

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD

Certifico haber dirigido y revisado cada uno de los capítulos de este trabajo final de grado intitulado “Propuesta para la creación de un Courier en la provincia del Azuay”, realizado por Freddy Leonardo Barrera Sarmiento y Manuela Antonieta Lazo Montalván.

Certifico igualmente el nivel de independencia, así como la disciplina en el cumplimiento en su plan de trabajo.

Por lo tanto, por cumplir con los requisitos establecidos, autorizo su presentación.

Cuenca, 15 de Diciembre del 2010

Ing. Juan Carlos Aguirre

DECLARACION

Nosotros Freddy Leonardo Barrera Sarmiento y Manuela Antonieta Lazo Montalván, alumnos egresados de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Politécnica Salesiana, declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado, calificación profesional, y que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondiente a este trabajo a la Universidad Politécnica Salesiana, según lo establecido por la ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional urgente.

Freddy Leonardo Barrera Sarmiento

Manuela Antonieta Lazo Montalván

AGRADECIMIENTO

A mis padres porque han sido los principales guías para que yo logre la culminación de mis estudios, porque creyeron que podía y siempre se preocuparon por lo que estaba haciendo.

También debo agradecer de manera muy especial, al Ing. Juan Carlos Aguirre, por aceptarnos para realizar esta tesis, por su apoyo y confianza en nuestro trabajo, y su capacidad para dirigir, y por ternos paciencia y comprensión al momento de dirigir esta tesis.

A todos mis maestros por su colaboración, paciencias, apoyo brindado desde siempre y sobre todo por esa gran amistad que me han sabido brindar

Freddy Barrera

DEDICATORIA

Durante estos cinco años que estado en esta universidad, de gratas vivencias, de momentos de triunfos y derrotas, de angustias y desesperanzas que pase todo este tiempo, y así poder alcanzar y más grande objetivo, el culminar mi carrera, pero quiero dedicar de manera muy especial este triunfo, a mis hermanos Henri y Gabriel, ya que ustedes, han sabido estar en los momentos más difíciles de mi vida y sobre todo porque todavía puedo contar con ustedes e hicieron lo imposible para que yo pudiera seguir con mis estudios

Freddy Barrera

AGRADECIMIENTO

En especial a Dios y a mis padres por el apoyo brindado y por la confianza que me han depositado en mi, en la culminación de mi carrera.

Y de una manera especial a mi Director de Tesis el Ing. Aguirre por la paciencia y sobre todo por los conocimientos brindados en el desarrollo de la tesis

Manuela Lazo

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres, quienes fueron los pilares fundamentales. Para que pudiera seguir con mis estudios y poderlos culminar.

Manuela Lazo

ABSTRACT

El Courier es considerado como un negocio de ida y vuelta, es por ello que es calificado por un régimen especial por parte de la Aduana, ya que este se rige a un limitante entre peso y costo para no pagar impuestos. De 4kl y \$400,00. Siempre y cuando sea de uso personal. Lo ideal es registrarse a este parámetro, llenar formularios correspondientes tanto facturas hijas como factura madre.

Pero si sobre pasa y es para comercialización se registrará de acuerdo a la categoría de paquetes que indica la aduana. Sea categoría C, D, E, F. ya que estos marcaran su respectivo impuesto.

Y se debe tener presente que la naturaleza del Régimen Particular o de Excepción Courier, incluye formalidades simplificadas y despacho ágil, siempre que la carga arribe cumpliendo con los requisitos establecidos y en condiciones normales que avalen este tratamiento.

INDICE

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

CERTIFICADO

DEDICATORIAS

AGRADECIMIENTOS

INTRODUCCION

CAPITULO I LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS

1.1 Correo	12
1.2 Postal	12
1.2.1 Que Es Una Empresa De Courier	12
1.2.2 Paquetería	12
1.2.3 Prestación Complementaria	13
1.2.4 Definición Logística.	13
1.2.5 Courier	14
1.2.5.1 Evolución del Courier	14
1.2.5.2 Evolución De Los Sistemas Postales	15
1.2.5.3 Correo En El Siglo XX	16
1.2.5.4 El Nacimiento Del Correo Aéreo	17
1.2.5.5 Caja Postal De Ahorros	17
1.2.5.6 Sello Postal	19
1.2.5.7 Evolución Del Correo En Ecuador	21
1.2.6 Diferencias Y Similitudes Del Correo Y Courier	22

1.2.6.1 Correo	22
1.2.6.2 Courier	23
1.2.7 Industrias Relacionadas Con El Courier	26
1.2.7.1 Empresas De Transporte	26
1.2.7.2 Marítimo	26
1.2.7.3 Principales Puertos	28
1.2.7.4 Aerolíneas	35
1.3 Procedimiento Y Regulaciones	39
1.3.1 Procedimientos De Importación	39
1.3.2 Requerimientos Legales	39
1.3.3 Obtención Del Registro Único De Contribuyente (Ruc)	39
1.3.3.1 Los Requisitos Para Obtener El RUC Son Los Siguietes	40
1.3.4 Registro Del Importador	40
1.3.4.1 Requisitos Para Ser Exportador	41
1.3.4.2 Procedimientos Para Exportar Desde El Ecuador	42
1.4 Normativa General	44
1.4.1 Marco Conceptual	44
1.4.2 Unión Postal Universal (Upu)	44
1.5 Regulaciones	48
1.5.1 Disposiciones Generales	48
1.5.2 Ley Orgánica De Aduana	48
1.5.3 Reglamento General A La LOA	49

1.5.4 Reglamento CAE	49
1.6 Tipo De Empresa A Crear	49
1.6.1 Compañía Responsabilidad Limitada	49
1.7 Obligaciones Legales Del Courier	54
1.7.1 Reglamento Para El Tráfico Postal Internacional	54
1.7.2 Autorización Para El Funcionamiento	54
1.7.3 Procedimientos	55
1.8 Permisos Y Limitaciones	56
1.8.1 Clasificación De Los Paquetes	56
1.8.2 Consideraciones Importantes	57
2. CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO	
2.1 Estadística	62
2.1.1 Tamaño De La Muestra	62
2.2 Servicio	62
2.2.1 Servicio De Post- Venta	64
2.2.2 Métodos Para Recolección De Quejas Y Reclamos	64
2.2.3 Estrategias De Un Buen Servicio	66
2.2.4 Características Del Servicio	67
2.2.5 Componentes Del Servicio	67
2.3 Cliente	71

2.3.1 Especificación De Nuestra Población Objetivo	71
2.4 Mercado Objetivo	75
2.5 Tabulación Ecuador	76
2.6 Tabulación Estados Unidos	82
2.7 Demanda	88
2.8 Oferta Ecuador	89
2.8.1 Competencia	90
2.8.1.1 Análisis De La Competencia	93
2.8.1.2 Determinación Del Precio Para La Competencia	94
2.8.2 Oferta Estados Unidos	95
2.9. Precio	96
2.9.1 La Determinación Del Precio Para Morlaco Express	97
2.9.2 Estrategias De Cómo Presentar El Precio	97
2.9.3 Promoción - Publicidad	98
2.9.3.1 Publicidad	98
2.9.3.2 Promoción	101
2.9.3.3 Merchandising	101
2.9.3.4 Relaciones Pública	103
2.9.4 Brief Publicitario	104

2.9.5 Reason Why	105
2.9.6 Presupuesto Para Publicidad	105
2.9.7 Plaza – Distribución	107
2.9.7.1 Canales	107

CAPITULO III CONTROL Y ADMINISTRACION

3.1 Control Y Administración	108
3.1.1 administración	108
3.2 Proceso – Control	110
3.3 Recurso Humano	114
3.3.1 Organigrama Vertical	114
3.3.2 Organización Del Recurso Humano	116
3.4 Planificación Estratégica	120
3.4.1 Visión	120
3.4.2 Misión	120
3.4.3 Objetivos	120
3.4.4 Políticas	121
3.4.5 Valores	121
3.4.6 Ubicación Geográfica	122
3.4.7 Logotipo	123

3.4.8 Análisis FODA	124
3.5 Mercadeo Y Ventas	128
3.6 Tecnología	128

CAPITULO IV ANÁLISIS FINANCIERO

4. Inversión Requerida	133
4.1 activos Fijos	133
4.2 Depreciación	134
4.3 Amortización	135
4.4 Capital de Trabajo	136
4.5 Fuentes de Financiamiento	137
4.6 Determinación de Costos	138
4.7 Salarios de Mano de Obra Directa	139
4.8 Ventas	140
4.9 Flujo de Caja	141

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones	
5.2 Recomendaciones	
5.3 bibliografía	
5.4 Referencias Electrónicas	
Anexos	

ÍNDICES DE TABLAS Y GRAFICOS

Tabla 1 Diferencias entre Courier y correo	25
Tabla 2 Toneladas métricas, cantidades en unidades cubicas	27
Tabla 3 Categorías de envíos de paquetes	59
Tabla 4 Edad promedio de los migrantes	72
Tabla 5 Sueldo de los migrantes	73
Tabla 6 Ingresos de familiares migrantes	73
Tabla 7 Ingresos de Corporaciones Unidas	93
Tabla 8 Ingresos de Quisphe Express	93
Tabla 9 precio	94
Tabla 10 Ingresos de Corporaciones Unidad	95
Tabla 11 Precio establecido para Ecuador	96
Tabla 12 Precio establecido para EEUU	96
Tabla 13 Determinación de la demanda	97
Tabla 14 Estrategia de precio	98
Tabla 15 Presupuesto de publicad	106
Tabla 16 FODA	124
Tabla 17 FODA cruzado	127
Tabla 18 Estrategias del FODA	128
Tabla 19 Inventario inicial	133
Tabla 20 Depreciación	134
Tabla 21 amortización	135
Tabla 22 capital de trabajo	136
Tabla 23 fuente de financiamiento	137
Tabla 24 costos	138

Tabla 25 Mano de Obra Directa	139
Tabla 27 Ventas	140
Tabla 28 Flujo	141
Grafico 1	28
Grafico 2	74
Grafico 3	74
Grafico 4	93
Grafico 5	94
Gráfico 6	

INTRODUCCIÓN

La propuesta de la creación del Courier que nosotros proponemos, es con el objetivo de brindar un servicio de calidad para cada uno de nuestros futuros clientes, diferenciándonos de la competencia. Es por ellos que “*MORLACO EXPRESS que operará en la vía Ordóñez Lasso Km. 6*”, de la ciudad de Cuenca, en el segmento de mensajería o Courier. Además de presentar las estrategias que la gerencia de la nueva empresa pretende desarrollar una vez haya ingresado en el mercado, el estudio aborda cuidadosamente temas como el análisis del servicio, estudio de mercado, control y administración, normas de la ley de Aduana y un análisis financiero

Y rigiéndonos a cada uno de estos parámetros y en especial a lo que dicta la ley de Aduana, a la cual debe regirse para evitar futuros inconvenientes. Y considerando que un Courier es un régimen especial para la Aduana ya que este se rige a un peso y a un costo de \$400 y 4kl para no pagar impuestos siempre y cuando no esté dedicado a la comercialización sino mas bien sea de uso personal como puede ser la ropa, computadoras, celulares etc.

Y si se sobre pasa este límite y es dedicado para comercializar se regirá a lo que dicta la ley de Aduanas. Esto es a través de la clasificación de paquetes con la cual cuenta la Aduana para cobrar los diferentes impuestos y tasas.

Con lo que respecta a la aerolínea con la cual trabajara *MORLACO EXPRESS*, se logro conseguir a través de una alianza estratégica con la empresa *FOUR OAKS* de Estados Unidos - Montauk que trabaja con la *LAN CHILE*, siendo esta la aerolínea que llevara nuestros paquetes a un costo accesible de \$2.70 por cada kilo, los días martes, jueves y sábados.

MORLACO EXPRESS ofrecerá un servicio de puerta a puerta, para lo cual nosotros nos regimos a los canales de distribución estos serán dos, busetas repartidoras que harán llegar el paquete de manera directa al cliente final, y un carro que se encarga de entregar a clientes corporativos.

En cualquiera de los dos casos mencionados, es necesario que estos lleguen con el paquete a las horas oportunas, es decir, en el caso de clientes corporativos, estos deben contar con la entrega en la mañana, esto es de 10:00 am hasta las 11:30 am, Para el canal de las busetas repartidores la hora de entrega se pre-establece con el cliente. Por lo general se les entregara a en la tarde, a partir de las 2:00 pm

Además contaremos con tecnología adecuada para la comunicación en tiempo real entre las oficinas de Ecuador y Estados Unidos, lo cual facilita a todos nuestros clientes el seguimiento y confirmación de entrega de todos sus envíos, ya que la base datos contara con el programa SQL SERVER (Structured Query Language). Que es un programa de Soporte de transacciones, Estabilidad y seguridad y sobren todo es un Soporte procedimientos almacenados. Para los futuros clientes que la empresa obtendrá. Cabe recalcar que tendremos la base principal en la ciudad de Cuenca, para un mejor manejo del sistema.

Con lo que respecta al personal que laborara en MORLACO EXPRESS, hemos planteado que cada tres meses realice capacitación en el CECAP, ya que esta institución es considera como una de las mejores, en dictar programas o cursos intensivos de RRHH, es por ellos que escogimos que el personal realice la capacitación en esta institución para que cada uno de ellos se encuentre siempre actualizado con las últimas técnicas de atención al cliente, brindándoles de esta manera:

- La garantía de un servicio rápido, eficiente y seguro.
- Las confirmaciones de entrega más rápidas y confiables.
- El sistema de soporte logístico más eficiente

CAPITULO I LOS FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Haremos una breve reseña historia, de cómo han ido evolucionando los correos y sobre todo la importancia que han tenido en la sociedad, también como a evolucionado en nuestro país el sistema de correo, desde épocas ancestrales como es en Ecuador, el de los caciques.

El objetivo en este primer Capítulo, es dar a conocer sobre los requisitos tanto legales responsables y éticos de la rama de importación y exportación de productos. Sobre lo que trata una empresa de Courier, las diferencias entre otras organizaciones que parecen ser iguales. También trataremos sobre el proceso que debe hacerse, para llegar a ser exportadores e importadores, además, a las instituciones que deben acudir, para legalizar su constitución, de esta manera facilitaremos y guiaremos a los accionistas.

Otro de los puntos importantes que trataremos es, a las instituciones a las que están obligadas a dar información y como deben cooperar con las mismas organismos reguladores. Trataremos también, sobre el tipo de transporte y cual debe hacerse según el tipo de mercancía que este enviando, esto con relación al costo y al tiempo que desee que llegar a su destino. Otro de los puntos claves a tratar son los puerto que tienen Ecuador, sobre estos trataremos donde están ubicados y cuál es la capacidad con la que cuenta, cuales son los principales productos los cuales exporta y importa en estas Aduanas. A demás algunas de las navieras, que prestan el servicio desde los Estados Unidos y viceversa. Los aeropuertos es otro de los puntos a tratar, cuales son los principales y las aerolíneas con las que cuentan.

Sobre la empresa de transporte, a la cual vamos a contratar para el envío de documentos y paquetería, también sobre los permiso con los cuales se debe contar para el buen funcionamiento de la organización.

1.1 Correo

La palabra “Correo”, viene del verbo correr y se remonta a épocas en que los portadores eran verdaderos atletas, dedicados a llevar y/o traer noticias y documentos para la nobleza, casta sacerdotal y preferentemente, para los militares, donde la información que transmitían era de vital importancia logística, para el movimiento de sus tropas

1.2 Postal

Según investigaciones se dice que, la Postal recoge su nombre gracias a la ruta que hicieron a caballo, en Francia durante el reinado de Luis XI, en 1476, este lo hizo de una manera ordenada marcando puestos de descanso, donde le esperaba otro quien debía seguir con la misión, este también contaba con caballos frescos para continuar sin ningún problema y llegar lo más pronto posible, de ahí que se adopta los servicios de correo de todo el mundo.

1.2.1 Que Es Una Empresa De Courier

La empresa de Courier como cualquier otra empresa de producto y/o servicio nace para atender las necesidades de la sociedad y cubrir esas necesidades satisfactoriamente, por su puesto a cambio de una retribución que compense la inversión o riesgo de los inversionistas.

A si podemos dar algunos a conocer un glosario básico de lo que contiene un Courier

1.2.2 Paquetería

Se trate de la importación por la aduana, para nacionalizarlo en el país de destino, dentro de un marco establecido por leyes internacionales. Encierra dentro de estos lo que es bultos, impresos y documentos, que tienen procedimientos diferentes, pero no licencia de importación, mejor conocido como “Courier Back”¹.

¹ **Courier Back** es la persona o establecimiento que hace de su principal actividad la entrega de bultos, documentos y correspondencia de forma rápida.

Este trámite en la Aduana se hace en un documento específico, llamado “manifiesto”² ó “guía” que se hace a través de agentes autorizados llamados “transitorios”, siendo el transporte el factor para la determinación de coste que se paga un usuario

1.2.3 Prestación Complementaria

La diferencia entre servicios postales básicos y servicios urgentes, se basa en lo que es la rapidez con la que se mueve a su destino y las facilidades que se da para que se esté más eficiente siendo sus principales características la rapidez, la seguridad, la logística con la que cuenta y la entrega de la mercadería. También otra de las facilidades o servicios, con la que cuenta en los servicios urgentes es la recogida de la mercadería, en el lugar de origen y la entrega en la mano de destinatario, dando un seguimiento permanente de los envíos para mayor seguridad, teniendo como desventaja que el costo del mismo es más alto que el del servicio básico

1.2.4 Definición Logística

La logística consiste en la distribución del mercado donde van, a estar ubicados los establecimientos para dar el servicio al usuario, generalmente en el servicio básico suele estar en un solo lugar, mientras que en el servicio urgente, los establecimientos están distribuidos estratégicamente, según el estudio de mercado y dependiendo también cuenta con transporte propio para una mejor distribución del servicio y/o producto. En ciudades grandes como Cuenca se hace una logística triangular para mejor distribución de la ciudad y para mejorar el servicio hacia el usuario.

