobre sus pedidos en la plataforma.

Resultados: Reduce costes para la empresa, cuando la empresa gestiona la logística por sí mismo requiere de mucho tiempo y personal para poder responder a las necesidades de los envíos de paquetería, pero con la plataforma no será necesario y los costes serán menores; Libera tiempo y recursos a la empresa de Courier, y permite que las empresas se centren en el servicio que ofrecen ya que la gestión es mucho más eficiente.

4.2. Estrategia #2: Agilizar los tiempos de entrega formando convenios o alianzas con aerolíneas de cargas

Objetivo: Agilizar los envíos asegurando turnos en el aforo de las aerolíneas de cargas para así cumplir con los tiempos de entrega.

Según los resultados de las encuestas, el 85,7% de las empresas Courier tienen problemas con el cumplimiento de los tiempos de entrega. Una de las principales razones por la que no pueden cumplir con la logística eficiente es debido a que las empresas de Courier se quedan sin cupos en las aerolíneas y deben esperar a encontrar turno.

Se propone crear convenios o alianzas con las aerolíneas de carga, para de esta manera lograr un mayor poder de negociación frente a los proveedores de carga nacionales e internacionales.

Las alianzas permiten a las empresas posicionarse en un entorno comercial y competitivo, logrando cumplir sus objetivos.

¿Como se lo hará?

Proponer a las empresas de cargas y transporte una alianza “premium”, por medio de una tarifa mensual para que las empresas de mensajería Courier que formen parte de la alianza con las empresas de transporte mantengan un turno preferencial.

Es importante siempre tener una buena comunicación y relación con los operadores de carga y transporte, de esta manera crece la confianza y puedan acceder a un mejor servicio en cuanto a los envíos de mercadería.

El fin de esta alianza, es poder agilizar el envío de las mercaderías de las empresas de Couriers para poder cumplir con los tiempos de entrega.

Beneficios: Se podrán acelerar los envíos para el cumplimiento de los tiempos de entrega, de lo cual aumenta la fidelización de los clientes. Del mismo modo, centrarse en el cumplimiento de los tiempos de entrega aumenta la reputación de la empresa ganando embajadores de marca (recomendaciones). Por otro lado, debilita a la competencia.

Resultados: Se logrará subir el porcentaje de cumplimiento en los tiempos de entrega en las empresas de servicio y mensajería Courier de Guayaquil.

4.3. Estrategia #3: Consolidar un mercado seguro formando convenios o alianzas con operadores de entrega locales

Objetivo: Consolidar un mercado seguro, asegurando las mercaderías de cualquier pérdida, daño o hurto aumentando así la confianza entre clientes.

Según los resultados de las encuestas, el 42% de las empresas han tenido problemas con paquetes dañados; y el 52% han tenido problemas con paquetes perdidos. Así mismo, por medio de las entrevistas mencionaron haber sufrido pérdidas de paquetes por medio de operadores de entregas locales.

En las empresas de Courier tienen dos opciones de entregar los paquetes, la primera: el cliente debe ir a ver sus paquetes; la segunda: se hace envío a su domicilio, ya sea porque el cliente es de otra provincia o porque no puede retirar el paquete en oficinas por falta de tiempo.

Se propone crear alianzas con operadores de entregas locales para poder asegurar la mercadería de los clientes ante cualquier pérdida, daño o robo. Los envíos a domicilio deben hacerse con una empresa segura, que cuente con seguros de mercadería.

¿Como se hará?

Aprovechando al crecimiento del e-commerce, en Ecuador existe muchas empresas dedicadas a este servicio. Las empresas de Courier deben aliarse con alguna empresa que haga los envíos de manera segura, algunas son:

- Servientrega es una de las empresas que abre las puertas a otras empresas para formar una alianza para así tener seguridad, y tarifas especiales. “Servientrega abre las puertas a la innovación y al incremento de nuevos negocios. Si está interesado en formar una alianza con nosotros, contáctanos”, (Servientrega, 2021).

Servientrega ofrece envíos interprovinciales y provinciales, el tiempo de entrega dependerá de la ciudad a donde se envíe. En caso de envíos provinciales en la ciudad de Guayaquil, este ofrece el sistema de entrega Ya mismo, que es un servicio express donde recogen y entregan su mercadería en menos de 3 horas. Ofrece:

- Prueba de entrega digital
- Tracking en tiempo real por medio de app

- Entregas en menos de 2 y 3 horas
 - Envíos asegurados hasta por un valor de \$2.600.000
 - Recolección de mercadería en menos de una hora
-
- Avante Logistic, ofrece entregas inmediatas mediante un motorizado en caso de ser cargas pequeñas o transporte en caso de ser varias entregas. Ofrece el manejo de la carga desde el lugar que debe recoger hasta la puerta del cliente. Así mismo, ofrece envíos empresariales con seguro del paquete y con un servicio especial.