² **Manifiesto:** Documento en el cual se detalla la relación de la mercancía que constituyen carga de un medio o de una unidad de transporte, y expresa los datos comerciales de las mercancías.

1.2.5 Courier

Es el envío de bultos, documentos a través que cualquier establecimiento dedicado a un Courier Back, sea esta pública o privada, siempre que cuenten con la debida documentación para realizar esta actividad.

Para dar una mejor definición decimos que es el envío de bultos, documentación, de una forma rápida y con mejores facilidades para el usuario, con mejor garantía de que sus productos van a llegar a sus destinatario de forma segura y en los plazos establecidos.

1.2.5.1 Evolución del Courier

El desarrollo del servicio del correo a tenido su evolución a través de la historia, hasta llegar a nuestra era, en la el servicio de correo se caracteriza por la optima utilización de los recursos disponibles para obtención de resultados deseados, en el correo estos son; la rapidez, la seguridad y más facilidades que brinde la empresa para con un usuario.

Puesto que la necesidad de comunicarse, para el ser humano es algo indispensable, este hace nacer al correo, es por eso que en investigaciones que se han realizado, muchos investigadores a firman que los primeros orígenes se da a inicios de la civilización, pero en el siglo XV y XVI, es cuando se puede decir que toma forma el correo.

Las investigaciones realizadas dicen, que los primeros mensajeros que llegaban a tiempo, eran los corredores, las palomas mensajeras y jinetes a caballo. Los corredores quienes recorrían grandes distancias a pie físicamente, para llegar a sus destinos. Ahora en la actualidad con la industrialización del correo, sea hacen verdaderas maratones en la entrega de estos, un verdadero despliegue de logística y una gran masa de individuos relacionados con el objetivo de realizar en el mejor tiempo, con menos cantidad de recursos.

1.2.5.2 Evolución De Los Sistemas Postales

Antes de que la escritura se inventara y con ello la primera carta, los encargados de llevar la información a otras personas, en lugares muy distantes, eran los que tenían una gran capacidad de retención, de información, ellos eran los encargados o escogidos para esta gran labor, ya que los mensajes que se les daba eran orales y debían ser entregados de la misma forma al receptor.

Según registros, el arte de escribir tiene sus orígenes en el Golfo Pérsico y Babilonia hace unos 3.100 años antes de Cristo, pero quienes escribieron la primera carta fueron los egipcios por los años 2.200 antes de Cristo, un niño de aproximadamente 7 años de nombre Pepi II, quien subió al trono de los faraones del antiguo Egipto, con el apoyo de sus consejeros organizo una expedición al interior del continente Africano, con el propósito de buscar oro, incienso y mas bienes que se necesitaba para sus creencias religiosas, pero más precisamente para conseguir suministros para el diario vivir.

Este organizo un servicio de mensajeros, para que le tengan informado de lo que pasaba en la expedición, sus avances, sus aventuras y este dando sus órdenes redactadas en finas cortezas del arbusto de papiro, la misma que se enrollaba y sellaba, para que fuesen llevas por lo mensajeros al continente Africano.

Esto se puede conocer, gracias a unos de sus mensajes que se ha conservado, y que hoy se considera la carta más antigua del mundo.

Le siguieron, en esta forma de comunicación el Indostán, en el año 2.000 A.C. en el año 1.500 los habitantes de las islas griegas, le siguieron también los habitantes de Asia menor en el año 1.300, el Imperio Chino en el oriente, como era de esperarse, por ser el material más liviano y manejable se impuso el papel que se invento en China.

Los corredores en la antigüedad muy apreciados y no todos podían tener este servicio, ya que era de exclusividad de los jefes y soberanos, quienes eran instruidos dentro de una institución para profesionales y posteriormente se estableció como organización estatal, para brindar el servicio a todos los ciudadanos.

Continuamente en Persia, se creó el servicio de mensajeros, con numerosos puestos de descanso, quien a su vez se alternaban de un mensajero a otro hasta llegar a su destino, otro de los puntos importantes que se dio en la historia, del servicio de mensajería a caballo, es la noticia que dio Jerjes a su pueblo, sobre la derrota de Salamina.

No se puede dejar a lado la cultura greco-romana, la misma que estaba al mando Augusto, emperador de Roma y quien contaba con buena cantidad de carreteras, para dar el servicio de mensajería, lo mismo que eran para uso propio y para sus acompañantes, este con la diferencia que hacia regularmente.

En el continente Americano, específicamente en Sur América, en la cultura Inca, también contaban con una línea de comunicación, estas eran con carreteras y puestos de descanso, para los mensajeros quienes llevaban las noticias a todo el imperio.

1.2.5.3 Correo En El Siglo XX

El ferrocarril se convierte en el principal instrumento de transporte y distribución de la mensajería, ya que se llevaba una cantidad más grande, a demás porque en transcurso del transporte se optimizaba el tiempo para clasificar, como medio de seguridad en Inglaterra se adapta el sello postal, por recomendación Rowland Hill y posteriormente Francia.

En los inicios de la Edad Moderna, en el continente Europeo se formaron organizaciones, quienes se tomaron la responsabilidad del manejo y distribución de la mensajería pública y privada, así tenemos la de San Marcos en España, Barcelona. En Australia el emperador Maximiliano I en el año de 1505, creando el correo mayor en todo el imperio, luego le siguen los Reyes de España, crean correo mayor de las Indias, con residencia en Perú, este tenía privilegios especiales. Y así diferentes países fueron acogiendo estas potestades.

España en el año de 1706, reclamo los privilegios de los correos mayores de la Península y más tarde la de las Indias, creando sobre estos trabajos, tasas para correos, postas y cominos, dando como resultado el monopolio del manejo de los correos por parte del Estado, prohibiendo la movilización de cartas por particulares, y se decía que todos quienes quieran enviar debían entregar en lugares establecidos para el propósito, y que la disposición que los destinatarios debían pagar el sellos, para calculara la misma se debía tomar en cuenta el peso y la distancia recorrida. Para certificar el punto de origen se procedía a estampar en la cubierta el sello postal, indicando el nombre del lugar y el país y en caso de que el remitente cánsele pago la ley Franca, con el fin de que el destinatario liberado de esta tasa. El sistema de control era difícil y un complejo sistema de contabilidad.

1.2.5.4 El Nacimiento Del Correo Aéreo

En esta etapa los inventos más significativos, fue la aparición del correo aéreo, la misma que tuvo sus inicios en la primera guerra mundial. Las tres principales aerolíneas fueron las siguientes: en el año de 1917 se inauguro la línea Roma-Torino, 1918 la línea Washington-Filadelfia-Nueva York y en 1918 la línea París-Le Mans-Saint Nazaire.

1.2.5.5 Caja Postal De Ahorros

En Gran Bretaña, por el año 1861 se creó la Post Office Saving's Bank, en vista de que los más humildes no tenían posibilidades de ahorrar, por que no podían acceder a un Banco para depositar sus ahorros y mantenerlos para el futuro, se decide acaparar estos recursos, ya que el Estado también se beneficia en razón que obtiene recursos para el desarrollo de obras públicas, claro que debían pagar intereses a estos. Pronto vieron otros países que el sistema era bueno y ellos también los adoptaron.

La renovación de los servicios postales se da en 1992, con la aprobación del plan de ordenación industrial y el plan terrestre la misma que condujo reingeniería de los productos postales en cinco categorías.

- Línea básica.
- Línea urgente.
- Paquetería.
- Línea económica.

- Servicio postal financiero

La línea básica agrupo a los traicionales del correo público, en el que esta la carta, la tarjeta postal, el aerograma y la tarjeta de cobro. El aerograma es un producto exclusivamente internacional.

Con el fin eliminar los cuellos de botella se puso un ingeniosa plan, que consistía en la clasificación que se sujetaba a la recepción, ya que una clasificación en origen, en buzones como en ventanillas o en centros de recepción masiva, estaban establecidas por doce cajas directas.

A inicios del siglo XXI, se da lo que es la telegrafía inalámbrica y en 1925, el servicio de teletipo, lo que a su vez nace lo que la radio, en 1950 se consolida la televisión y por ende estaba en pleno auge, lo que es la comunicación a larga distancia.

El nacimiento de la técnica de la comunicación por computadoras se da en la década de los treinta, y en los años setenta, en la guerra por llegar al espacio hizo que se acelere, esta técnica, porque esa necesario el tener comunicación con los astronautas.

Y como era de esperarse los chips o microprocesadores, pronto se volvieron indispensables, para la humanidad, que era un factor importante e indispensable, ya que sin ellos por ejemplo los cohetes no podían despegar, ni poder controlarlos los satélites, esenciales para la radio y televisión.

El fax otro de los inventos más renombrados ya que ellos facilitaban la transmisión de documentos como por ejemplo cartas, manuscritos, diseños técnicos y otros similares desde una fotocopidora conectada a un teléfono, hasta cualquier otra copiadora a distancia.

Las maquinas más sofisticadas de fax, hicieron el trabajo de la comunicación mucho más fácil, ya que el contenido de una carta, tardaba los tres segundo para transmitirla. A demás empiezan a aparecer ya aparatos portátiles, como el teléfono celular que va cogiendo cada vez, más seguidores de diversos grupos profesionales.

Otra de las ventajas que da este invento, por ejemplo que los arquitecto, pueden ya recibir sus planos en el lugar de su trabajo, facilitando el traslado de los mismos, ahorrando en viajes y por ende reduciendo costes, los escritores pueden ya enviar sus columnas a la redacción desde los lugares de trabajo.

Los ingleses desarrollaron un sistema dirigido por microprocesadores en los años 70, llamando a este sistema con el nombre de “Teletexto”³ lo que hacia este sistema era garantizar a cualquier usuario el acceso a los bancos de los datos y poder solicitar información y poder tener una conversación mediante una computadora. Lo que debían hacer es conectarse la televisión casera con el teléfono de interconexión entre ambos, un decodificador y modem, ya que por la conexión de estos dos medios se puede acceder a los bancos de datos posibles. La información deseada puede ser solicitada con un control remoto ampliando en el televisor y estas en pocos segundos aparecen en la televisión chica.

De esta manera el Teletexto da informaciones generales, resultados deportivos, noticias, servicios médicos de emergencia, consejos sobre primeros auxilios, acontecimientos cotidianos, etc., también información de interés personal, como es estado de cuenta bancaria, confirmaciones, pedidos, etc.

1.2.5.6 Sello Postal

El sello postal no muy antiguo tiene sus inicios en el siglo pasado como ya lo aviamos enunciado anteriormente, estoy no son más que pequeños recibos que eviten los gobiernos de los diferentes países, estos son como estampillas, esto con el objetivo de recibir los derechos al manejo y distribución de las piezas postales, los sellos adjuntos a los sobrescritos de la carta, garantiza el pago de la tasa respectiva y su valor es anulado por el matasellos que sobre ellos se aplica.

Historia del Sello Postal

³ Teletexto: sistema de comunicaciones electrónicas en las que la información impresa se emite por la señal de televisión a los conjuntos equipados con decodificadores

Como ya lo aviamos enunciado, el promotor de la utilización del sello fue el pedagogo inglés, sir Rolando Hill, quien sugirió la idea de la utilización de pequeños recibos impresos y valorados según los pagos, los cuales debían ser lo bastante grandes como para mostrar un sello en el anverso y engomados en el reverso, a fin de que pudiesen ser pegados a los sobrescritos, para certificar el pago previo del pago respectivo. También sugirió Hill que debían ser anulados con matasellos de tinta, para evitar su doble uso. Así nacieron los sellos postales, cuya circulación comenzó el 1° de mayo de 1840, primer día en que se pusieron en venta.

La ingeniosa idea de Hill que se dio en Gran Bretaña, fue abriéndose paso en diferentes países y más tarde con la creación de la Unión Postal Universal, que acogió el pago único de la correspondencia, según su peso y sin relación con la distancia, lo que se definió la total y completa solución del sistema postal.

Sello Postal En Ecuador

En nuestro país para sellar las cartas a lo largo de la historia ha tomado diferentes personajes para las imágenes de los sellos, así tenemos la almohadilla utilizada en las últimas décadas de este último siglo, el matasello que utilizó el Papa Juan Pablo Segundo, durante la visita al Ecuador, también está el mechero Sueco, utilizada en la antigüedad para la quemar de los sellos de cera.

En la última visita del Vicepresidente del Ecuador, Lenin Moreno, en recuerdo a los 188 años de la Batalla de Pichincha, decidió hacer honor a Manuela Sáenz y firmó “álbum filatélico” poniendo como sello postal Manuela la Libertadora, la misma que entrara en circulación a nivel nacional e internacional.

1.2.5.7 Evolución Del Correo En Ecuador

Por las diferentes investigación que sean hecho, para tener conocimiento de nuestros antepasados y cuál era la forma de comunicación, se dice que en épocas encéntrales, diferentes culturas que arribaron a nuestro territorio, lo que ahora comprende el Ecuador, también como en el continente europeo, utilizaron el correo como medio de comunicación, por ejemplo para dar órdenes militares, pero además para intercambiar productos agrícolas, especialmente entre las regiones de la Costa y la Sierra.

Como toda cultura organizada, el imperio Inca, también necesito un medio por el cual pudiese dar a conocer, las ordenes de sus superiores a los de más baja jerarquía en todo el territorio que abarcaba sus imperio. Para el cumplimiento de esta gran labor existieron, los chasquis eran reclutados desde niños y adiestrados para ese fin, estos eran escogidos por grandes capacidades de resistencia, excelente memoria y gran velocidad. La edad para realizar este trabajo era entre los 18 y 20 años de edad, la pena de muerte era ellos en caso de no transmitir bien el mensaje o por revelar a personas que no era dirigido el mensaje.

Los instrumentos que lo caracterizaban a un chasqui, era una mochila conocida también como qëpi, que llevaba a la espalda con objetos que debía que entregar, el khipu este era un sistema nemotécnico de cuerdas de lana o algodón y nudos de uno o varios colores, que servia como un sistema de contabilidad y de escritura donde traían la información, por ultimo un instrumento de viento, una especie de trompeta, hecho con cuero de buey o de una caracola grande, este llevaba el nombre de pututu.

Su vestimenta sobre salía de los demás, dependiendo del tipo de la noticia que debía transmitir, su vestimenta variaba, por ejemplo, épocas de guerra, si se trataba de una victoria, la vestimenta del chasqui era de color blanco, atado el cuello, con cantos de guerra, en cambio, cuando era una derrota, se presentaba con el cabello revuelto y silencioso.

Se tiene conocimiento que en la época de la Colonia, de la Real Audiencia de Quito, se realizo la primera entrega de carta, que se envió de Riobamba hacia Lambayeque (Perú), esto en el sistema de jornadas reglamentarias que se estableció para el servicio de correos.

Con la aprobación del Rey de España, el 8 de junio de 1794, nace el correo del Ecuador. En el régimen de Juan José Flores, mediante decreto, se creó la administración general de correos, bajo la dependencia del Estado, para la necesidad del nuevo Estado, libre y soberano.

En el gobierno de Gabriel García Moreno, se crea por primera vez, lo que es el sello postal hecho en Ecuador, en tanto que en el gobierno de Eloy Alfaro, se introduce a la mujer a las labores de administración del sector público, específicamente en los correos del Ecuador, declarando que la administración general de correos, sea atendida por mujeres, pero que la administración general seguirá siendo manejada por los hombres.

El hecho de que los avances tecnológicos en mensajes electrónicos, han sido grandes no ha podido, suplementar a los correos tanto en el Ecuador como a nivel mundial, dado que la sociedad aún la utiliza para el envío de correspondencia y paquetería.

1.2.6 Diferencias Y Similitudes Del Correo Y Courier

1.2.6.1 Correo

En cuanto al correo podemos decir que por lo general las empresas que están dedicadas a la mensajería de artículos pequeños, que es factible para artículos como de oficina, y en tanto que los correos son una alternativa para clientes de empresas de venta de artículos y representantes, los paquetes que entregan estas organizaciones son de carácter sensibles al tiempo.

Es el método de comunicación entre dos partes diferentes a través de elementos determinados, normalmente cartas o documentos que son enviados, protegidos tanto por sobres o por paquetes dependiendo de las posibilidades para cada caso. También se conoce como correo al servicio mediante el cual una empresa se encarga de repartir estos envíos a las personas que corresponda.

El correo se entiende como la necesidad de comunicación entre dos partes, que se encuentran distanciadas entre sí, y que se da mucho antes de la invención de la escritura y del papel. Durante varios años el correo, fue acaparado por pocos, esto por el coste del mismo, ya que muchas personas no tenían, capacidad para cubrir esos gastos, y por el tiempo que hacía en la entrega de estos, eran ocupados en casos muy necesarios, apenas cuando el sistema mejora, en lo que es el acortamiento de las distancias, los sistemas de comunicación son mucho más efectivos, los costos bajan y acapara una mayor parte de usuarios.

Actualmente, el correo se organiza de manera nacional, teniendo cada país su propio servicio postal en manos de empresas públicas y privadas que recorren todo el territorio y que pueden ofrecer diferentes posibilidades a sus clientes. El correo es hoy en día privado y a pesar de estar en manos del Estado, las personas deben pagar un mínimo impuesto que puede variar en arancel dependiendo del tipo de servicio adquirido.

En virtud de la tecnología, hoy en día se puede acceder a los correos desde una computadora, por medio del internet y estar en contacto con diferentes personas al mismo tiempo.