 - Servitrans ofrece envíos seguros y rápidos.

Beneficios: Contar con una alianza con empresa de entrega locales que asegure los envíos, reduce costos a la empresa de Courier debido a que, en caso de pérdida los responsables en cancelar el reembolso será la empresa de entrega. Por otro lado, con los embajadores de marca (clientes fieles) se irá esparciendo sobre la seguridad en las mercancías que ofrecen las empresas de Courier y esto fortalece la confianza y relación con los clientes. Así mismo, se irá perdiendo el miedo de usar el servicio de Courier, por lo que se va conquistando mercado no captado y nuevos clientes.

Resultados: Reduce los casos de problemas de paquetes dañados, paquetes perdidos, y hurto de paquetes. En caso de existir, las empresas de entregas locales o interprovinciales se hacen cargo de la mercadería con un reembolso para el cliente gracias a los envíos asegurados.

4.4. Estrategia #4: Implementar un programa de capacitación

Objetivo: Capacitar, enseñar e informar a los clientes como usar correctamente los servicios de Courier para evitar fallos logísticos internos.

Según los resultados de las encuestas y entrevistas, el 26% de las empresas de Courier dicen que el cobro de impuesto afecta a la logística debido a que los clientes no se esperaban el cobro de impuesto arancelarios, no estaban informados de cómo funcionan las categorías; el 15% de las empresas tienen problemas en cumplir con los tiempos de entrega debido a que los clientes no saben cómo pagar los impuestos y esto retiene la mercancía; para las empresas de Courier, otro de los problemas logístico son las restricciones de productos debido a que los clientes no están informados a tiempo de cuales productos no pueden importar y causa molestia enterarse después de hacer la compra. Estos problemas son internos, por lo cual está en manos de la empresa solucionarlos.

Se propone un programa de capacitación que esté disponible en las redes sociales, en las páginas oficiales de la empresa, y en oficinas de la empresa de Courier.

¿Como se hará?

Informar por medio de las redes sociales, página web, y oficinas de la empresa sobre los procedimientos que deben tomar en cuenta al momento de comprar, para de esa forma evitar problemas internos, entre las cosas que se puede informar son:

- Como comprar
- Cuáles son las categorías con las que trabajan y cómo funcionan
- Categorías con impuestos y sin impuestos
- Como se debe pagar los impuestos
- Productos de prohibida importación
- Como deben chequear los trackings,
- Como deben hacer las cotizaciones, etc.

Las redes sociales actualmente son una herramienta muy importante para las empresas. Utilizando estas herramientas pueden exponer sus servicios, productos, e informar y capacitar a los clientes sobre procesos logísticos al menor costo posible.

- El 81% de la población usa las redes sociales, es decir, 14.60 millones de ecuatorianos, (Rosgaby Medina, 2022).
- Facebook logra alcanzar una audiencia del 96,0% de la población, mayores a 13 años y activa en redes sociales.

- Instagram alcanza una audiencia del 37,7% de la población de ecuatorianos, mayores a 13 años, (Alvino, 2021)

Por este motivo, las empresas están usando las redes sociales para informar sus productos y servicios. De esta manera se puede aprovechar las redes sociales para capacitar a los clientes sobre los procesos logísticos con poca inversión.

Beneficio: Poca inversión para capacitar a los clientes sobre los procesos logísticos para que no tenga inconvenientes al momento de comprar. Por otro lado, se solucionan parte de los problemas internos que estaban siendo las quejas por falta de información sobre todo lo que abarca la gestión logística. Adicionalmente, el mantener informado al cliente significa que interactuamos con él, lo que también es una forma de fidelizar al cliente; y se evita malas referencias.

Resultado: Reducir los problemas internos que se dan en las empresas de Courier. Los clientes de las empresas de Courier estarán informados sobre las categorías con impuestos y categorías sin impuestos; estarán informados de los productos de prohibida importación; como son los trámites logísticos, etc.

4.5. Estrategia #5: Capacitación constante al personal y dar lugar la mejora continua

Objetivo: Reducir los problemas internos cometidos por el personal de las empresas de Courier, estableciendo una evaluación de mejora continua.

Según los resultados de las encuestas, el 38,1% ha tenido problema en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes, la mayoría de veces entregan una mercadería a la persona que no le pertenece; entregan un paquete en mal estado, lo que significa que no hubo una inspección previa; entregan un paquete a una dirección incorrecta. Las empresas entrevistadas, mencionaron que los paquetes mal entregados se dan porque las etiquetas con descripción del cliente y productos no pertenecen ni coinciden con el paquete, es decir suelen colocar mal las etiquetas del tracking.