1.2.6.2 Courier

Este servicio se diferencia del correo un común, por las características que posee en el giro del negocio, estas innovaciones son; la velocidad para la entrega, la seguridad, la logística de entrega para que sea en el menor tiempo posible, también por la especialización y personalización del servicio, es por lo que se da el costo del servicio, ya que las empresas lo justifican por la calidad del servicio.

Las empresas de Courier, conjuntamente con el Tráfico Postal Internacional se definen como un régimen aduanero particular, con las siguientes características.

- Se dedican al transporte internacional de mercancías que no sean de prohibida importación o exportación.
- El monto máximo es USD 4000
- Son una modalidad de correos rápidos de bienes que deben sujetarse a las normas de control de la Superintendencia de Compañías
- No tienen capacidad reglamentaria para transportar dinero físico.

Empresa de mensajería o Courier es una empresa privada de transporte que dispone de vehículos de transporte, y de una red propia o franquicia, de centros concentración de la mercancía para luego se repartida por toda un territorio, desde los cuales tramita el envío y entrega de paquetes, cartas y documentos, que le son confiados por sus clientes con distintas tarifas, en función de la urgencia con que haga sus entregas, el tamaño y volumen de los envíos.

La garantía de entrega del producto, es el documento de la empresa de mensajería que firmamos cuando ésta nos hace llegar un paquete en nuestro domicilio, del cual nos deja una copia.

Esta garantía acredita que se nos ha hecho entrega de un paquete proveniente del vendedor.

Correos	Courier
----------------	----------------

Mensajería de artículos pequeños	<input type="checkbox"/>	
Productos de carácter sensibles al tiempo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Velocidad para entregar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
seguridad de entrega		<input type="checkbox"/>
Logística de entrega para que sea en el menor tiempo posible		<input type="checkbox"/>
Especialización y personalización del servicio		<input type="checkbox"/>
Red propia		<input type="checkbox"/>
Tamaño y volumen de los envíos		<input type="checkbox"/>
Urgencia con que haga sus entregas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Centros de concentración de la mercancía para luego sea repartida por todo el territorio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tabla 1. *Diferencias y similitudes entre Correo y Courier*
Fuente: *Elaboración del autor*

Algunas de las empresas de mensajería de mayor renombre son; SEUR, MRW, DHL, Boyacá, etc.

LAAR

Tiene el servicio de entrega puerta a puerta. Con tan solo llenar el formulario que le da se puede beneficiar del servicio de entrega en el país.

JCL

La oportunidad para poner a su consideración nuestros servicios y beneficios como empresa de distribución de correspondencia selecta, ya que sea fortalecida las bases modificando e innovando los factores que han sido necesarios para garantizar nuestro servicio.

1.2.7 Industrias Relacionadas Con El Courier

Las industrias que se dedican al tráfico de personas como las aerolíneas, los barcos y trenes son industrias fundamentales en este negocio ya que a través de ellos se hace el transporte de las mercaderías.

También las empresas publicas como la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE)⁴ y el Servicio de Rentas Internas (SRI)⁵ ya por la gran cantidad de mercancías, ellos regulan y se ven beneficiados por los tributos que se paga.

1.2.7.1 Empresas De Transporte

El éxito de las empresas que se dedican a esta actividad, está en la cooperación entre sí, puesto que para cubrir las necesidades del usuario, necesitan cubrir la mayor cantidad de las necesidades del usuario en todo el globo terrestre, a demás deben contar con amplios espacios para llegar gran cantidad de mercancía que se mueve diariamente por estos medios.

1.2.7.2 Marítimo

Este tipo de transporte se dedica básicamente a lo que es, carga pesada, productos que no son susceptibles a dañarse en poco tiempo, es lento, dando como resultado, también a productos que no son de suma urgencia, ventaja es que el coste es mucho más barato que el transportar por otros medios.

⁴ Corporación Aduanera del Ecuador (CAE): Institución gubernamental encargada del control de importación y exportación de mercaderías en el Ecuador.

⁵ Servicio de Rentas Internas (SRI): Sistema de recaudación tributaria del Ecuador.

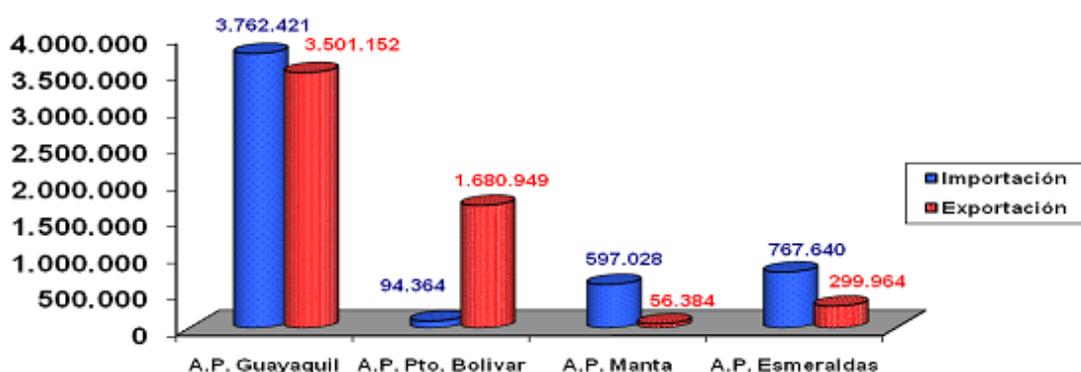
A lo largo de la historia en todos los países, las transacciones internacionales son un punto indispensable en el movimiento de la economía de un país, es así que en nuestro país durante varios años, nuestra economía se ha visto involucrada con el movimiento de la exportaciones que realizamos a otros países, de la venta de bienes o servicios.

La evolución que ha tenido nuestro país, en cuanto a importaciones y exportaciones son las siguientes; según los puertos con los que cuenta el Ecuador, así tenemos que el puerto más grande es el de Guayaquil, concentrándose en este punto el mayor movimiento de carga, entre los tres puertos estales (Manta, Puerto Bolívar y Esmeraldas) registran el 72% de las importaciones y el 63% de las exportaciones totales del país.

Las exportaciones entre los cuatro principales puertos, en el 2008, han sido las siguientes; 5221453 TM, en comparación al 2009, que tuvo un descenso de 212,627 TM

PUERTOS	TOTAL DE CARGA		PATICIPACION PORCENTUAL		NAVES ARRIVADAS
	Importation	Exportation	Importation	Exportation	
Autoridad Portuaria de Guayaquil	3.762.421	3.501.152	72%	63%	1.277
Autoridad Portuaria de Puerto de Bolívar	94.364	1.680.949	2%	30%	557
Autoridad Portuaria de Manta	597.028	56.384	11%	1%	241
Autoridad Portuaria de Esmeraldas	767.640	299.964	15%	5%	277
TOTAL	5.221.453	5.538.449	100%	100%	2.352

Tabla 2: Toneladas Métricas, Cantidades en Unidades y Porcentajes
Fuente: Autoridades Portuarias 2008



1.2.7.3 Principales Puertos

Puerto De Guayaquil

Es el puerto más importante que tiene el país, ya que en este puerto llega la mayor cantidad de mercancía del mundo, cuenta con niveles de operación modernos, como tienen puertos de grandes países, para dar al usuario el mejor servicio.

- Cuenta con óptimos servicios en beneficio de los usuarios.
- Tiene una gran eficiencia operacional.
- Agilidad en los trámites administrativos.
- Áreas portuarias conservadas en su ecosistema en excelentes condiciones bajo el lema, aguas limpias y aire puro.

Ubicación

El puerto de Guayaquil, se encuentra situado, en la costa occidental en América del Sur, a un costado del mar, en el Estero Salado.

Características y Muelles

Cuenta con una infraestructura moderna, para brindar un mejor servicio al usuario, tanto de las navieras como a los establecimientos que importan, a demás la manipulación con maquinaria sofisticada, para bajar la mercancía de la naviera y cuenta con bodegas para el almacenamiento de la mercancía.

Las características con las que cuenta el puerto son las siguientes:

- Área de 200 hectáreas.
- Una longitud total de 1.625 metros.

La misma que se encuentra distribuida de la siguiente manera:

Carga General

- Con cinco atracaderos.

- Con una longitud 925 metros.
- Ancho del delantal del muelle: 30 metros.
- Bodegas de primera línea: 4
- Bodegas de segunda línea: 20
- Bodegas de carga peligrosa: 4

Terminal de Contenedores

- Con tres atracaderos.
- Longitud de 555 metros.
- Ancho del delantal del muelle de 30 metros.
- Módulos de almacenamiento de contenedores.
- Bodegas para consolidación y des-consolidación de mercaderías.
- Grúa de pórtico de 40 toneladas.
- Terminales de contenedores.

Terminal De Carga General

- Un atracadero.
- Una longitud de 155 metros.
- Bodega de almacenamiento.
- Con tres silos de 6.000 toneladas cada uno.
- Sistema neumático para carga y descarga de gráneles

Carga Liquida Granel Melaza

- Área de almacenaje.
- Gran capacidad de almacenaje.
- Tanques metálicos de melaza.

Aceites Vegetales

- Capacidad de almacenaje.

Acceso

El acceso al puerto se lo realiza, por el Estero Salado, ya que cuenta con las características necesarias para realizar esta operación, con todas las facilidades que pueda brindar un puerto, tanto en magnitud, ancho, y con amplitud de marea que puede fácilmente a él.

El canal está sujeto a la acción de las mareas, por lo general cuenta con dos pleamares (marea alta) y dos bajamares (baja mareas) diarias, la mismas que son relativas. Cuenta con profundidades superiores a los 10,5 metros., respecto al mínimo nivel de bajamares y permitiendo una navegación rápida y segura, con un adecuado sistema de ayudas a la navegación. La tranquilidad de sus aguas y las excelentes condiciones meteorológicas del puerto garantizan su operatividad durante los 365 días del año.

Puerto De Esmeraldas

Ubicación

Se encuentra situación estratégicamente, para brindar el servicio a mercados básicamente Asiáticos y equidistantes, a mercados del Sur, Centro y Norte de América Latina, favorable para la actividad marítima portuaria. Cuenta con aguas profundas, permitiendo una gran maniobrabilidad y atraque, cuanta además con servicios de remolque.

Convirtiéndolo en un puerto de rápido traspaso de carga desde el mar a tierra, las veinte cuatro horas del día, los 365 días del año.

Servicios

Los servicios con los que cuenta, para el buen funcionamiento, tanto como para ponerlos en tierra, como para proceder a subir la mercancía al buque son los siguientes:

Desembarque

- Carga y descarga.

- Porteos.
- Transporte interno.
- Almacenamiento.
- Despachos.
- Inspecciones antinarcóicos.
- Aforos.
- Consolidación y des-consolidación.

Embarque

- Facilidades de acceso.
- Remolcadores.
- Practicaje.
- Muellaje.
- A bar loamiento.
- Abastecimiento de combustible.
- Suministros de provisiones.
- Suministro de energía eléctrica.
- Suministro de agua potable.
- Servicio de eliminación de desechos sólidos.

Al Pasaje

- Embarque y desembarque de pasajeros.
- Enlace de servicios de turísticos.
- Comunicaciones.

Las facilidades con las que cuenta para brindar un mejor servicio, a los usuarios es

- Una plataforma ubicada contigua al muelle marginal.
- Cuenta con 120 metros de longitud, delantal de 20 metros, y una profundidad de 5 metros.
- Una bodega para pale tizar banano.
- Una bodega para carga peligrosa.

- Aéreas pavimentadas, áreas reservadas para carga general.
- Balizamiento que facilita el arribo de las naves.
- Estación meteorológica y mareo gráfica.
- Servicios a la carga, al buque o de tipo complementarios a ambas, delegados al sector privado

Puerto De Manta

El Puerto de Manta cuenta con varias ventajas, como es el de encontrarse a 25 millas náuticas de la ruta internacional de tráfico marítimo, sin canales y con profundidades de 12 metros en la marea baja, permitiendo el ingreso, de navieras de gran magnitud, las 24 horas del día, los 365 días del año.

Además, la ciudad de Manta, tiene un aeropuerto internacional a menos de 5 kilómetros de las instalaciones portuarias, que cuenta con una de las mejores pistas de Sudamérica que permite el arribo de naves de gran tonelaje, como el Antonov. También cuenta con dos zonas francas, que aseguran la existencia de grandes extensiones de áreas de almacenaje, y que se ubican a pocos kilómetros del puerto, en las principales vías de acceso a la ciudad.

Puerto De Puerto Bolívar

Localizada en el borde este del Estero de Santa Rosa, frente a la isla de Jambelí, las bondades con las que cuenta este puerto para su funcionamiento, es instalaciones modernas, diseñadas para buques de hasta 20.000 toneladas de peso muerto. Las facilidades para acceder, como los servicios con los que cuenta para el almacenamiento de las mercaderías, hacen de este puerto interesante ya que cuenta con:

- Tres bodegas cubiertas con un área de 12.768 m²
- Un galpón para pale tizar banano
- Dos patios de almacenamiento con un área de 16.926 m²
- Cuenta con suficientes edificios administrativos y dependencias aduaneras.

El canal cuenta con boyas luminosas en la ruta de acceso al puerto, 4 millas boya de mar.

El servicio de practicaje para maniobras de entrada y salida de las naves, lo prestan los Operadores Portuarios de buques⁶

Principales Navieras⁷.

- Líneas Navieras.
- Alianca
- American President Lines Ltd.
- Antón Durbeck Gmbh
- Bbc Chartering & Logistics
- Bhp Marine International, Melbourne
- Carguill- Geneva
- CCNI
- Cma Cgm - Servicio Acsa

Hamburg Süd Ecuador s.a

Creada en 1974 la compañía CCT realizó su primer viaje desde EE.UU. hasta Manta con su nave roll-on/roll-off “Mar Caribe”. Siendo el primer paso en la nueva era, para el sistema de transportación ecuatoriana ya que con ello se inició el intermodalismo en el país.

En 1986, observando el incremento del movimiento de carga a través del Puerto de Guayaquil, iniciando arribos en este puerto combinando operaciones de naves ro-ro/lo-lo, descontinuando el servicio para Manta y estableciendo una oficina en Guayaquil.

⁶ Tomado de la MA

⁷ Tomado de la AMAC

En Enero del 2000, HSDG KB compró el servicio, con lo cual se adicionó a Crowley American Transport la representación de Aliança, Columbus Line y Hamburg Süd, dando como resultado una mayor apertura de destinos para América del Norte, Central y Sur, Europa, Oriente e Islas del Caribe.

American President Lines Ltd (APL)

Creada en mayo de 1998, se fundó APL del Ecuador S.A. como agente exclusivo de APL (American President Lines) en la República del Ecuador, es un miembro del Grupo NOL, empresa a nivel mundial que presta los servicios de transporte marítimo, logística, además de otros servicios relacionados.

Cuenta con más de 150 años de experiencia en el negocio naviero, goza de un reconocido liderazgo e innovación en el área del transporte marítimo, dispone de una flota de 76 buques contenedores que le permiten ofrecer una mayor frecuencia de embarques, como también tiempos de tránsito competitivos dentro de la más amplia gama de rutas como la Trans-Pacífico, la Trans-Atlántico, Latino América, Asia-Europa e Intra-Asia.

Tiene más de 450.000 contenedores para su cobertura a escala mundial, ofrece un servicio semanal desde y hacia el Puerto de Guayaquil y recalada en día fijo de la semana con trasbordo en Balboa, Panamá para todos sus movimientos marítimos: Estados Unidos, Lejano Oriente y Europa Norte.

1.2.7.4 Aerolíneas

Por estas empresas se puede utilizar para lo que es básicamente el transporte de mercancías que necesitan llegar mucho más rápido, en estas mercancías pueden ir lo que es productos de rápida descomposición, también lo es productos frescos y lo que son productos frágiles.

Otra de la ventaja de este tipo de transporte es que no se ve afectada por la zona geográfica ya que utiliza el cielo. Ya que es mucho más seguro y las mercancías sufren menos daños. Las desventajas de este tipo de transporte es el costo es mucho más elevado que el de otro tipo de transporte, además tiene una restricción de capacidad ya que la cabina es pequeña para objetos grandes.

Aeropuerto De Quito

El aeropuerto de Quito cuenta con modernas instalaciones y servicio, para dotar de todas las comodidades que permitan un despegue seguro y placentero, las obras principales con las que cuenta son de ampliación y modernización, además de optimizar los servicios aeroportuarios, a través de una nueva operadora, la Corporación Quipo S.A.

Control de líneas viudas y huérfanas

Líneas de Carga

- Air France
- Arroz Air
- Altas Air
- Centurión Air Cargo
- Cielos del Perú, Florida West
- Gemini, LAN Chile Cargo.
- AECA
- Líneas Aéreas Sudamericanas
- Martin Air
- UPS
- World Airways

Instalaciones y Servicios

El aeropuerto de Quito, ha tenido una gran evolución, para estar a la par con aeropuertos de renombre, implementando tecnología mundial, instalaciones modernas, servicios ágiles y eficientes.

Los pasajeros abordarán o descenderán de las naves, bajo techo, a través de cinco mangas telescópicas equipadas con lo último en tecnología y se movilizarán a tierra a través de un amplio corredor, recientemente construido, con todas las instalaciones necesarias para un adecuado flujo de personas.

El nuevo hall de arribo de pasajeros, cuenta con todos los servicios que se requieren para una atención ágil y eficiente. Se aumentó el número y la capacidad para las bandas de equipaje, así como los puestos de migración y filtros aduaneros.

Está conectado al corredor de mangas, por los puentes de embarque, gradas eléctricas y normales, a más de ascensor para personas con discapacidad. Dos salas de espera para que sus allegados pasen esos minutos de expectativa previos al reencuentro.

La seguridad de los usuarios del Mariscal Sucre, está garantizada a través del sistema computarizado, con circuito cerrado de televisión, mediante el cual se realiza la vigilancia permanente de todas las áreas del aeropuerto, ubicadas en puestos estratégicos del aeropuerto Mariscal Sucre, de las cuales cinco tienen un sistema móvil para vigilar grandes espacios.

La CORPAQ asumió la seguridad integral del aeropuerto con personal calificado.

Transporte y Circulación Interna

El parqueadero del Mariscal Sucre albergará a un mayor número de vehículos luego de que fue remodelado y ampliado. Usted puede guardar su auto con total seguridad

Capacidad anterior: 150 vehículos

Capacidad actual: 325 vehículos.

Si la alternativa es rentar un carro para su movilización, las oficinas que ofrecen estos servicios y el parque automotor están ubicadas al noreste del parqueadero central.

Hay un espacio para taxis frente al hall de llegada internacional, al igual que un espacio para buses de turismo que circularán por las vías destinadas exclusivamente para este fin⁸

Aeropuerto De Guayaquil

El aeropuerto de Guayaquil esta bajo la administración de la empresa TAGSA. La cual es una empresa privada, creada con el objetivo de administrar el Aeropuerto de Guayaquil. El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años, contados desde la fecha de inscripción de la escritura de constitución.

⁸ Tomado de la Corporación Quiport S.A. es la empresa encargada de la Administración del Aeropuerto del Distrito de Quito.

Nombre Oficial Del Aeropuerto

El nombre oficial es; Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo (José Joaquín de Olmedo International Airport)

Ubicación

El Aeropuerto de Guayaquil se encuentra dentro del perímetro urbano al Norte de la ciudad de Guayaquil.

Para dar un mejor servicio a los clientes con; autobuses y taxis que comunican al aeropuerto con la ciudad. Desde el aeropuerto existen varias líneas de autobuses que van hasta el centro de la ciudad y zonas aledañas. Todas las paradas están próximas a la terminal y las taxis prestan el servicio las 24 horas.

Cuentan con publicidad para el alquiler de coches de las compañías más reconocidas como son

- Carmax Rent a Car
- Avis, Budget, Hertz
- Localiza,
- Rentauto
- Seretur
- Expo Rent a Car

También ofrece el servicio de bancos, cajeros automáticos, casa de cambio de divisas, oficina de correo, salas vip y centro de negocios con salas de conferencia, telefonía celular, teléfonos públicos y acceso a Internet.

Cuenta con comodidades para discapacitados, estacionamiento para vehículos, también con varios hoteles cerca del aeropuerto.

LAN Chile.

Nosotros como alianza estratégica estaremos realizando con la aerolínea LAN CHILE, quien por cada kilo de paquetería que nosotros enviemos nos cobrarían \$2.70 lo que resulta factible y barato el costo para nuestra empresa. Y sobre todo con la garantía que la aerolínea nos ofrece. Es decir el servicio eficiente que nos va a brindar.

La empresa crea en Chile, por el comandante llamado Arturo Merino Benítez, que era de los servicios aéreos del ejercito, comenzó las operaciones el 5 de marzo del 1929, con el nombre de línea aeropostal Santiago-África, ya en 1932 cambia de nombre, llamándose este vez LAN Chile.

En 1994 LAN Chile, compra el 99.41% de las acciones de la aerolínea Ladeco de su mismo país, logrando acapara todo el servicio de carga de Chile. Posteriormente compraría la empresa Fast Air, es así como logra consolidarse en el mercado de carga.

En el 2000 LAN a ser párate de las aerolíneas Oneworkl, quien posteriormente opera en Ecuador a través de una filial.

1.3 Procedimiento Y Regulaciones.

1.3.1 Procedimientos De Importación

Estas empresas tienen la opción de ser ellos mismos los desaduanizadores, pero también pueden tercerizar este procedimiento, la mayoría de estas empresas lo hacen porque, les resulta mucho más fácil ya que no tiene que hacer una logística de entrega, pero para las Courier que hagan directamente estos son los procedimientos que deben seguir:

1.3.2 Requerimientos Legales.

Para la desaduanización de la mercadería como primer paso se debe estar registrado como un Agente Afianzado de Aduana y para esto se debe cumplir con los siguientes requisitos.

1.3.3 Obtención Del Registro Único De Contribuyente (Ruc)

Para la obtención de este documento se debe acudir al Servicio de Rentas Internas (SRI), en el cual se especificara cual va a ser el giro del negocio o también conocido como razón social.

Lo que se registra en el RUC es una suma de información relativa el contribuyente en las se destaca, su identificación, sus características fundamentales, la dirección y ubicación de los establecimientos donde realiza su actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo y las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas.

1.3.3.1 Los Requisitos Para Obtener El RUC Son Los Siguietes

Para inscribir o actualizar el RUC deberá acercarse a cualquier oficina del SRI portando los requisitos que sustenten la información a ingresar o actualizar, según el tipo de contribuyente, de acuerdo a los documentos adjuntos.

- Cedula
- Papeleta de votación
- Planilla de pago de servicios (agua, luz, teléfono)

1.3.4 Registro Del Importador

Se debe registrar como importador, ante la aduana de Ecuador, ingresando a la página: <http://www.aduana.gov.ec>, link OCE' s (operaciones de comercio exterior), menú: registró de datos. Una vez aprobado su registro se podrá acceder a los servicios que brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE)

Ingreso de datos del Operador de Co

Tipo de Operador: **AGENTE AFIANZADO DE ADUANA**

Sector: **Exportador**

Código SICE asignado: **0** Si es Maquiladora no tomar en cuenta este campo. Si es Importador o Exportador ingresar su RUC Vigente.

CLAVE DE ACCESO

Clave de Acceso temporal: La clave ingresada le servirá para acceder al SICE por primera vez.

Confirmación Clave de Acceso:

DATOS GENERALES

Tipo de Identificación: **RUC** Número RUC:

RAZON SOCIAL / APELLIDOS Y NOMBRES

DATOS LICENCIA PROFESIONAL

Fecha otorgamiento Licencia: **31** Fecha renovación Licencia: **31**

No. Resolución otorgamiento Licencia: No. Resolución renovación Licencia:

DATOS ACADÉMICOS

Título Profesional:

Nombre Universidad:

Año de graduación:

REPRESENTANTE LEGAL

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>

CONTACTO

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>

DIRECCION

OBSERVACIONES (Agentes Navieros deben detallar las Lineas con las que operan)

Ciudad: **ALAMOR** Teléfono 1: Teléfono 2: Fax:

E-mail:

PERSONAL AUTORIZADO A REALIZAR INTERCAMBIO ELECTRONICO DE DATOS

Agrega Autorizado

Primer Apellido	Segundo Apellido	Nombres	Cargo	Tipo de Documento	Nro. de Documento	Nro. Asociación	Nro. IESS	Fecha Activid
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	RUC	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/> 31

DATOS TÉCNICOS Y DE SISTEMAS

¿Cuanta con Infraestructura Tecnológica? Computador Pentium, conexión a Internet, etc.) SI NO

SOFTWARE DE GENERACION DE DATOS

Desarrollado por un proveedor Desarrollo Propio

NOMBRE DEL PROVEEDOR DEL SOFTWARE

TIPO DE LÍNEA AÉREA

IATA IATA SPL Código IATA:

Ilustración 1: Formato de registro del importador

Fuente: Corporación Aduanera del Ecuador

1. Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la declaración Andina de Valor (DAV), opción: administración, modificación de datos generales.
2. Una vez realizado los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo es necesario, determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos.

1.3.4.1 Requisitos Para Ser Exportador

Para que una persona pueda exportar productos a otros países, debe primero registrarse ante el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

- Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos.
- Exportaciones de cueros y pieles.

1.3.4.2 Procedimientos Para Exportar Desde El Ecuador

En todas las exportaciones se debe presentar la Declaración Única de Exportación, debe ser llenada, según la instrucciones que dice el manual de despacho de exportaciones donde se tramita las exportaciones.

Las exportaciones deben estar acompañadas de los siguientes documentos:

- Ruc de exportador.
- Factura comercial.
- Autorizaciones previas.
- Certificado de origen.
- Registro de exportador a través de la pagina web de la corporación aduanera
- Documento de transporte.

El trámite de una exportación al interior de la Aduna comprende dos fases, a) pre-embarque y b) pos-embarque.

Pre-embarque

Se inicia con la presentación del orden embarque, este documento comprende la intención de exportación, el exportador deberá transmitir por internet a la Corporación Aduanera del Ecuador la información sobre la exportación, utilizando para este punto el orden de embarque, la misma que está en la página web de la Aduana, la contiene los datos del exportador, descripción de la mercadería, cantidad, peso y factura provisional. Una vez que hayan aceptado la orden de embarque el exportador podrá movilizar, la carga al recinto Aduanero donde se registrara a zona primaria y luego embarcada la mercancía para su destino final.

Pos-embarque

Se presentara la declaración aduanera de exportación y posteriormente se realizará el embarque, luego de a ver ingresado la mercancía a la zona primaria, el exportador tiene un plazo de quince días hábiles para realizar la exportación.

En cuanto para la exportación de productos percibes, vía aeronáutica, de productos frescos, el plazo es de quince días hábiles, después de la fecha de fin de vigencia de la orden de embarque. Luego de los transportistas de carga tienen que enviar la información de los pedidos de carga para la exportación, con los respectivos documentos de transporte.

El SICE debe aprobar la declaración única de exportación con el manifiesto de carga, de ser aprobada, se enviara el mensaje de aprobación al exportador, con la firma en declaración única de exportación.

Debe estar numerada la declaración única del exportador, la cual el exportador deberá llevar ante el departamento de exportaciones del distrito, la cual salió la mercancía, los documentos que se debe presentar son:

- Declaración única de exportación.
- Orden de embarque.
- Facturas comerciales y definitivas.

- Originales de autorizaciones previas.
- Pago al CORPECUADOR, esta tasa para los exportadores de banano
- Pago a CORPEI

Para los siguientes casos es necesaria la intervención del agente afianzado de aduanas.

- Exportaciones del sector público.
- Regímenes especiales.

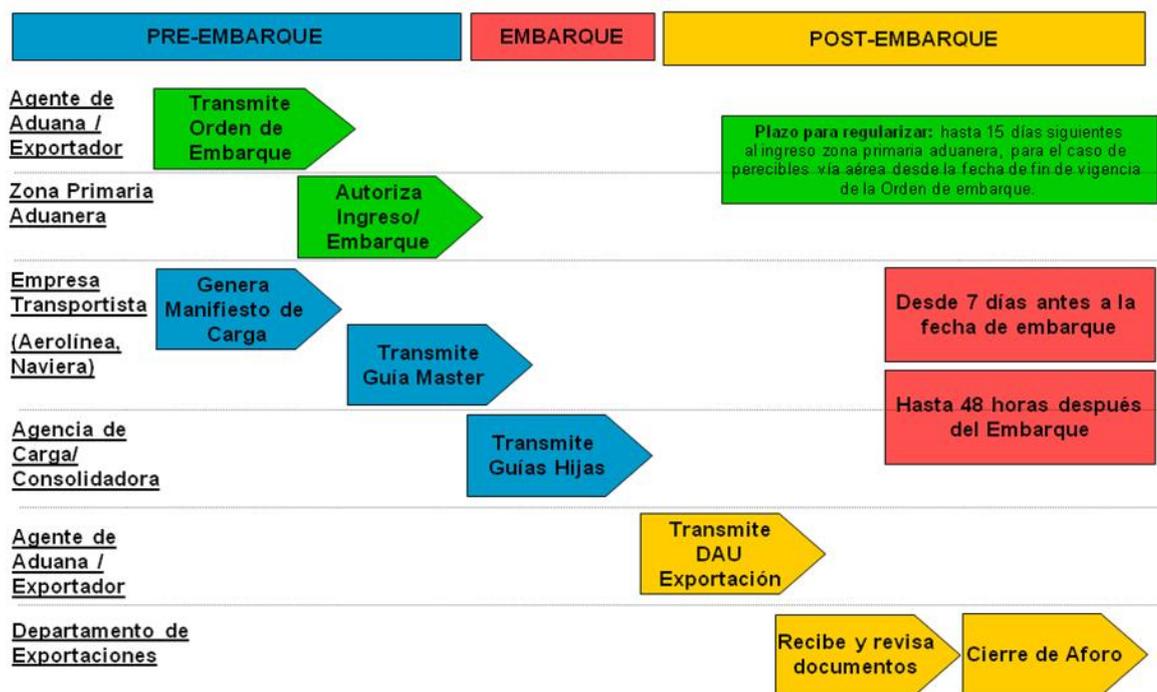


Ilustración 2: Procedimientos de Exportaciones.

Fuente: Corporación Aduanera de Ecuatoriana.

1.4 Normativa General

1.4.1 Marco Conceptual

Las empresas que se dedican a la actividad de Courier, y las de Trafico Postal Internacional se definen como un régimen aduanero particular o de excepción. La principal actividades de estas empresas es el transporte internacional de mercaderías que no sean prohibidas para la importación y exportación. El monto máximo es de USD 4000, con la modalidad de correos rápidos de bienes que deben sujetarse a las normas de control de la Superintendencia de Compañías y no tienen capacidad reglamentaria para transportar dinero físico.”⁹

1.4.2 Unión Postal Universal (Upu)¹⁰

Es el organismo máximo regulador que se encarga los servicios portales internacionales. El mismo que fue creado en Berna en 1874 y se adjunto al organismo de la ONU en 1947.

Su establecimiento esta Berna (Suiza), cuenta con alrededor de 250 empleados los cuales son de diferentes países.

- Prestar apoyo logístico y técnico a los órganos de la UPU.
- Servir como oficina de enlace de información y consulta.
- Promover la cooperación técnica entre los miembros de la unión.
- Aplicación de tecnología de postales a través de su centro de tecnología postal.
- Desarrollar nuevos mercados a través publicidad.
- Seguimiento de calidad del servicio a escala mundial.

A demás los coordinadores regionales deben fortalecer la capacidad de la oficina de la Oficina Internacional, con el fin de ayudar las obligaciones de los países en desarrollo de manera eficiente, también está a su cargo la supervisión de la planificación, preparación, ejecución y seguimiento de los proyectos de desarrollo postal en sus regiones.

Miembros

⁹ Corporación Aduanera Ecuatoriana.

¹⁰ Unión Postal Universal (UPU): organismo que se especializa en los servicios portales internacionalmente.

Está integrado por país que sea miembro de las Naciones Unidas, siempre y cuando su solicitud sea aprobada por lo menos dos tercios de los países miembros de la UPU, el cual cuenta con 191 países miembros.

Es financiamiento de esta organización, es a través la contribución de los países miembros, la cual al ingresar a la Unión, estos nuevos países, deben elegir una de las diez formas de contribución que van desde una a cincuenta unidades.

Una de las formas del aporte, es la que seda los países menos desarrollados. Y que en la actualidad hay cinco países con un máximo de 50 unidades de contribución, en cuanto al presupuesto anual debe ser igual o inferior al nivel de la inflación. Es el organismo que cuanta el menor presupuesto del sistema de la ONU, la misma que es de 37 millones de francos suizos.

Su principal actividad es promover y desarrollar la comunicación entre todos los pueblos del mundo a través de la promoción de la revitalización continua de los servicios postales.

Los objetivos son los siguientes:

- Promover el servicio postal universal
- Afianzar la organización y el mejoramiento de los servicios postales
- Aumentar el volumen del correo mediante el suministro de productos y servicios postales actualizados

- Mejorar la calidad del servicio postal
- Participar en la asistencia técnica postal que soliciten los países miembros y fomentar la colaboración internacional en materia postal
- Fijar tarifas, límites máximos y mínimos de peso y tamaño, así como las condiciones de aceptación de la correspondencia,
- Establecer reglamentos aplicables a la misma y de objetos cuyo transporte requiere precaución especial, como sustancias infecciosas y radioactivas

Autoridad

Este organismo está regido por el Congreso Postal Universal. Se reúnen cada cuatro años, con la participación de todos los países miembros. El próximo Congreso Postal Universal tendrá lugar en la capital de Qatarí de Doha.

Entre sus funciones esta:

- Regular y tener una logística.
- Establecer el límite presupuestario para los siguientes cuatro años.

Administración

Conformada por los 41 países miembros y reúnen cada año en Berna.

Entre sus funciones está la de:

- Vigilar el trabajo de la UPU.
- Revisar las actividades, según el reglamento tanto administrativamente como legal.

Esta área tiene a demás la facultad de aprobar las propuestas del Consejo de Exportación Postal, con el fin de reaccionar rápidamente a los cambios en el entorno de postal. Con autonomía para tomar medidas que considere necesarias en cuestiones urgentes.

Este Consejo también es responsable de promover y coordinar todos los aspectos de la asistencia técnica entre los países miembros.

Operaciones

Es la mente operativa y técnica de la UPU, conformado por 40 miembros, y es elegido en el Congreso, este organismo debe elegir a su presidente y deben reunirse anualmente en la sede en Berna. Dentro de sus funciones está el de:

- Modernizar los mensajes, actualizar los servicios y/o productos.
- Recomendar a los países miembros normas tecnológicas y operativas.

Consejero

Es el encargado de llevar al consejo los intereses de los operadores postales públicos, siendo el canal de dialogo efectivo, entre partes que no estén acuerdo, entre sus funciones está el de llevar al congreso una perspectiva más integral sobre los problemas que aquejan al sector, aumentando. Este consejo está integrado por las organizaciones no gubernamentales que representan a los clientes, los proveedores de servicios de entrega, los sindicatos de trabajadores, los proveedores de bienes y servicios para el sector postal.

Tecnología

Es el centro operativo de la Cooperativa Telematic, aquí se desarrolla la gama de una de las aplicaciones tecnológicas y soluciones de software para los países miembros, este aplica tecnología avanzada a las estructuras y equipamientos postales, asegurando así su eficiencia, es te dirige tres actividades principales:

La red mundial de comunicación electrónica permite a los operadores postales de correos para intercambiar mensajes estándar, este proporciona servicios de monitoreo y un sistema integrado de alerta para señalar los problemas, una pista y localización del sistema.