¿Como se hará?

Las empresas de Courier pueden optar por tomarse uno o dos días al mes para capacitar al personal, sobre:

- o Nuevas operaciones
- o Nuevas leyes
- o Productos de prohibida importación
- o Como ser más eficiente, entre otros.
- o Mejora continua

Por otro lado, las empresas deben dar lugar a la mejora continua y evaluar el desempeño de los colaboradores para así evitar errores logísticos internos. La evaluación de desempeño en los empleados mide el rendimiento que tiene ellos, permitiendo que ellos puedan identificar sus puntos fuertes (fortalezas) y puntos de mejora (debilidades), (Herra & Rodríguez, 2020). Esto les ayuda a crecer, debido a que desearán mejorar y potenciar sus fortalezas. Así mismo, ayudarán a resolver los problemas logísticos internos como mal entrega de paquetes.

Se debe dar seguimiento a la mejora continua para siempre poder identificar los fallos internos y externos para poder hacer ajuste y minimizar errores.

Beneficio: La empresa mejorará constantemente los procesos logísticos internos. El personal de la empresa será más eficiente, productiva y con mayor rendimiento.

Resultado: Reduce problemas internos que se dan por parte del personal de la empresa. Con la mejora continua se minimizarán errores.

CONCLUSIONES.

Los resultados obtenidos en el presente proyecto de investigación, de lo cual el objetivo general fue entender los factores internos y externos que afectan a la logística de la empresa de Courier de servicio postal de productos con origen de EE. UU y China en la ciudad de Guayaquil, para formular estrategias que agilicen los proceso, se determinan los siguientes resultados:

En base al primer objetivo específico, levantar información sobre las principales empresas de Courier en Guayaquil. El levantamiento sobre las principales empresas de Courier en Guayaquil se dio en una investigación en la plataforma de Superintendencia de Compañías, verificando cuantas empresas existen en Guayaquil, desde que año operan, cuál fue su balance anual, etc. Se pudo identificar las principales empresas de Courier en Guayaquil.

En cuanto al segundo objetivo específico, se pudo identificar los factores internos y externos que influyen en la logística de las empresas de Courier mediante las entrevistas y cuestionarios realizadas a las empresas de Courier de Guayaquil. Se pudo identificar que entre los factores internos están: tiempo de entrega; tiempo de espera para entregar los paquetes en oficina; capacidad de entrega y errores del personal como mal entrega de paquetes o mala manipulación de paquetes que causan daños en las mismas. Entre los factores externos están: Tiempo de espera en aduana debido que por las regulaciones de seguridad demoran en liberar los paquetes; las restricciones o artículos prohibidos de importación que causan molestias a los clientes y tampoco saben cuáles son; desastres naturales que paralizan los envíos de paquetes; los turnos y espacio en aerolíneas de cargas también es otro factor por el cual las empresas de Courier sufren.

El 85,7% de las empresas tienen problemas con los tiempos de entrega; el 71,4% de las empresas reciben quejas por parte de los clientes en cuanto a los tiempos de entrega. Por lo cual podemos determinar que es el primer factor que afecta a la logística de las empresas de servicio y mensajería. Así mismo, se identificó el principal motivo por el cual las empresas no pueden cumplir sus tiempos de entrega, y es la demora en salida de Aduanas siendo el 71,1% el motivo.

Analizando a las empresas de servicio y mensajería, son un mercado fragmentado, de modo que, aunque existe mucha demanda y competencia del servicio, ninguna es considerada como empresa líder aquí en Ecuador, por la cual hay que esforzarse para lograr una diferenciación de servicios principalmente ofreciendo entregas garantizadas.

Aunque en los últimos años se ha incrementado el e-commerce, ya que era la única forma en la que algunas empresas podían vender sus productos en tiempos de

pandemia, todavía hay poca cultura en el servicio de mensajería y miedo a tener una mala experiencia como pérdida de mercaderías o dinero, lo que significa que existe mercado por conquistar.

Se propuso 5 estrategias con el objetivo de agilizar los procesos logísticos, entre ellos crear plataformas de rastreamiento para mejorar la experiencia en cuanto a los tiempos de espera en comunicación, con un sistema digitalizado se encontrará toda la información en la página. Además, reducirá costos a la empresa y con una gestión logística más eficiente; agilizar los tiempos de entrega formando alianzas con aerolíneas para así asegurar turnos en las cargas de transporte y cumplir con los tiempos de entrega; consolidar un mercado seguro formando alianzas con operadores de entregas locales para que realicen envíos seguros y se hagan responsables en caso de daño, pérdida, robo o hurto de las mercaderías. De esta manera, ganar embajadores de marca, y fidelización; implementar un programa de capacitación en redes sociales para que los clientes estén informados con todas las actualizaciones y cómo funciona las empresas de Courier, de esta forma mejorar en la experiencia del cliente y conquistar mercado; por último, capacitación del personal dando lugar a la mejora continua que permitirá identificar fallos internos para poder realizar ajuste y minimizar los errores.