1.5 Regulaciones

Para el cumplimiento del presente reglamento, se establece las siguientes tasas:

- Tasa de postulación \$200,00.
- Tasa de inspección de establecimiento: \$500,00
- Tasa de Renovación: \$350.00.
- Tasa para el otorgamiento de credencial para Empleados de la Empresa autorizada que realice actividades dentro de la zona de Courier: \$50.00.
- Tasa de reposición de Credencial: \$50.00

1.5.1 Disposiciones Generales

Por disposición de la gerencia de CAE, tienen un plazo de máximo de doce meses para implementar o desarrollar herramientas informáticas con la finalidad de visualizar la transacciones, desde sistema informáticos de Correos del Ecuador, hacia el sistema de Comercio Exterior, de la CAE.

Las ciudades de Quito y Guayaquil, tienen el permiso, para tener los registros de los vehículos para el efecto, de Correos del Ecuador, para el retiro de carga de la primera zona, en la cual deberán constar los siguientes detalles

- Color de vehículos
- Número de placa del vehículo
- Número de identificación del vehículo
- Copia de la matrícula
- SÓAT vigente

1.5.2 Ley Orgánica De Aduana

La importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales, cuyo valor no exceda el límite que se establece en el Reglamento de la LOA, transportados por cualquier clase de correo, incluidos los denominados correos rápidos, se despacharán por la aduana mediante formalidades simplificadas.

1.5.3 Reglamento General A La LOA

- Restricción: no debe implicar el transporte de mercaderías de prohibida importación.
- La CAE llevará registro de las empresas dedicadas al tráfico postal internacional y correos rápidos y exigirá cumplimiento de los trámites aduaneros.

1.5.4 Reglamento CAE

- Garantía por USD 30.000 a favor de la CAE

- Prohibición de importar o exportar mercancías expresamente prohibidas por la legislación vigente.
- Prohibición de transportar dinero en efectivo. Se informará al CONSEP.

1.6 Tipo De Empresa A Crear

Nosotros elegimos este tipo de empresa, porque la responsabilidad es solo por el capital, porque se puede tener el control de la compañía, ya que para la venta de cualquier acción, se necesita el permiso de todos los socios, y porque para desarrollar una Courier está bien la creación de esta empresa.

1.6.1 Compañía Responsabilidad Limitada.

Según el Art. 92 es la compañía que se contrae entre dos o más personas, y que responden responde por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales. (Ver anexo 1)

Constitución De La Compañía De Responsabilidad Limitada

Según la Ley de Compañías, una empresa de responsabilidad limitada, para su constitución debe cumplir con ciertos requisitos como son; a) requisitos de fondo y requisitos de forma:

Los requisitos de fondo a su vez, se encuentran clasificados de dos maneras, requisitos generales y requisitos específicos, y los requisitos de forma.

Requisitos De Fondo

Los requisitos de fondo a su vez se dividen en: requisitos generales, capacidad, consentimiento, objeto lícito, causa lícita.

Requisitos Generales

- Capacidad
- Consentimiento
- objeto lícito
- causa lícita

Capacidad

Según el Artículo 98, de la Ley de Compañías, la capacidad se refiere, a que la persona que está yendo, a formar parte de la organización, tenga la capacidad de ejercicio.

Otra de las prohibiciones que tiene para formar parte del establecimiento, es que no deben ser padres e hijos emancipados, ni tampoco entre conyugues. Los bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro y compañías anónimas extranjeras tampoco pueden formar parte de este tipo de empresa

Consentimiento

Hace referencia a que la persona natural o jurídica, desea formar parte de esta compañía, por su propia voluntad mas no porque alguien le está forzando o amenazando, que sea parte de la organización.

Objeto licito

Se refiere a las actividades a las que baya a desarrollar deben ser licitas, ósea que no estén prohibidas por la ley, con la excepción que se hizo anteriormente que los banco, seguros, capitalización y ahorro no podrán formar parte de este tipo de empresa.

Según la Ley de Compañías, en el Art. 3, se deben cumplir con otros requisitos como son:

- El objeto no debe ser contrario al orden público.
- No debe ser contrario a las leyes mercantiles
- El objeto no debe ser contrario a las buenas costumbres.
- El objeto debe ser real
- El objeto debe ser de lícita negociación.
- El objeto no debe perseguir el monopolio de cualquier ramo de cualquier industria.
- El objeto social debe estas debidamente concretado.

Causa Lícita

Se refiere al motivo que le incito al contrato, pero en actos que no están prohibidas por la ley, que rige las buenas costumbres de nuestra sociedad.

Requisitos De Forma

Hace referencia a los pasos, que se debe seguir para constituir una compañía de responsabilidad limitada.

Escritura Pública

Según la legislación de nuestro país, las empresas pueden constituirse mediante escritura pública y mas no mediante documentos privados, como se da el caso en otros países.

Las personas que están aptas y reguladas para otorgar la escritura pública, según le Art. 137 de la Ley de Compañías, “la escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderados”¹¹. La misma que deberá contener:

a) Identidad de la compañía.

- La denominación con que va a funcionar la empresa, o la razón social.
- El plazo de duración de la empresa.
- Donde va a estar ubicada la empresa

b) Identidad de los socios.

Deberá en esta parte constar todos los nombres de los socios, el estado civil en el cual se encuentran para personas naturales, para las jurídicas la razón social, la nacionalidad y el domicilio.

c) Requisitos reales.

- El objeto social debidamente circunscrito
- El valor del capital social, en la conste el numero de las participaciones en las que estuvieren divididos y el valor nominal del mismo.

¹¹ Ley de Compañías: entidad regulatoria de compañías del Ecuador.

La indicación del número de participaciones que el socio suscribió y pago en número o especie, y la parte faltante que debe pagar, indicando el plazo y forma de pago.

Como va a funcionar la compañía, se refiere al nombramiento de la autoridades que representaran ante las instituciones que deben rendir cuentas o como a la sociedad.

Como parte de la constitución de la escritura pública debe hacerse, manifestar el certificado de depósito bancario, sobre el aporte bancario, con el propósito de hacer constar lo que cada socio a aportado, lo que debe, y como fue el aporte, los socios que han hecho el aporte, en especie deberán hacer constar la transferencia de dominio de los bienes aportados, a demás se debe hacer constar quiere son los representantes legales de la compañía

Para la aprobación de la escritura constitución, ante la Superintendencia de Compañías lo hará el gerente dentro de los treinta días de suscrito el contrato, en caso de no hace podrá pedir cualquier socio.

Para la aprobación de la constitución de la compañía, se debe presentar ante la Superintendencia de Compañías, los siguientes documentos.

- Tres copias notariadas de la escritura constitutiva.
- Certificado de afiliación a la Cámara de producción correspondientes.
- Solicitud con firma de abogado.
- Certificados de que los bienes muebles, que se aportan no están grabados, ante el Registro Mercantil, permiso de Ministerio de Obras Públicas.

El Superintendente podrá aprobar o negara según sea el caso la escritura pública, y el Tribuna de lo Contencioso Administrativo, confirmara la resolución de la Superintendencia de Compañías.

El Superintendente de Compañías, en la resolución en la que apruebe la constitución de la compañía, ordenara la publicación de un extracto de la escritura pública de constitución, la misma que será elaborada por la Superintendencia de Compañías y que deberá ser publicada por una sola vez, en uno de los diarios de mayor circulación en la ciudad de domicilio de la compañía.

La inscripción de la compañía en el Registro Mercantil, una vez que no haya habido oposición, en caso de que hubiere Registro Mercantil en ese cantón, se llevara al Registrador de la Propiedad.

Según el Art. 95 (Ex: 96) que habla de los socios el número mínimo para la constitución de la compañía será de dos y con un máximo de de quince, en caso de excederse de los quince socios, tendrá que disolverse o transformarse en otra clase de compañía.

1.7 Obligaciones Legales Del Courier

1.7.1 Reglamento Para El Tráfico Postal Internacional

Según el sistema de tráfico postal internacional de correos rápidos se encuentran amparados por la ley de modernización del Estado.

La misma que, toma en cuenta a las personas que desean prestar los servicios de despacho y recepción de envíos postales, regulando los requisitos, procedimientos especiales para la recepción y despacho, los mismos que difieren con las importaciones que se ejecutan en otros medios de transporte, por su naturaleza y por las distintas formalidades aduaneras que tienen que cumplirse.

1.7.2 Autorización Para El Funcionamiento

Para obtener la autorización de funcionamiento de las empresas dedicadas a operar en el servicio de expedición y recepción de correspondencia, paquetes postales o carga postal a través del tráfico postal internacional, estas empresas deben presentar en la Gerencia General de la CAE, la correspondiente solicitud en la que deberán constar los siguientes requisitos:

- Nombre y razón social de la empresa, con copia de la escritura de constitución debidamente registrada ante Notario Público;
 - Número del RUC.
 - Domicilio legal de la empresa en el país;
 - Nombramiento del Representante Legal o Apoderado, debidamente notariado
 - Registro del MOP y certificación del CONAM.
 - Clase del Servicio Postal que prestará a los usuarios: correspondencia, paquetes postales o carga postal.
-
- Distrito aduaneros y aeropuertos internacionales a través de los cuales se producirá el Ingreso y salida de los envíos postales.
 - Listado completo con los nombres, números y copia de la cédula de identidad de las personas que designe la empresa para actuar ante la aduana y su afiliación al Seguro Social.
 - Presentación de la garantía que se fije en función de la o las actividades autorizadas.
 - Registro o inscripción en la Asociación de Courier.

En su caso, individualización de los vehículos de transporte autorizados con que operará en el tráfico postal internacional

1.7.3 Procedimientos

Una vez que se haya iniciado el funcionamiento de las empresas de correos o Courier, debidamente autorizados, estos deben colocar etiquetas identificadoras en la correspondencia, paquetes postales o carga postal, consignando la siguiente información:

- Nombre y dirección completa del expedidor;
- Nombre y dirección completa del consignatario;

- Descripción y cantidad de la mercancía, y documentos de acompañamiento, en su caso
- Precio de la mercancía en dólares de los Estados Unidos o su equivalente en otras monedas; excepto en la correspondencia;
- Peso del paquete en kilos brutos;
- Número de guía o conocimiento de embarque; y,
- Marca y dispositivo de identificación de la empresa de correos o Courier.

La empresa de correos o Courier autorizada se encarga de la presentación a la aduana, almacenamiento, distribución y entrega de la correspondencia, paquete pequeño y paquete o carga postal, que reciban o expidan.

Las empresas de correos o Courier tienen la obligación de verificar las declaraciones de los paquetes o carga postal y adoptar las medidas que permita asegurar que los formularios respectivos sean llenados en origen o procedencia, en forma correcta y completa; caso contrario deben negarse a aceptar el pequeño paquete y el paquete o carga postal correspondiente.

En los envíos postales fraccionados, especialmente en los paquetes o carga postal con o sin fines comerciales, la empresa de correos o Courier debe informar al remitente la necesidad de adjuntar a cada envío los diferentes documentos de acompañamiento exigidos por la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento General así como del cumplimiento de las regulaciones establecidas por el país a la importación o exportación.

Las empresas de correos o Courier deben trimestralmente presentar a la Administración de Distrito de la jurisdicción, un informe con el listado consolidado con los pagos efectuados por ellos, correspondientes a los pequeños paquetes y paquetes o carga postal entregados a sus destinatarios, durante dicho periodo, de igual manera dichas empresas son responsables ante la Aduana por el pago de los tributos aduaneros que cause el ingreso o salida de los paquetes o carga postal, recibidos o expedidos por su intermedio; salvo cuando sean entregados para su almacenamiento temporal a otro concesionario autorizado o en bodegas de la aduana.

1.8 Permisos Y Limitaciones

Según el Art. 1. Las personas jurídicas que deseen obtener la autorización de la Corporación Aduanera Ecuatoriana para la prestación de este servicio deberán cumplir los siguientes requisitos

1.8.1 Autorizaciones

Las personas jurídicas solicitantes deberán presentar en la Secretaría General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana, los siguientes documentos:

- Solicitud de Autorización para brindar el servicio de tráfico postal internacional y correos rápidos o Courier dirigida al Gerente General de la Corporación Aduanera Ecuatoriana.
- Copia certificada de la escritura en donde conste el estatuto vigente de la empresa, en cuyo objeto social debe constar esta actividad.
- Copia certificada del nombramiento del Representante Legal de la empresa, actualizado e inscrito en el Registro Mercantil. Si se tratara de una empresa extranjera, adicionalmente debe demostrar que está domiciliada en el país.
- Listado del o los nombres comerciales con los que prestarán el servicio de correos rápidos o Courier
- Copia del Registro Único de Contribuyentes actualizado.
- Copia certificada de las declaraciones de impuesto a la renta de los dos últimos ejercicios económicos, en caso de aplicarse.
- Indicación de los aeropuertos internacionales a través de los cuales se producirá el ingreso y salida de los envíos postales.
- Copia del comprobante de pago de la tasa de postulación.
- Todos los demás que estén contemplados en la ley Orgánica de Aduanas y su reglamento General.

1.8.2 Clasificación De Los Paquetes

Los paquetes se clasifican en seis grupos, con el fin de poder cobrar las diferentes tasas, a demás con la finalidad de agilizar el trámite de los paquetes.

Categoría A

En esta categoría están los productos que como son: documentos, libros, cartas, postales, fotos, videos, etc., siempre que no vayan a ser usados para fines comerciales y que sean de lícita comercialización.

Categoría B

Son bultos que su peso sea menor o igual a los 4 kg y el valor del FOB sea menor o igual a US\$ 400,00 o el equivalente a otra moneda, siempre que no sea para fines comerciales.

Categoría C

En esta categoría estarán lo que son paquetes que no se excedan de los 50 kg, ni el valor del FOB de US\$2.000,00 o su equivalente en otra moneda. Cuando se trate de repuestos para la Industria, como son equipos médicos, medios de transporte, se podrá traer hasta lo que es el peso de 200 kg, claro está, de que el valor no debe superar los US\$ 2.000,00.

Categoría D

comprende lo que son prendas de vestir, confecciones, textiles y calzados, estas deben ser obligatoriamente declaradas esta categoría, y el peso no puede sobre pasar de los 20 kg y el valor tampoco puede sobre pasar de US\$ 2.000,00 y tampoco debe sobre pasar el equivalente al valor de otra moneda.

Categoría E

En cuanto a las medicinas sin fines comerciales, estos deben estar a nombre de una persona natural, también se incluyen lo que son aparatos ortopédicos, órganos, tejidos y células. Lo que es para equipos de urgencia o casos de emergencia, no se medirá lo que es peso ni valor, ni documentos de control o pago de impuestos. Para esto se requiere de la Declaración Aduanera Simplificada.

Categoría F

Bultos que contengan quipos de computación o accesorios, siempre que cumplan con la partida del capítulo 1 al 97 donde trata de los productos con arancel 0%, estos productos están exentos de peso y valor, por ser productos que van a ayudar con el enriquecimiento en la adquisición de conocimientos de los estudiantes, profesionales y cualquier otra persona.

Categoría	Descripción	Ad-Valorem	I.V.A.	Salvaguardia
Categoría A	Documentos impresos	0%	0%	No aplica
Categoría B	Menor o igual: 4kg. Y US\$400.00 FOB	0%	0%	No aplica
Categoría C	Menor o igual: 50 kg. Y US\$2.000,00 FOB	20%	12%	35%
Categoría D	Textiles y calzados menores o iguales a 20 Kg. Y US\$2.000,00 FOB	30%	12%	US\$ 12,00 por kilo neto
Categoría E	Medicinas sin fines comerciales equipos ortopédicos,	0%	12%	No aplica

	órganos y tejidos, etc.			
Categoría F	Libros y similares o equipos de computación y sus partes	0%	12%	30% o 35% según lo indicado en Anexo 1 de Resolución 466 del COMEXI

Tabla 3: *Categoría de paquetes*
Fuente: *Corporación Aduanera del Ecuador*

Consideraciones Importantes

Si usted va a recibir un paquete, tenga en cuenta que éste podrá pagar impuestos, o no, dependiendo del tipo de producto y de la categoría en la que se clasifique. Los posibles impuestos a pagar incluyen: Ad-Valorem (arancel cobrado a las mercancías), I.V.A. (Impuesto al Valor Agregado), I.C.E. (Impuesto a Consumos Especiales), Fodinfra (Fondo de Desarrollo para la Infancia), Salvaguardia.

La naturaleza del Régimen Particular o de Excepción Courier, incluye formalidades simplificadas y despacho ágil, siempre que la carga arribe cumpliendo con los requisitos establecidos y en condiciones normales que avalen este tratamiento.

No se podrán realizar envíos de paquetes o bultos mediante Correos Rápidos o Courier, que contengan dinero en efectivo o mercancías que estén prohibidas por la legislación ecuatoriana. Esto según la resolución N°. 182 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), www.carrex.gov.ec, link: Resoluciones.

- Todos los envíos realizados que constituyan muestras sin valor comercial, deberán venir claramente identificados como tal en la guía aérea o guía Courier, factura y producto.
- Las mercancías no aptas para el consumo humano, serán destruidas bajo supervisión del Distrito Aduanero.
- Para las categorías C, D, E y F; es imprescindible la presentación de la Factura Comercial. En caso de no tenerla, será necesaria una Declaración de Valor suscrita por el remitente.

- Para las categorías C y D, cuando las mercancías excedan las limitaciones de peso y valor, éstas deberán pagar todos los tributos y cumplir con todas las formalidades correspondientes a una importación común.
- Se permite el envío por Courier de ropa y calzado usado que no exceda de 4 kilos (8.8 libras) y cuatrocientos dólares americanos, (US\$ 400,001 precio FOB. Resolución W 452 del COMIXI).

2. CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos permitirá obtener un registro, análisis, interpretación y explicación de la información referente a mercados existentes o potenciales, establecer estrategias de marketing, nos permite facilitar una toma de decisiones que permita el éxito del negocio.

En este capítulo se analizara el servicio; en el que se tratara de la venta, logística, oferta, demanda, cliente, y el mercado en el que vamos a realizar la actividad comercial.

El objetivo de este capítulo es brindar un servicio de calidad que nos diferencie de la competencia, información que nos proporcione establecer mejores estrategias de mercado la misma que permita, ser un Courier diferente e innovador, capaz de satisfacer las necesidades del cliente.

Para el estudio de mercado se aplico la encuesta y la técnica de la observación para determinar, la aceptación de un nuevo Courier en la provincia del Azuay, ya que hoy en día la situación migratoria es cada vez mayor, por lo que nosotros consideramos la creación de un nuevo Courier por la demanda que este podría tener., el análisis y la interpretación de la encuesta se analizará en este capítulo.

En cuanto se refiere a la venta del servicio: es la acción más importante a desarrollarse dentro de la empresa, que debe estar respaldada con equipo de ventas que reflejen una calidad de servicio, ya que los mismos estarán en contacto directo con los clientes, los mismo que percibirán el tipo de servicio que les vamos a proporcionar y de eso dependerá el futuro de nuestro negocio.

2.1 Estadística

Para el estudio de mercado se realizaron dos encuestas tanto en Estados Unidos como en Ecuador, para saber la aceptación que tendrá nuestra empresa en el mercado, debido que en el mismo existen ya muchos y nosotros buscamos darle un valor agregado ser diferente a la competencia.

2.1.1 Tamaño De La Muestra

De acuerdo a datos de los diferentes medios y del INEC se dice que existe alrededor de 2'000.000 millones de ecuatorianos emigrantes en Estados Unidos, de los cuales el 44% son de la Provincia del Azuay, se extraerá una muestra la cual nos indicara el número de encuestas que se realizara en base a la siguiente fórmula:

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

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)880000}{(880000-1)0,05^2 + 1,96^2 (0,5)(0,5)}$$

N= 384 encuestas

De las 384 encuestas, nosotros realizamos 630 tanto en Ecuador como EEUU. Porque ahí es donde se encuentra el mayor numero de demanda y sobre todo para saber la aceptación que tendrá en el mercado.

2.2 Servicio

La actividad de nuestro negocio será la prestación de un servicio, con la elaboración de un plan de acción para implementarlo. El mismo que se convertirá en una herramienta importante para el desarrollo de nuestra empresa que necesita llegar a nuestros clientes sin importar el lugar en que se encuentren. Ya que estaremos ofreciendo el servicio de puerta a puerta con tarifas cómodas es de esta manera como MORLACOEXPRESS llegara sin mayores contratiempos, el servicio debe estar enfocado al servicio del cliente, darle gran importancia al mismo y ayudarlo en todo lo que necesita.

Ya que además contaremos con ciertos vehículos que nos permitirán el traslado de los paquetes lo cual nos garantizará la entrega de sus envíos siempre a tiempo. Además contaremos con tecnología adecuada para la comunicación en tiempo real entre las oficinas de Ecuador y Estados Unidos, lo cual facilita a todos nuestros clientes el seguimiento y confirmación de entrega de todos sus envíos

Para ello contaremos con un programa de capacitación permanente, el cual garantiza que nuestro personal, recurso humano se encuentre siempre actualizado con las últimas técnicas de atención al cliente brindándoles de esta manera:

- La garantía de un servicio rápido, eficiente y seguro.
- Las confirmaciones de entrega más rápidas y confiables.
- El sistema de soporte logístico más eficiente

A demás se proporcionara beneficios para nuestros clientes

- Proporción de una tarjeta con los números telefónicos de nuestros vendedores y ejecutivos las cuales se pueda llamar por llamar por alguna eventualidad en caso de no llegar los paquetes o para información de algún envío.
- Crear galardones para los mejores clientes
- Presentar al cliente la opción de decidir, la forma de pago: contado o crédito.
- La información y los requisitos requeridos para el envío le sean informados claramente al cliente, que no suceda que a última hora se le soliciten otros papeles o que se le descuenten cantidades adicionales de dinero sin previo aviso.
- Estudiar y analizar la cultura del cliente por sectores nos permitirá seleccionar personal, tanto para que contacte como para que atiendan al cliente con una cultura similar a la suya.
- El contacto con el cliente debe ser personalizado, la empresa interesarse en el cliente especialmente cuando este no tenga dinero.

Estas normas nos permitirá que el servicio sea eficaz y que el cliente perciba un servicio de calidad.

2.2.1 Servicio De Post- Venta

Es importante que después de la venta del servicio se siga teniendo contacto con el cliente, porque fortalecerá la relación empresa cliente y este recurrirá a la recompra, por lo que es importante establecer.

Políticas De Post - Venta

- Enviar cartas dándole la bienvenida al nuevo cliente.
- Realizar un seguimiento constante a nuestros clientes utilizando ciertas técnicas de investigación: como encuestas verbales o escritas sobre la calidad del servicio, la satisfacción de sus necesidades y las nuevas exigencias.
- Mantener contacto permanente tanto con el cliente como con los responsables de atenderlos, y llamar al cliente en su fecha de cumpleaños.

Es importante que estas políticas se difundan a todo el personal no solamente archivar en papeles la comunicación a toda la empresa nos permitirá que estas políticas, sean beneficiosas para el negocio.

2.2.2 Métodos Para Recolección De Quejas Y Reclamos

Hoy en día todas las empresas de servicios o cualquier otra actividad comercial cuentan con un método para recolección de quejas y reclamos el mismo que proporciona información sobre la forma de atención al cliente y para poder determinar si el servicio satisfizo su necesidad.

- Buzón de quejas, se contara con un buzón en la entrada de las oficinas.
- Buzón de voz, el mismo que les permitirá grabar la queja del cliente, en caso de que el cliente no sepa leer ni escribir.
- Consulta por internet, e mail

Estos sistemas requieren una constante motivación al cliente externo e interno, ya que el cliente externo piensa que si se queja ya no le atenderán más y el interno que si se queja perderá su trabajo. Es importante la participación de todos clientes y empresa, toda queja recibida en forma personal verbal será agradecida y felicitada, las recibidas en forma escrita o que tienen gran impacto deben ser premiadas, con un descuento en el precio de sus envíos.

Base De Datos De Las Quejas

Para poder mejorar el servicio en base a las quejas y reclamos es importante contar con una base de datos que nos permita tener información de cada uno de los clientes con sus quejas. Los mismos que nos permitirá dar solución y mejorar el problema existente dentro de la empresa

Esta base de datos deberá contener:

- El nombre, dirección y teléfonos del cliente.
- Servicio que requirió, la forma como lo atendieron.
- Queja o reclamo, detallar el problema que encontró
- Comentarios de la persona que lo atendió
- Acción propuesta, lo que al cliente le permitiría solucionar el problema
- Prioridad dar importancia al problema esta puede ser: alta, media o baja, ya que toda queja debe ser tomada en cuenta
- El departamento en donde se produjo el problema.

La información que se obtendrá con estos puntos nos permitirá analizar el impacto del problema a solucionar, tomar la mejor acción correctiva es decir el plan para resolver el problema y una acción preventiva para prevenir que no existan más quejas ni reclamos.

2.2.3 Estrategias De Un Buen Servicio

Nosotros como empresa nos estamos enfocando en la satisfacción del cliente, es por ello que aplicamos dos estrategias importantes que en una empresa de servicio de existir:

Atención Al Cliente

Todas las personas que trabajemos en MORLACOEXPRESS, buscaremos la satisfacción del cliente, ya que ellos compran un buen servicio y buena atención además de la calidad y precio.

La relación del servicio al cliente será:

- Contacto cara a cara
- Relación con el cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos

Brindar un buen servicio no alcanza, si el cliente no lo percibe. Para ello debemos tener presente los siguientes aspectos que la empresa brindará:

La Comunicación Efectiva

El propósito de las comunicaciones efectivas es proporcionar información de manera favorable sobre los servicios que vamos a brindar, con el fin de motivar a nuestros futuros clientes para que accedan a este servicio y para informales el sistema a seguir.

Cuando nos comunicamos con alguien no solamente emitimos un mensaje, también recibimos una respuesta, por lo que se genera una comunicación. Todo ello se realiza con palabras, gestos, pensamientos y sentimientos.

Es por ello que nosotros debemos saludar al cliente con calidez. Esto hará que el cliente se sienta bienvenido.

- Ser precisos
- responde darles la mayor información posible sobre los días en que se envía los paquetes, los días de entrega, las formas de pago y si existen cargos adicionales
- Pensar antes de hablar Cuanto más sepamos acerca del cliente, mejor lo vamos a atender. Pensar en lo que se va a decir antes de comenzar a hablar nos dará la posibilidad de transmitir nuestro mensaje.

Por lo que la comunicación es la única forma de hacer conocer la ventaja de la empresa en relación a sus competidores. Es la que permite ocupar un lugar en la mente del consumidor y que el nombre de nuestra empresa llegue a posicionarse en todo la provincia del Azuay.

Además lo que debemos tener presente es que un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas, la publicidad ya que atraerá nuevos clientes.

2.2.4 Características Del Servicio

- Rápido
- Efectivo
- Puntual

2.2.5 Componentes Del Servicio

Calidad del servicio

Los paquetes que estén para ser enviados, serán revisados antes de empaquetarles en presencia del emisor y después no serán modificados.

Variedad del servicio

La empresa como se menciona anterior mente podrá enviar: medicina, documentos, cartas, comida, etc.

Características del servicio

Los paquetes que van a ser enviados deben ser libres de sustancias químicas, que puedan alterar un buen servicio

Disponibilidad

- Horarios en Estados Unidos

De lunes a domingo desde las 8h00 a 16h00.

- Horarios en Ecuador

De lunes a sábado desde las 8 h00 hasta las 18h00.

Tiempo de respuesta

La mercadería llegara en tres días.

Tiempo de entrega

Al momento de tener la mercadería se llamara al beneficiado para hacer su entrega.

Diagrama del servicio

SERVICIO ECUADOR – EEUU

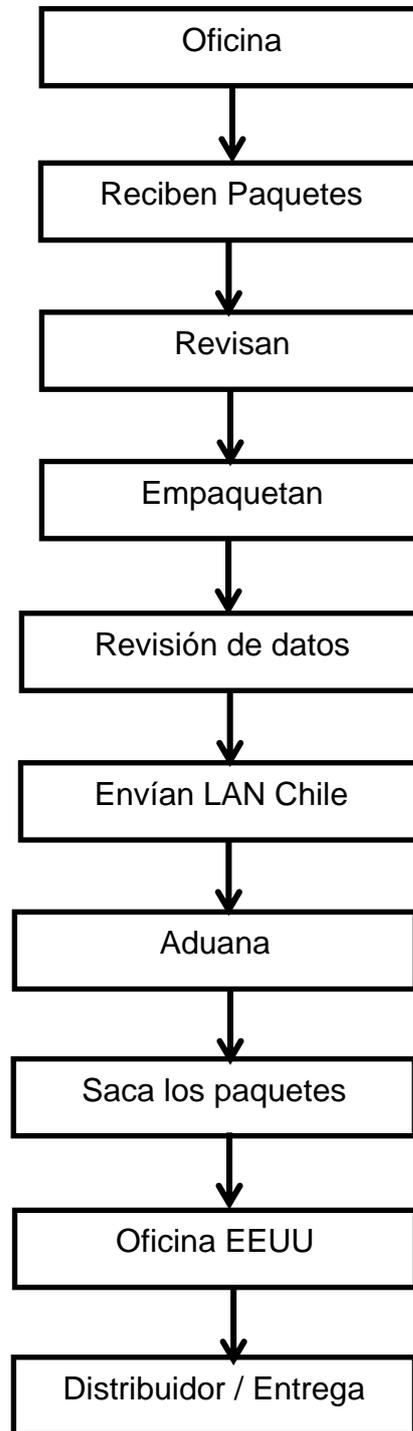


Diagrama 1: Servicio Ecuador – EEUU

Fuente: Elaboración del Autor

SERVICIO EEUU - ECUADOR

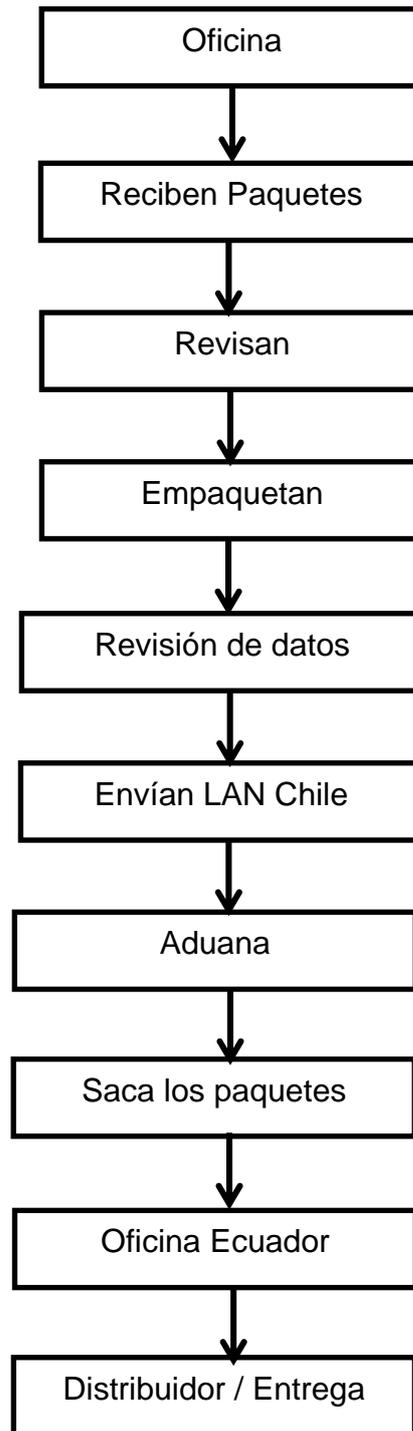


Diagrama 2: Servicio EEUU – Ecuador
Fuente: Elaboración del Autor

2.3 Cliente

Para definir el perfil del cliente nos basamos en las preguntas anteriores definiéndose que en la actualidad el 44% de las personas entre el Azuay y Cañar han salido del Ecuador por lo que nuestro servicio está enfocado a los migrantes y los familiares, que residen en LONG ISLAND MONTAUK. Ya que necesitan estar comunicados enviarse regalos, detalles que mantengan la armonía familiar, por lo que buscan un medio para realizarlo. Es por ello que estas personas son importantes para nosotros. Realizaremos una base de datos con todos nuestros clientes habiendo una relación directa tanto con los clientes de Ecuador como de Estados Unidos.

Por que el objetivo de contar con el perfil del cliente ideal, es para convertirles en clientes rentables. Para ello se hizo a través de un Brainstorming (lluvia de ideas) para construir el perfil ideal.

2.3.1 Especificación De Nuestra Población Objetivo

Genero

Este tipo de servicio lo realizan hombres y mujeres. Pero en especial de Ecuador a Estados Unidos lo realizan las mujeres, sean esposas, madres, e hijas.

De acuerdo a una investigación visual que se realizo en Estados Unidos, se pudo captar que la afluencia de personas es de género masculino.

Edad

De acuerdo a la técnica de observación se determino que las personas que se encuentran fuera del país, en cuanto a los hombres van de los 18 a los 60 años y en cuanto a las mujer desde los 15 a 57 años. Por lo que se determino este siguiente rango de edades:

Hombres	Mujeres
18-25	15-22
25-32	22-29
32-39	29-36
39-46	36-43
46-53	43-50
53-60	50-57

Tabla 4: *Edad promedio de los migrantes*
Fuente: *Elaboración del autor*

Nivel De Ingresos

Basándonos en la técnica de observación, tanto en Estados Unidos como en Ecuador se determinó un nivel de ingresos para las personas que requieren de este servicio, que se presenta detallado en siguiente cuadro:

Descripción	Hora	Semanal	Mensual	Anual
Constructores	19,5	936	3744	44928
Jardineros	16,8	806,4	3225,6	38707,2
Carpinteros	19,88	954,24	3816,96	45803,52
Meseros	18	864	3456	41472
Camareros	20,5	984	3936	47232

Tabla 5: *Sueldo de los migrantes*
Fuente: *Elaboración del autor*

Nivel De Ingresos Ecuador

Envío semanal	Envío Mensual
100	400
150	600
200	800
250	1000
TOTAL	2800

Tabla 6: *Ingresos de familiares de los migrantes*
Fuente: *Elaboración del autor*

Lugar De Residencia Estados Unidos

En el siguiente mapa se podrá visualizar en que parte de los EEUU va estar MORLACOEXPRESS



Grafico 2: Mapa de EEUU Long Islan, Montauck

Fuente: Google imagines'

Lugar De Residencia Ecuador

La matriz se ubicara en la parroquia de Sayausi, enfocándonos en la apertura de sucursales en lugares fuera de la ciudad donde existe un nivel mayor de migración.



Grafico 3: Mapa de las parroquias rurales de Cuenca

Fuente: google imágenes

Rama De Actividad

En la que va estar involucrada nuestra empresa sera el envio y recepcion de paquetes, desde el Ecuador hacia Estados Unidos y viceversa.

Sexo

En base a la técnica de observación se definió que los hombres y mujeres mayores de 18 años de edad pueden acceder a este servicio.

Nivel Profesional

Nuestra empresa está enfocada a migrantes y sus familias, no requiere un nivel profesional. Simplemente se quiere ofrecer un servicio que satisfaga las necesidades de los clientes.