REFERENCIAS

- Martínez, et al. (2010). *El desempeño empresarial factor clave en la competitividad de las microempresas*. Obtenido de http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/3%20RAMIREZ_MENDEZ_HDZ_SANDOVAL%20.pdf
- Agencia de Regulación y Control Postal . (2020). *Informe Anual Estadístico del Sector Postal Ecuatoriano*. Obtenido de <https://regulacion.mintel.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-Anual-Estadi%CC%81stico-del-Sector-Postal-Ecuatoriano-2020-DCS-1-1.pdf>
- Alcívar, D., & Berruz, A. (2017). *Análisis de la Trazabilidad del Régimen de Importación Mensajería Acelerada en Aduana y su efecto en las empresas Courier del Ecuador*. Obtenido de Repositorio UG: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/47497/1/TESIS%20CULMINADA%202017%20EMPASTAR%20.pdf>
- Alcívar, M. (2022). *Empresa pública Servicios Postales de Ecuador (SPE) firmó un contrato con Servientrega*. Obtenido de Gerenta de Servicios Postales.
- Alejandro Montalvo. (2021). *'Couriers' estiman que importar bajo 4x4 costará entre 15 % y 60 % menos por eliminación de tasa de \$ 42*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/couriers-estiman-que-importar-bajo-4x4-costara-entre-15-y-60-menos-por-eliminacion-de-tasa-de-42-nota/>
- Alvino, C. (2021). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2020-2021*. Obtenido de Branch: <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-ecuador-en-el-2020-2021/#:~:text=Estad%C3%ADsticas%20de%20la%20audiencia%20de%20Instagram,respecto%20a%20enero%20del%202020.>
- Blum, H., Flores, E., Vallejo , C., & Sánchez, C. (2016). *Negocios Internacionales*. Obtenido de Revista Caribeña de Ciencias Sociales: <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/12/negocios.html>
- Cancino, R. (2016). *El Arancel* . Obtenido de Revista electrónica de la Facultad de Derecho: <https://www.revistas.unam.mx/index.php/amicus/article/view/57468/50994>
- Carillo , Á. (2016). *Medición de la cultura organizacional*. Obtenido de Repositorio Institucional de la UNLP: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/57300>
- Chapman, A. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Obtenido de Academia.edu: <http://www.degerencia.com/articulos>.

- Chediak, A. (2014). *Efectos de las tecnologías de la información y de la comunicación TICs sobre un sector de servicios*. Obtenido de El caso del servicio postal en el Ecuador: <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/4247/1/T1518-MRI-Chediak.pdf>
- Córdoba, A. (2022). *¿Conoces los términos FOB, CIF, CIP, DAF, DES, etc.,?* Obtenido de Interempresas.
- Ekos. (2021). *En 2021, el comercio electrónico mantendrá un crecimiento sostenido en Ecuador*. Obtenido de Ekos: <https://www.ekosnegocios.com/articulo/en-2021-el-comercio-electronico-mantendra-un-crecimiento-sostenido-en-ecuador>
- Expreso. (2022). *'Boom' de envíos por courier por clientes locales y migrantes*. Obtenido de Expreso: <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/boom-envios-courier-clientes-locales-migrantes-123449.html>
- Ferrel, Hirt, G., Ramos, L., Adriaenséns, M., & Flores, M. (2004). *Introducción a los Negocios de un Mundo Cambiante*.
- Fischer & Espejo. (2004). *Mercadotecnia*. Mc Graw Hill. Obtenido de http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/3%20RAMIREZ_MENDEZ_HDZ_SANDOVAL%20.pdf
- Gaspar, N. (2013). *Medidas arancelarias y no arancelarias del comercio internacional*. Obtenido de Tla-Melaua, revista de Ciencias Sociales. : <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4714279>
- Hernández Sampieri, & Mendoza. (2008). *Metodología de la Investigación*.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Interamericana Editores, S.A.
- Herra, S., & Rodríguez, N. (2020). *Evaluación del desempeño*. Obtenido de <http://revista.uaca.ac.cr/index.php/actas/article/view/734/998>
- Herrera, R. (2018). *Factores externos de una empresa que pueden afectar tu negocio*. Obtenido de <https://tudashboard.com/factores-externos-de-una-empresa/#:~:text=Al%20contrario%20de%20los%20factores,pueden%20afectar%20tu%20planificaci%C3%B3n%20estrat%C3%A9gica>.
- Herrera, R. (2021). *Factores internos de una empresa que repercuten en su desempeño*. Obtenido de <https://tudashboard.com/factores-internos-de-una-empres/>
- Janesick. (1998). *Metodología de la Investigación*.
- King y Horrocks. (2009). *Metodología de la Investigación*.
- LaarBox. (2018). *Guía definitiva para Importar con LAARBOX*. Obtenido de Laarbox: <https://blog.laarbox.com/guia-definitiva-para-importar-con-laarbox->