Transporte – Aerolínea LAN Chile

Nosotros como alianza estratégica estaremos trabajando con empresa FOUR OAKS, quienes están trabajando con la aerolínea LAN CHILE, por el servicio y la garantía que ofrece al entregar la mercadería, a mas que el costo es muy conveniente y factible para nosotros que estamos por empezar en este tipo de negocio. Siendo el costo \$ 2.70 por cada kilo de paquetes que enviemos. En el 2003, LAN comienza a operar en Ecuador a través de una nueva filial creada especialmente para ello.

2.4 Mercado Objetivo

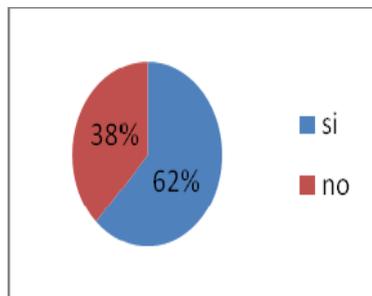
Nuestra empresa se va enfocar en las personas que residen en Estados Unidos Long Island Montauk y sus familiares que residen en Ecuador, en la provincia del Azuay. Porque ahí es donde gira más dinero y paquetes.

Para la empresa de Courier MORLACO EXPRESS que nosotros vamos a formar, considerando que nuestra prioridad es el cliente que es nuestro mayor consumidor. Teniendo presente que el servicio es algo más allá de la amabilidad y de la gentileza. El servicio es un valor agregado para el cliente, y en ese campo el cliente es cada vez más exigente.

2.5 Tabulación Ecuador

1. Enviar

Si	204
No	126

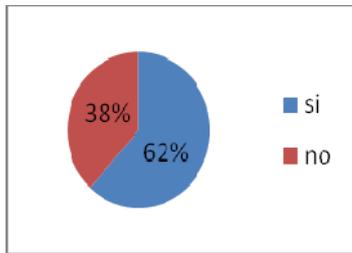


De las 330 encuestas realizadas el 62% envían paquetes a Estados Unidos mientras que el 38% no lo realizan.

2. Recibe

Si	204
----	-----

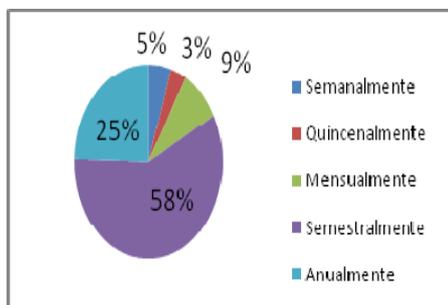
No	126
----	-----



De las 330 encuestas realizadas el 62% reciben paquetes de Estados Unidos mientras que el 38% no lo reciben.

3. Frecuencia

Semanalmente	10
Quincenalmente	7
Mensualmente	18
Semestralmente	119
Anualmente	50

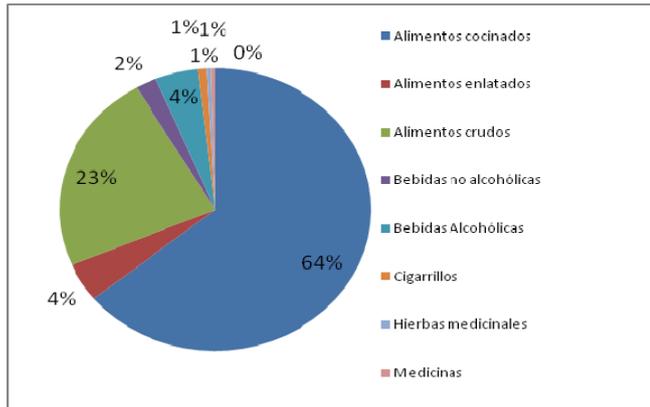


De 330 encuestas realizadas el 58% se realiza semestralmente, mientras que el 25% es anualmente, 9% mensual, 5% semanal y 3% quincenalmente

4. Tipo De Envio

Alimentos cocinados	145
Alimentos enlatados	52

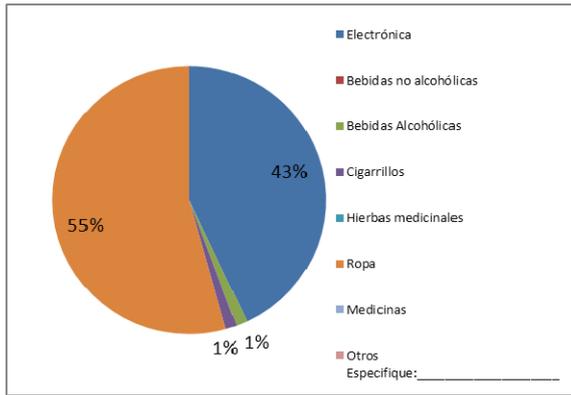
Alimentos crudos	10
Bebidas no alcohólicas	5
Bebidas Alcohólicas	10
Cigarrillos	2
Hierbas medicinales	1
Medicinas	1



De acuerdo a las 330 encuestas realizadas lo que predominan es el 64% en alimentos cocinados y 23% de alimentos crudos.

5. Tipo De Recepcion

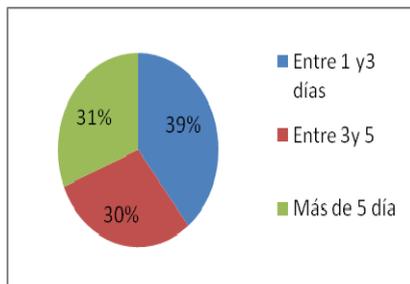
Electrónica	99
Bebidas no alcohólicas	
Bebidas Alcohólicas	3
Cigarrillos	3
Hierbas medicinales	
Ropa	125
Medicinas	



De las 330 encuestas realizadas el 55% recibe ropa de sus familiares que residen en Estados Unidos, mientras que el 43% lo recibe en electronica (celulares, laptop)

6. Tiempo

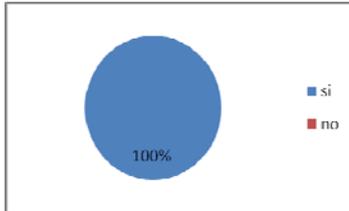
Entre 1 y3 días	73
Entre 3y 5 días	55
Más de 5 día	58



De las 330 encuestas realizadas el 39% reciben los paquetes de 1 a 3 dias, mientras que el 31% en mas de cinco dias y el 30% entre tres y cinco dias.

7. entrega

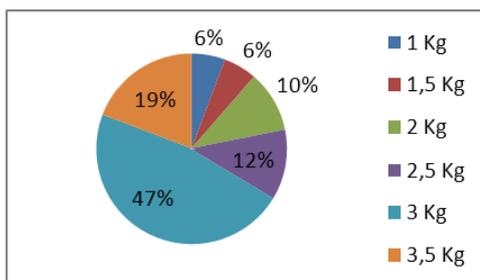
Si	204
No	



De las 330 encuestas realizadas todas las personas desean que se les entreguen a domicilio, los paquetes seran entregdos de puerta a puerta.

8. Peso

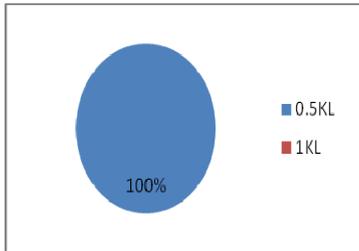
1 Kg	13
1,5 Kg	13
2 Kg	24
2,5 Kg	27
3 Kg	108
3,5 Kg	44



De las 330 encuestas realizadas el peso que envian en paquetes es de 3kg que representan el 47% seguido 19% que son de 3.5 kg y el 12% de 2.5kg .

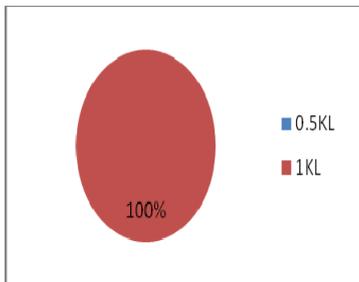
9. Pagar

Documentos



En los documentos es el 100% al precio de \$2.50 a \$3.00, ya que es el precio más económico.

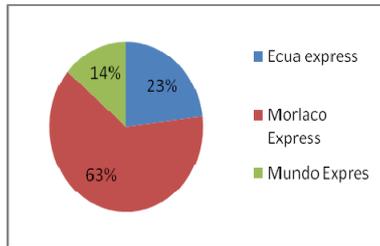
Paquetes



En paquetes es el 100% al precio de \$4 a \$5, considerando obviamente que el precio es el más económico.

10. razon social

Ecua Express	47
Morlaco Express	129

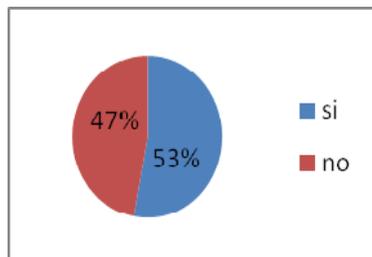


De las 330 encuestas realizadas el nombre que llevara el Courier es Morlaco express con un 63% de aceptacion, mientras que el 23% es Ecuexpress y el 14% es Mundo express

2.6 Tabulación Estados Unidos

1. Enviar

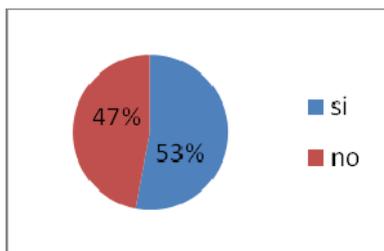
Si	174
No	156



De las 330 encuestas realizadas el 53% envían paquetes a Ecuador mientras que el 47% no lo realizan, debido al factor tiempo, ya que la mayoría de ellos trabajan 7 días a la semana.

2. Reciben

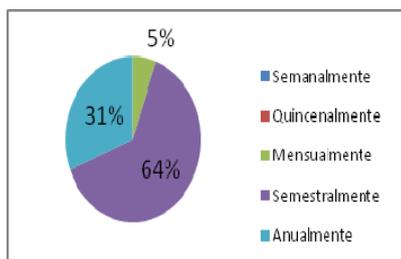
Si	174
No	156



De las 330 encuestas realizadas el 53% reciben paquetes de Estados Unidos mientras que el 47 % no lo reciben. Debido obviamente al factor tiempo

3. Frecuencia

Semanalmente	
Quincenalmente	
Mensualmente	10
Semestralmente	115
Anualmente	56

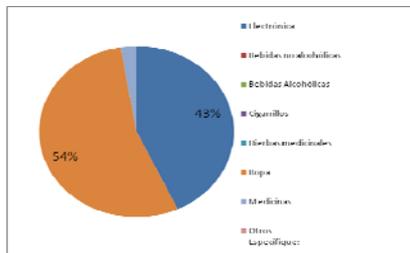


De 330 encuestas realizadas el 64% realizan envíos semestralmente, mientras que el 31% lo realizan anualmente, y el 5% mensual.

4. Tipo De Envío

Electrónica	99
Bebidas no alcohólicas	
Bebidas Alcohólicas	
Cigarrillos	
Hierbas medicinales	

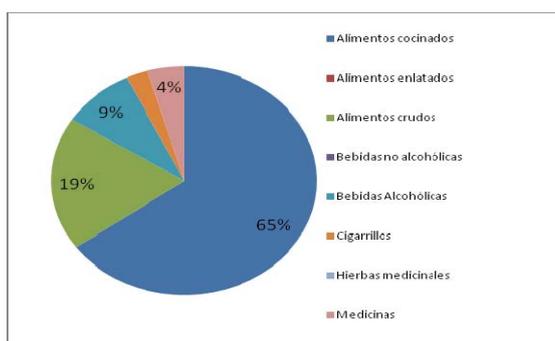
Ropa	125
Medicinas	6



De las 330 encuestas realizadas lo que los migrantes envían a sus familiares es 54% en ropa y el 43% en equipos electrónicos.

5. Tipo De Recepcion

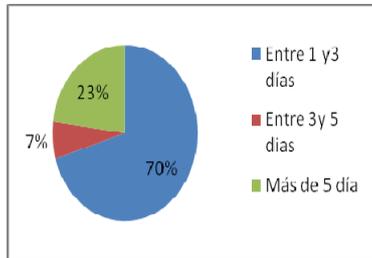
Alimentos cocinados	146
Alimentos enlatados	
Alimentos crudos	42
Bebidas no alcohólicas	
Bebidas Alcohólicas	20
Cigarrillos	8
Hierbas medicinales	
Medicinas	10



De acuerdo a las 330 encuestas realizadas lo que los migrantes reciben de sus familiares es el 65% en alimentos cocinados, 19% alimentos crudos y el 9% bebidas alcohólicas

6. Tiempo

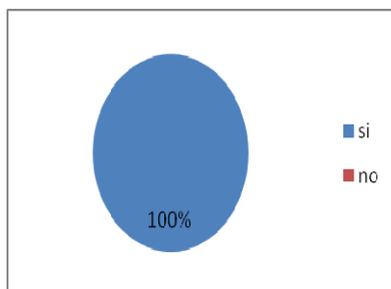
Entre 1 y3 días	123
Entre 3y 5 días	12
Más de 5 días	40



De las 330 encuestas realizadas el 70% recibe sus paquetes en 3 días, mientras que el 23% en mas de 5 días y el 7% entre 3 y 5 días.

7. Entrega

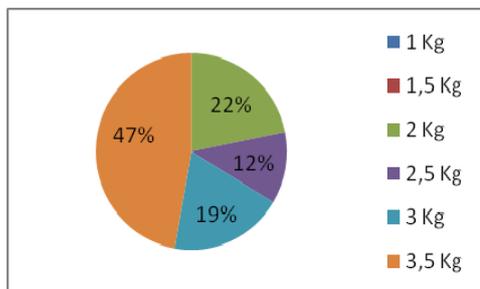
Si	174
No	



De las 330 encuestas realizadas todas las personas desean que se les entregue los paquetes de puerta a puerta para de esta manera evitar contratiempos a la hora de retirar los paquetes de la oficina.

8. Peso

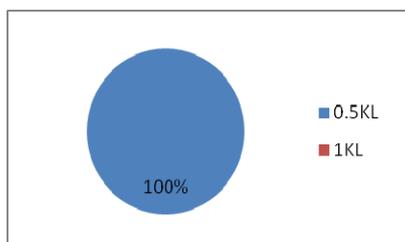
1 Kg	
1,5 Kg	
2 Kg	50
2,5 Kg	27
3 Kg	44
3,5 Kg	108



De acuerdo a las 330 encuestas realizadas el peso en paquetes que mas es enviado es el 47% en 3.5 kg, el 22% es de 2kg, el 19% en 3kg y mientras que el 12% lo realizan en 2.5kg

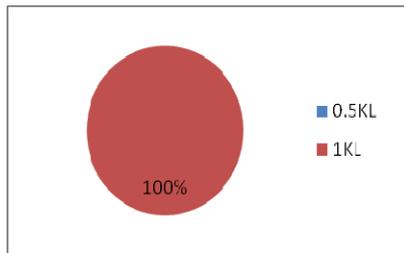
9. Pagar

Documentos



En los documentos es el 100% al precio de \$ 30 a \$35 ya que es el precio mas economico.

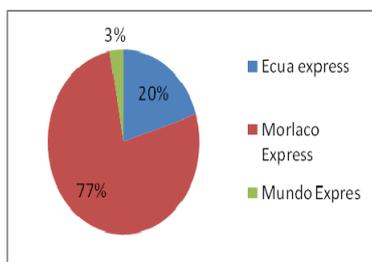
Paquetes



En paquetes es el 100% al precio de \$40 a \$45, considerando obviamente que el precio es el mas economico.

10. Razon Social

Ecu Express	35
Morlaco Express	134
Mundo Express	5



De las 330 encuestas realizadas el nombre que llevara el Courier es Morlaco express con un 77% de aceptacion, mientras que el 20% opto por Ecu express y el 3% prefirieron Mundo Express.

2.7 Demanda

El uso de investigación de mercados no elimina ni puede eliminar riesgos de oportunidades, pero si utilizamos inteligentemente se puede reducir el riesgo y señalar el grado de probabilidades de las varias posibilidades de oportunidad. Los mercados son cada vez más competitivos y el éxito está en hacer inversiones cada vez más elevadas y aplicar innovaciones atractivas para el cliente. Es por ello que nosotros realizamos dos encuestas tanto en Ecuador como en Estados Unidos para saber el nivel de aceptación que tendrá la apertura de un nuevo Courier en el mercado.

Demanda Ecuador

De los resultados obtenidos en la encuesta se determino que el 62% de la población Azuaya enviará paquetes por nuestro Courier hacia Estados Unidos.

Demanda Estados Unidos

En el lugar que residen los Migrantes Long Island Montauk, de las encuestas que se realizo el 53% representa la población que enviara paquetes por nuestro Courier hacia Ecuador.

2.8 Oferta Ecuador

En economía, oferta se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio dado en un momento determinado. Está determinada por factores como el precio del capital, la mano de obra y la mezcla óptima de los recursos mencionados, entre otros.

Básicamente para determinar la oferta, además de ciertas características principales se debe considerar:

- **Costos reales:** que es el costo real de la producción de cualquier bien o servicio, la alternativa a la que hay que renunciar.

- Ley de costos crecientes: este nos permitirá determinar una escala de producción, es decir determinar el costo fijo; es el costo de los factores de producción cuya cantidad no varía con el mismo número de envíos. el costo variable; es el costos de factores de producción cuya cantidad varia con el numero de envíos. y finalmente el costo final por cada envío; que es la suma del costo fijo mas el costo variable.

Para averiguar la oferta total de un determinado servicio a distintos precios habrá que sumar la oferta de las distintas empresas que brindan un mismo servicio. Esto nos permitirá obtener una curva de oferta total, que se analizara en el capítulo III con la información obtenida en el desarrollo de este capítulo.