- Poveda, M. (2021). *La evolución del e-commerce en los últimos años, y sobretodo en el periodo de pandemia, nos invita a analizar el desarrollo de los servicios de tráfico postal y courier en el Ecuador.*
- Primicias. (2021). *Ingresos de los couriers crecieron un 75% en Ecuador por la pandemia.* Obtenido de Primicias:
<https://www.primicias.ec/noticias/economia/ingresos-couriers-crecieron-ecuador-pandemia/>
- Pungiluppi, J. (2019). Obtenido de Bienestar Familiar:
https://www.icbf.gov.co/sites/default/files/r_val_cz_sev_presentacion_0.pdf
- Ramírez, V., Méndez, L., Hernández, B., & Sandoval, S. (2017). *El desempeño empresarial factor clave en la competitividad de las microempresas.* Obtenido de Universidad Autónoma del Estado de México:
http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/vinculat%C3%A9gica_2/3%20RAMIREZ_MENDEZ_HDZ_SANDOVAL%20.pdf
- Real Academia Española. (2017). *Diccionario de la Lengua Española.* Obtenido de <https://dle.rae.es/arancel>
- Riocargo Express. (s.f.). Obtenido de <https://riocargoexpress.com/>
- Rosgaby Medina, K. (2022). *Estadísticas de la situación Digital en Ecuador 2021-2022.* Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-ecuador-2021-2022/#:~:text=El%2081%25%20de%20la%20poblaci%C3%B3n,cual%20representa%20600.000%20nuevas%20personas.>
- Saeso Logística. (2021). *Tipos de plazos de entrega en E-commerce, Saeso logística.* Obtenido de Saeso Logística: <https://www.saeso.es/la-importancia-de-los-plazos-de-entrega-en-e-commerce/>
- Sandrea, M., Boscán, M., & Romero, J. (2006). *Factores económico-financiero determinantes de las decisiones de inversión privada en el sector.* Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/993/99318557011.pdf>
- SENAE. (2016). *Envíos Courier o Postal.* Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-postal/#:~:text=Es%20el%20env%C3%ADo%20de%20paquetes,que%20establezca%20la%20Aduana%20del>
- SENAE. (2021). *Para Importar.* Obtenido de Servicio Nacional de Aduana del Ecuador: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Serna, M., Ruiz, S., Ortiz, L., & Zapata, J. (2017). *Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre.* Obtenido de Scielo:

https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-33052017000400707#aff1

- Servicio Nacional de Aduanas. (2022). *Envíos Courier o Postal*. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/envios-courier-postal/>
- Servientrega. (2021). Obtenido de https://www.servientrega.com/wps/portal/centro-soluciones-indirecto/!ut/p/z1/jY9BC4JAFIR_Swevvqetld02AjXSKAhtL6Gxrcbqymr695PqEtTSu83jmxkGGGTAmnyoRN5XqsnlpE9scfb8ilRlnF2QrAnuDys3ThwaBSGB9Angj6MI7B-_AWDm-BSYocKlsfsGDBkbYEKq4jWXNsXcF8A0v3LNtX3X07vs-7ZbWmjhOI
- Sistrack. (2021). *Sistrack*. Obtenido de <https://sistrack.net/#features>
- SUNAT. (2016). *Orientación Aduanera, Importación*. Obtenido de Sunat: <https://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/importacion/>
- Taipe , J., & Pazmiño, J. (2015). *Consideración de los factores o fuerzas externas e internas a tomar en cuenta para el análisis situacional de una empresa*. Obtenido de Revista Publicando: [file:///C:/Users/natha/Downloads/Dialnet-ConsideracionDeLosFactoresOFuerzasExternasEInterna-5833494%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/natha/Downloads/Dialnet-ConsideracionDeLosFactoresOFuerzasExternasEInterna-5833494%20(3).pdf)
- Vega , B., & Venegas , A. (2021). *ANÁLISIS DE LA RECAUDACIÓN DE TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR EN SERVICIOS DE COURIER*. Obtenido de Repositorio UG: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/57887/1/Tesis%20Brian%20Vega%20-%20Andy%20Venegas%20-%20AN%20C%20%81LISIS%20DE%20LA%20RECAUDACI%20C%20%93N%20DE%20TRIBUTOS%20AL%20COMERCIO%20EXTERIOR%20EN%20SERVICIOS%20DE%20COURIER%20%281%29.pdf>
- Vega, M., & Rodriguez, D. (2022). *Procedimiento para la identificación de los factores internos y externos que definen el contexto de la organización según norma ISO 50001*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/363113623_Procedimiento_para_la_identificacion_de_los_factores_internos_y_externos_que_definen_el_contexto_de_la_organizacion_segun_norma_ISO_50001_Procedimiento_para_la_identificacion_de_los_factores_internos_
- Yadira Diaz. (2018). *ANALISIS DE LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DIGITAL APLICADAS POR LAS MICROEMPRESAS EN EL SECTOR TEXTIL DE LA PROVINCIA DE PICHINCHA*. Obtenido de Universidad Politecnica Salesiana: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15305/1/UPS-QT12435.pdf>
- Zerraga, A. (2006). *Análisis del desempeño empresarial, empleando la Teoría de visión de la empresa basada en recursos*. Obtenido de Revista Investigación y

Desarrollo, Universidad Privada Boliviana, 75-84.:
<http://www.upb.edu/sites/default/files/6AZegarraN6.pdf>

Zulkiffli & Perera. (2011). *Desempeño empresarial en la industria lechera*. Obtenido de Scielo: <http://www.scielo.org.co/pdf/sdn/v11n25/2027-5692-sdn-11-25-180.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1 CUESTIONARIO



TEMA: Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil.

1. ¿Cuántos años están en el negocio de Courier?

- Entre 1 año a 3 años
- Entre 4 años a 8 años
- Entre 9 años a 15 años
- Más de 16 años

2. Enumera los principales problemas que enfrentan las empresas de servicio de mensajería (Courier). Siendo el número 1 más importante.

	1	2	3	4	5	6
Tiempos de entrega	<input type="radio"/>					
Desaduanización	<input type="radio"/>					
Paquetes dañados	<input type="radio"/>					
Paquetes perdidos	<input type="radio"/>					
Impuestos	<input type="radio"/>					
Personal de trabajo	<input type="radio"/>					

3. ¿Cuál es el tiempo de entrega que promete tu empresa?

- 1 a 5 días
- 1 a 8 días
- 1 a 10 días
- 1 a 15 días
- 1 a 20 días

4. ¿Cumplen siempre con los tiempos de entrega?

- Si
- No
- A veces

5. ¿Cumplen siempre con los tiempos de entrega?

En caso de que la respuesta de la pregunta 4 sea no, especifique la razón.

- Demora en salida de aduanas
- Pago de impuestos
- Espera de otros paquetes
- Otra

6. ¿Reciben reclamos por parte de sus clientes en cuanto a los tiempos de entrega?

- Si
- No

7. ¿Cuánto es lo que suele tardar el proceso de desaduanización?

- 1 a 2 día
- 1 a 3 días
- 1 a 4 días
- 1 a 5 días

8. ¿Ha tenido problemas en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes?

Ejemplo: (Paquete mal entregado, perdida de paquetes, hurto de paquetes, no cobro de tarifas)

- Si
- No

9. ¿Ha tenido problemas en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes?

En caso de que su respuesta sea si, por favor especificar con un texto los problemas que ha tenido en cumplir con la logística eficiente al momento de entregar los paquetes

10. ¿Cuál es la categoría de importación que usan? Selecciona todas las que usan.

- Categoría A – Documentos
- Categoría B – 4x4
- Categoría C – 100kg \$5000
- Categoría D – Prendas de vestir, textiles confeccionados y calzado
- Categoría E – Medicinas
- Categoría F – Libros y equipos computación
- Categoría G – Número familiar de migrante ecuatoriano

11. ¿Cuáles son los principales países de donde vienen las importaciones?

- Estados Unidos
- China
- España
- Colombia
- México

12. ¿Cuáles son los costos por libra mediante la categoría 4x4?

- \$1 a \$5
- \$5,01 a \$7
- \$7,01 a \$9
- Más de \$9,01

13. ¿Cuáles son costos en cuanto a las otras categorías?

- Mediante impuestos

O Costos por libra depende de categoría

14. ¿El cobro de impuestos afecta a su logística? En caso de afirmativo, explique cómo.

O Si

O No

15. ¿El cobro de impuestos afecta a su logística? En caso de afirmativo, explique cómo.

ANEXO 2
ENTREVISTA



TEMA: Análisis de los factores externos e internos que afectan a la logística de las empresas de Courier en Guayaquil.

1. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a la logística en su empresa de Courier?
2. ¿Cree usted que se puede evitar los atrasos y trabajos para los consumidores en los procesos de importación, y cómo?
3. ¿Cuál es el procedimiento logístico que usan con el régimen de 4x4?
4. ¿Cree usted que la aduana afecta en los procesos logísticos?
5. ¿Cree usted que el proceso de realizar la operación de importación Courier es complejo para las empresas?
6. ¿Han tenido problemas con pérdida o daño de paquetes de algún cliente?
¿Qué hacen en esos casos?

RESULTADOS DE ENTREVISTAS

Por confidencialidad se mantiene anónimo los nombres de las empresas.

1. ¿Cuáles son los principales factores que afectan a la logística en su empresa de Courier?

Empresa 1: Los factores que afectan a nuestra logística son principalmente los tiempos de entrega. También las restricciones o prohibiciones de artículos como las tecnologías Smart para TV (Amazon fire TV, Apple TV, MiBox, entre otros) se está teniendo problema en traer esos artículos debido a que la aduana anunció la prohibida importación para proteger a empresas locales y se ha tenido que pedir a los clientes que soliciten la devolución del producto para que posteriormente la empresa de Courier proceda a enviar a la empresa y está les haga el reembolso a los clientes.

Empresa 2: El sistema de aduana tiene demora, y eso hace que no se cumpla el tiempo de entrega

Empresa 3: Factores internos: personal, capacidad de entrega, vehículos en mantenimientos. Factores externos: lo que no podemos controlar, como los desastres naturales. Actualmente se está viviendo un huracán en miami, y esto afecta a la logística ya que cierran las bodegas y los operadores de transporte no trabajen, de lo cual será imposible enviar paquetes durante una o dos semanas. Así mismo, los cambios de directivos hacen que también en la aduana hace que retrasen los procesos; Las aerolíneas hay temporadas donde no hay cupos, y toca esperar muchos días para enviar las cargas.

Empresa 4: Los factores principales que afectan a la logística de la empresa Courier, son salidas de aduanas y tiempos de aforo. Esto hace que los paquetes demoren más de lo que ya estaba establecido y que indican al cliente. Además de esto, están los problemas ambientales, en ocasiones anteriores se ha tenido que parar los envíos hasta 3 semanas por problemas de huracanes.

Empresas 5: La empresa depende de operadores externas que son para los envíos provinciales. Entonces depende de la logística de ellas, y toca andar atrás de ellos.

Los factores que principalmente afectan a la logística son los aforos. La falta de espacio, que es tiempo perdido, hace que los paquetes demoren salir y llegar a Guayaquil.

2. ¿Cree usted que se puede evitar los atrasos y trabajos para los consumidores en los procesos de importación, y cómo?

Empresa 1: Si se puede mejorar siempre cuando se respete los turnos en cuanto nosotros declaremos las cargas. Si nosotros declaramos primeros, se espera que ellos sean los primeros en salir, se pueden organizar y respetar los turnos en los aforos. Así mismo, mejorar el sistema de Ecuapass ya que la página suele quedarse y ser lenta.

Empresa 2: No depende de las empresas de Courier. Depende de la aduana que busque mejorar su proceso logístico para que así mismo las empresas de Courier puedan mejorar su sistema de logística.

Empresa 3: Los factores internos se pueden mejorar. Por otro lado, los factores externos se pueden mejorar dependiendo el caso. Por ejemplo, se puede mejorar la relación con las aerolíneas para que ellas den preferencia a esta empresa.

Empresa 4: Si, con una mejor organización dentro de la aduana.

Empresa 5: No se puede evitar, debido a que los problemas que pasan con las aerolíneas incluido el aforo, retrasan todos los procesos programados. Entonces es complicado evitar esto, ya que es un factor externo que no se puede controlar.

3. ¿Cuál es el procedimiento logístico que usan con el régimen de 4x4?

Empresa 1: El régimen 4x4 son compras personales, hasta 8 libras y \$400 en cada envío, siendo el costo por libra. No es necesario tener las 8 libras, los paquetes que llegan a la bodega, apenas llegan se empacan y se envían para Ecuador.

Empresa 2: Se reciben todos los paquetes o compras en el embarque de Estados Unidos – Nueva York, se los envía para Ecuador, y aquí en los puntos de entrega y agencias se hacen entrega de los paquetes.

Empresa 3: Los paquetes de los clientes se reciben en nuestras bodegas, de aquí parten para Ecuador una vez este chequeado si los productos están en buen estado y registrado el paquete. Entran a Aduana, el proceso demora hasta 4 días, y luego van a las oficinas de la empresa en la ciudad de Guayaquil.

Empresa 4: Se hacen envíos 3 veces por semana, los paquetes que ingresan a la bodega en Estados Unidos se proceden en Miami el día siguiente en caso de salir la mercadería y en la tarde ya llega a Ecuador, a las Aduanas.

Empresa 5: El cliente pasa por el primer filtro, donde el cliente debe entregar el número de tracking al encargado de la empresa. De ahí operaciones se encargan de dar el seguimiento al tracking para poder ver por donde y cuando viene. Cuando llega en bodega, se le notifica al cliente para proceder la entrega.

4. ¿Cree usted que la aduana afecta en los procesos logísticos?

Empresa 1: Si, porque el trámite puede tardar un poco más. Hay cargas que entran al proceso de selectividad, donde escogen paquetes al azar para poder realizar una inspección de los productos.

Empresa 2: Si, porque la aduana atrasa los procesos.

Empresa 3: Si

Empresa 4: Si, si afecta por la mala organización.

Empresa 5: Si, claro que afecta porque esto retrasa los paquetes.

5. ¿Cree usted que el proceso de realizar la operación de importación Courier es complejo para las empresas?

Empresa 1: Si es complejo, porque en el ingreso deben empaquetar los productos cuando se pasan de las 8 libras, ya que no se puede enviar en un solo envío más de 8 libras, si no que deben enviarse en otro embarque. Se debe realizar las etiquetas, pegarlos, embarcarlos, verificar que lleguen a aduana, pedir peso de la carga, turno para el aforo y entregas de las cargas.

Empresa 2: Es complejo, debido a las normativas de las aduanas. Por ejemplo: en la categoría G, el cliente debe tener registro consular, el familiar debe pertenecer al mismo núcleo familiar, y por último a veces se acaban los cupos y el proceso de espera es lo que retiene a las empresas de Courier.

Empresa 3: Actualmente no. Debido a la demanda de las empresas de Courier, y la tecnología hace que el proceso de importación sea fácil o si no, no existirían tantas empresas de Courier.

Empresa 4: No es complejo. Actualmente es sencillo debido a que existen sistemas que automatizan todo. La empresa solo se encarga de enviar descripciones, valor de la factura y se envía a Aduana.

Empresa 5: No, el trabajo que se debe hacer no es complicado debido a la tecnología y al sistema que está todo automatizado.

6. ¿Han tenido problemas con pérdida o daño de paquetes de algún cliente? ¿Qué hacen en esos casos?

Empresa 1: Sí, por ejemplo, pasó un caso con unas cajas de relojes que llegaron en buen estado a nuestras bodegas de Estados Unidos, y debido a que no hacen un reempaque en caso del que el cliente no lo solicite, por presión del avión las cajas se dañaron más no el producto, no se hace el reembolso así el cliente diga que no podrá darlo como obsequio o para otra ocasión.

En otra ocasión, se mandó una salsa de ají, que llegó en perfecto estado a las bodegas, pero cuando llegó a Ecuador salió completamente destruido; y por la misma razón de que no se puede hacer un reempaque si el cliente no lo solicita, porque si no reclaman de que les están poniendo más peso; en este caso se procedió a dar un reembolso.

Empresa 2: En esta empresa se manejan con seguros. Cuentan con una opción de poder asegurar sus paquetes. En caso de alguna pérdida o daño en los paquetes, si el cliente tiene el seguro se le hace un reembolso del 100%. En caso contrario, administración evalúa el caso y sobre lo sucedido, depende de eso toman una decisión de cómo llevar el caso, si le reembolsa una parte o le ofrecen envíos gratis en la próxima compra.

Empresa 3: Suele pasar. Debido a que es una logística internacional, el personal de las empresas de servicio y mensajería suelen tratar los paquetes con poco cuidado y por tal manipulación puede dañar los paquetes. En caso de que el paquete viene dañado o vacío a las bodegas de Estados Unidos, se procede a notificar al cliente para que solicite un reembolso. En caso de que el paquete sufra algún daño en Ecuador, se evaluará el caso, y ver de dónde vino el daño. En caso que sea por la aerolínea, se hace responsable la empresa. Si es por mala manipulación de las empresas entregan a los clientes como Servientrega, se tendrá que arreglar con la empresa intermediaria para que ella cubra el reembolso.

Empresa 4: Si se ha tenido casos de pérdidas, en estos casos, toca hacer una investigación para revisar si fue pérdida o robo, mediante cámara. Al final, el área de donde se perdió el paquete debe hacerse responsable por el valor. Notificar al cliente lo sucedido y el proceso.

Empresa 5: No, nunca han tenido problemas.