2.8.1 Competencia

Análisis de una de las principales competencias que tendrá nuestra empresa.

Corporaciones Unidas

“Corporaciones Unidas cuenta con alrededor de 40 agencias en Ecuador y cerca de 30 en los Estados Unidos, a pesar de ser una empresa joven se encuentra ubicada en uno de los sitios preponderantes entre los Courier de nuestro país.

Nuestro deseo es cubrir todas sus necesidades, para ello contamos con tecnología de punta y excelente calidad humana, siendo ésta la razón por la que nuestros clientes prefieren nuestros servicios.

Historia.- Corporaciones Unidas se inicio en diciembre de 1999, bajo la dirección de un joven trabajador, dinámico y emprendedor inmigrante en los Estados Unidos de América, quien no descanso ni escatimo esfuerzo alguno para entregar un servicio de calidad a sus queridos compatriotas que residen en el exterior.

Visión: “Nuestra visión es ser una empresa líder a nivel Nacional e Internacional, encargada de llevar las encomiendas y pagar giros al instante”.

Misión: “La misión de nuestra empresa es brindar un servicio de calidad, con responsabilidad, rapidez en el servicio y entrega inmediata de sus encomiendas y giros. Nuestro lema es "**Agilidad en el servicio, responsabilidad en la entrega**”³.

Características De Nuestra Competencia

Paquetes

Corporaciones Unidas le ofrece el envío de sobres, paquetes y carga entre Ecuador y Estados Unidos. Los días de envíos desde Ecuador hacia los Estados Unidos son: martes, jueves y sábado. Sus familiares recibirán los paquetes en 2 días laborables.

Los envíos desde los Estados Unidos llegan a Ecuador entre 4 y 6 días hábiles y documentos Express en 2 días hábiles.

Artículos De Envío

- Comida típica
- Productos elaborados en nuestro país
- Documentos
- Productos naturales
- Ropa
- Zapatos

^{12 3}www.corporacionesunidad.com;26/09/2010;14h00.

- Artículos Electrónicos
- Computado

Precios

Los precios de corporaciones unidas, están establecidas de acuerdo al peso, siendo el de una libra \$3.50, incrementado el este precio fijo de libra en libra.

QUISPHE EXPRESS

Esta empresa fue creada en el año de 1996, presta el servicio de paquetería como el de remesa, se encuentra ubicada en:

Dirección: Bolívar 5-96 y hermano Miguel

Teléfono: (593) 7283 – 5991

Las estadísticas del Banco Central del Ecuador lo demuestran. En el 2006, a través de las remesa doras se enviaron 57,2 millones de dólares, cerca de nueve millones más que en el 2005. Colombia y Perú tienen el mayor peso con 34 millones y 11 millones de dólares, respectivamente. Es por esta razón que la empresa Quisphe express acaparo el mercado colombiano, peruano para el envío de sus giras y en una cantidad mínima para los paquetes

Es por lo que la empresa Quisphe Express, en la capital azuaya, las transferencias a Colombia y Perú se realizaban hasta hace dos meses. Para el encargado del Departamento de Giros, Diego Cabrera, el promedio de envío por persona era de 100 dólares al mes.

Es una breve reseña histórica de esta empresa, ya que no cuenta con una página web y no nos pudieron dar mucha información de la misma es por esto que se obtuvo fragmentos de la página web del comercio para realizar el análisis competitivo con MORLACOEXPRESS.

2.8.1.1 Análisis De La Competencia

Con la información obtenida de nuestra competencia se establecerá, una relación entre los ingresos de estas empresas en la provincia del Azuay:

Cuadro de Ingresos de COORPORACIONES UNIDAS

Precio por libra 3,5

Año	Cantidad en libras	Total
2002	50000	\$ 175.000,00
2003	55000	\$ 192.500,00
2004	48000	\$ 168.000,00
2005	36000	\$ 126.000,00
2006	30000	\$ 105.000,00
2007	28000	\$ 98.000,00
2008	27000	\$ 94.500,00
2009	29000	\$ 101.500,00
TOTAL		\$ 1.060.500,00

Tabla7: Ingresos de Cooperaciones Unidas
Fuente: Información proporcionada por el encargado de Cooperaciones Unidas

Cuadro de Ingresos de QUIZPHE EXPRESS

Precio por libra \$ 3,00

Año	Cantidad en libras	Total
2002	45000	\$ 135.000,00
2003	41000	\$ 123.000,00
2004	43000	\$ 129.000,00
2005	33000	\$ 99.000,00
2006	28000	\$ 84.000,00
2007	27000	\$ 81.000,00
2008	28000	\$ 84.000,00
2009	25000	\$ 75.000,00
TOTAL		\$ 810.000,00

Tabla 8: Ingresos de Quizphe Express
Fuente: Información proporcionada por el propietario el Sr. Quizphe

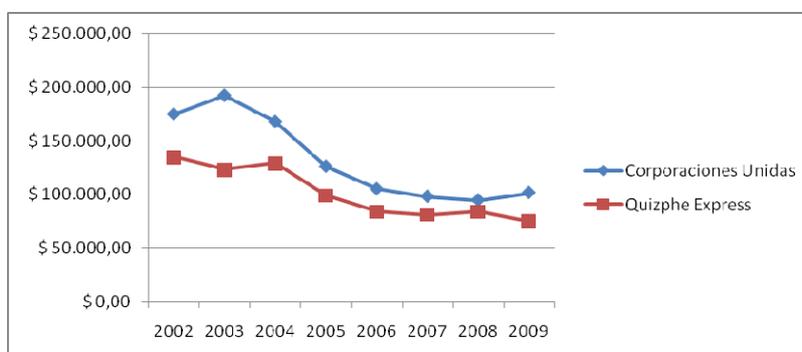


Gráfico De Ingresos

Estas dos corporaciones empezaron bien como se puede notar en el grafico, pero posteriormente con la crisis mundial se vino una etapa de decrecimiento en estos Courier, esta información analizaremos, más detalladamente con datos de nuestra empresa en el capítulo III.

2.8.1.2 Determinación Del Precio Para La Competencia

Para la determinación del precio consideramos la ley de la oferta y la demanda, basándonos en datos proporcionados por la empresa COORPORACIONES UNIDAS.

CANTIDAD	PRECIO	DEMANDA SEMANAL		OFERTA SEMANAL		
		CANTIDAD	DEMANDA TOTAL	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
1	\$ 3,50	2	\$ 7,00	\$ 1,50	\$ 1,00	\$ 2,50
2	\$ 7,00	4	\$ 28,00	\$ 1,40	\$ 2,00	\$ 3,40
3	\$ 10,50	5	\$ 52,50	\$ 1,40	\$ 3,00	\$ 4,40
4	\$ 14,00	6	\$ 84,00	\$ 1,40	\$ 4,00	\$ 5,40
5	\$ 17,50	11	\$ 192,50	\$ 1,40	\$ 5,00	\$ 6,40
6	\$ 21,00	9	\$ 189,00	\$ 1,40	\$ 6,00	\$ 7,40
7	\$ 24,50	9	\$ 220,50	\$ 1,40	\$ 7,00	\$ 8,40
8	\$ 28,00	10	\$ 280,00	\$ 1 40	\$ 8 00	\$ 9 40

Tabla 9: precio determinado por la oferta y demanda

Fuente: elaboración de autor

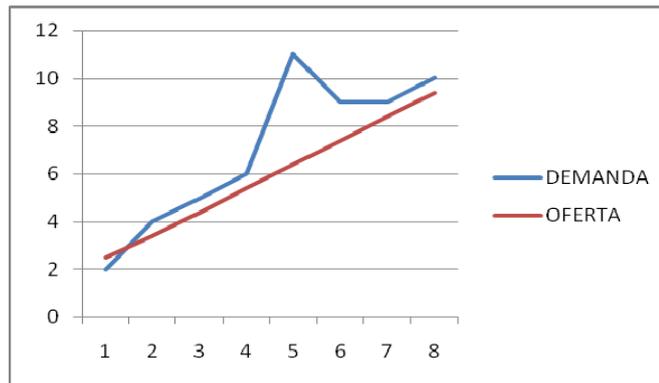


Grafico 5: *determinación de oferta y demanda.*
Fuente: *elaboración del autor.*

Lo que determina el grafico referente a la competencia, es que de la oferta y demanda, en el grafico el punto de equilibrio el precio está en 3.50 aproximada, lo que nos indica que el costo de la competencia, por una libra es de 3.50 y varia en proporción a la cantidad.

2.8.2 Oferta Estados Unidos

De acuerdo en el lugar que está ubicado el Courier, la competencia principal que nosotros tenemos será Corporaciones Unidas, es por esta razón que realizaremos el análisis de esta principal competencia

Análisis De La Competencia En EEUU

Cuadro de Ingresos de COORPORACIONES UNIDAS

Precio por libra 6

Año	Cantidad en libras	Total
2002	57000	\$ 342.000,00
2003	62000	\$ 372.000,00
2004	55000	\$ 330.000,00
2005	42000	\$ 252.000,00
2006	40000	\$ 240.000,00
2007	30000	\$ 180.000,00
2008	30000	\$ 180.000,00
2009	30000	\$ 180.000,00
TOTAL		\$ 2.076.000,00

Tabla 10: *Ingreso Corporaciones Unidas*
Fuente: *Elaboración del autor*

2.9. Precio

Sin duda que al tratarse de un servicio de consumo masivo, el precio juega un papel preponderante, de hecho lo es, en este sentido, nuestros esfuerzos estará orientándose a mantenerse por debajo del techo fijado por la competencia \$3,00 por cada libra que se envié. Sin embargo, utilizaremos una estrategia, que permita establecer el precio ideal para nuestro propósito de introducirnos en un mercado altamente competitivo.

2.9.1 La Determinación Del Precio Para Morlaco Express

De las encuestas que realizamos tanto en Ecuador como en Estados Unidos, se determinaron los precios que nosotros vamos a cobrar al momento del envío tanto de documentos como de los paquetes respectivamente.

Para Ecuador

DOCUMENTOS	PRECIO	PAQUETES	PRECIO	%
0,5KL	\$2,50 a \$3,00	1kg	\$4,00 a \$5,00	100

Tabla 11: Precio establecido para Ecuador.
Fuente: elaboración del autor

Para Estados Unidos

DOCUMENTOS	PRECIO	PAQUETES	PRECIO	%
0,5KL	\$30,00 a \$35,00	1kg	\$60,00 a \$65,00	100

Tabla 12: Precio establecido para EEUU.
Fuente: elaboración del autor

Aunque en la investigación de mercado se refleja el precio al cual va a acceder el cliente, en el estudio financiero se determinó otro precio de \$6,5 el cual consideramos que es accesible para nuestro cliente y con el cual la empresa será rentable y competitiva.

DETERMINACION DEL PRECIO DE VENTA		
Flete	2,7	
Seguro	0,13%	0,00351
nacionalización de la mercancía Fodinfra+ 12%	0,5	
transporte local	1,5	
agente de aduana	0,67	
Bodega	1	
Descarga	1	
seguro local	1	
COSTO UNITARIO POR KG	5	
PRECIO DE VENTA	6.5	

Tabla 13: *Determinación del precio de venta.*

Fuente: *Elaboración del autor.*

2.9.2 Estrategias De Cómo Presentar El Precio

La clave es comparar su precio con algo que su cliente perciba, en términos relativos, de más valor.

Para MORLACOEXPRESS la determinación del precio:

- En relación a la competencia, en la actualidad existen muchas empresas Courier que envían y reciben paquetes desde el exterior, y nuestra empresa tendrá el mismo giro de negocio pero se establecerá un precio inferior a la competencia, porque somos una empresa que recién estamos ingresando al mercado.
- el primer mes descuentos por inauguración.
- Promociones dos por uno.
- Descuentos en los servicios adicionales

Estrategias De Precio

		PRECIO		
		ALTO	MEDIO	BAJO
CALIDAD	ALTO	PREMIUN		EXCELENTE
	MEDIO	SOBREPREGIO	PROMEDIO	BUEN VALOR
	BAJO	ENGAÑO	POBRE	BARATO

Tabla 14: Estrategia de precio.

Fuente: Elaboración del autor

La estrategia a utilizarse debe ser una estrategia de penetración, incursionando en el mercado con un precio promedio, pero con un servicio de alta calidad. En este sentido, lo que se busca es alcanzar el posicionamiento establecido, sin afectar a los niveles de rentabilidad.

Es así, que el precio de vamos introducir en el mercado por el envío y recepción de paquetes para Estados Unidos estará por debajo de la competencia. Como esta mencionado en ítem anterior los costos respectivos.

2.9.3 Promoción - Publicidad

2.9.3.1 Publicidad

La publicidad va encaminada a posicionar el servicio en el mercado, destacando sus atributos, características. Es por ello que se torna imperante la necesidad de elegir los medios adecuados, para poder comunicar el servicio en diferentes medios de comunicación, con la finalidad de incidir en la aprobación del cliente. Es así que, la estrategia publicitaria se apoya de muy buena manera en el logotipo, para poder construir una imagen corporativa atractiva.

Los medios de comunicación a usarse corresponden a ser no muy tradicionales pero si eficientes. En este sentido los medios que se recomiendan son:

- Radio
- Periódico
- Volantes
- Internet
- Material POP

Tanto en el caso de la radio, como en el periódico se trata de medios muchos más económicos que la televisión, y con la ventaja que realizar la segmentación resulta sencillo y eficaz, dada que las estaciones están generalmente orientadas a un segmento específico de población.

Las cuñas publicitarias deben pasarse en la radio en las horas de la mañana (09:00 am) y la tarde (12:00 am) ya que corresponde al horario en el que las amas de casa escuchan las programaciones radiales. Para el caso de los periódicos, se deberán hacer publicaciones en los dos periódicos de emisión local, procurando que estos sean altamente coloridos y atractivos de manera que no pasen desapercibidos.

En cuanto a las volantes, estas deben ser distribuidas en el mismo recorrido de los carros repartidores, con la finalidad de recaer en nuevos clientes, es importante recalcar que las volantes deben llevar la misma información que se pasa por los periódicos y la radio. Además, se complementara la información pintando la publicidad correspondiente en lo carros repartidores.

Para nuestro caso, el internet apoyará al plan de publicidad, a través del web site:

www.morlacoexpress.com

Este sitio presentará información sobre la empresa, el producto, como localizarnos, y por sobre todo permitirá realizar pedidos de manera electrónica a través de claves otorgadas a nuestros clientes permanentes. Esto permitirá la correcta organización de los pedidos para el día siguiente, sobre todo para el caso de clientes corporativos.

En el material POP se incluyen objetos factibles de entregarse a nuestro clientes, tales como:

- Bolígrafos
- Llaveros
- Calendarios.



Llavero publicitario para MORLACO EXPRESS Cía. Ltda.

Fuente: Elaboración del autor.



Calendario publicitario para MORLACO EXPRESS. Ltda.

Fuente: Elaboración del autor.



Bolígrafo publicitario para MORLACO EXPRESS. Ltda.

Fuente: Elaboración del autor

2.9.3.2 Promoción

La promoción de ventas es una de las cuatro partes de la publicidad. Las otras tres son: realización de anuncios, venta personal y publicidad/relaciones públicas. Las promociones son esfuerzos no personales que están dirigidos a tener un impacto inmediato en las ventas. Están orientadas a incrementar la demanda del consumidor, a estimular la demanda del mercado o a mejorar la disponibilidad del servicio por un periodo limitado de tiempo.

Algunos ejemplos son:

- Cupones
- Descuentos en los paquetes en fechas especiales (Mayo, Junio, Diciembre)
- Concursos
- Las ventas deben verse incentivadas únicamente por este tipo de promociones, dadas las condiciones financieras actuales de la empresa no podemos permitirnos otros tipos de promociones.

2.9.3.3 Merchandising

El merchandising juega un papel fundamental en el mercado dado que es un medio de activación persuasivo para la compra, esto sin duda corresponde a como los clientes observan la presentación fundamentalmente del personal y carros repartidores del servicio de paquetes.

Para lograr este efecto la empresa constituye lineamientos fundamentales a representar en todas sus actividades de venta y distribución. Para este objetivo nos apoyamos en:

- Vehículos repartidores
- Uniformes del personal (incluye: camisetas, gorras, guantes de látex)



Vehículo repartidor para MORLACO EXPRESS. Ltda.
Fuente: *Elaboración del autor.*



Camiseta-Uniforme para MORLACO EXPRESS Cía. Ltda.
Fuente: *Elaboración del autor.*



Gorra-Uniforme para MORLACO EXPRESS. Ltda.
Fuente: *Elaboración del autor.*

Dada la fuerte competencia existente, lo que buscamos es poder diferenciar nuestro servicio frente a los demás, esto dará un mejor status a nuestra empresa y le permitirá posicionarse de mejor manera en el mercado objetivo. Para este objetivo, la forma en la que ellos perciben al servicio debe prestar cualidades tales de que se lo mire como un servicio de excelente calidad y grandes prestaciones. Es decir, debemos brindar a nuestros clientes la imagen de un servicio que evoca calidad y confianza.

2.9.3.4 Relaciones Públicas

Para el negocio es fundamental, que nuestra empresa mantenga buenas relaciones tanto comerciales como sociales con nuestra clientela, dado que es primordial en este tipo de negocio. Esto permitirá, que podamos dar a conocer el servicio de una manera efectiva.

Para lograr este cometido, es necesario atraer la atención del cliente por medio de entrevistas radiales y de prensa escrita, con lo buscaremos se dé a conocer nuestra empresa y por tanto el servicio. Es necesario participar en foros de emprendedores, para poder mostrar nuestra idea empresarial.

Se realizará un coctel de inauguración, en algún respetado centro de convenciones, con la finalidad de dar a conocer nuestros servicios y las ventajas para nuestros clientes.

2.9.4 Brief Publicitario

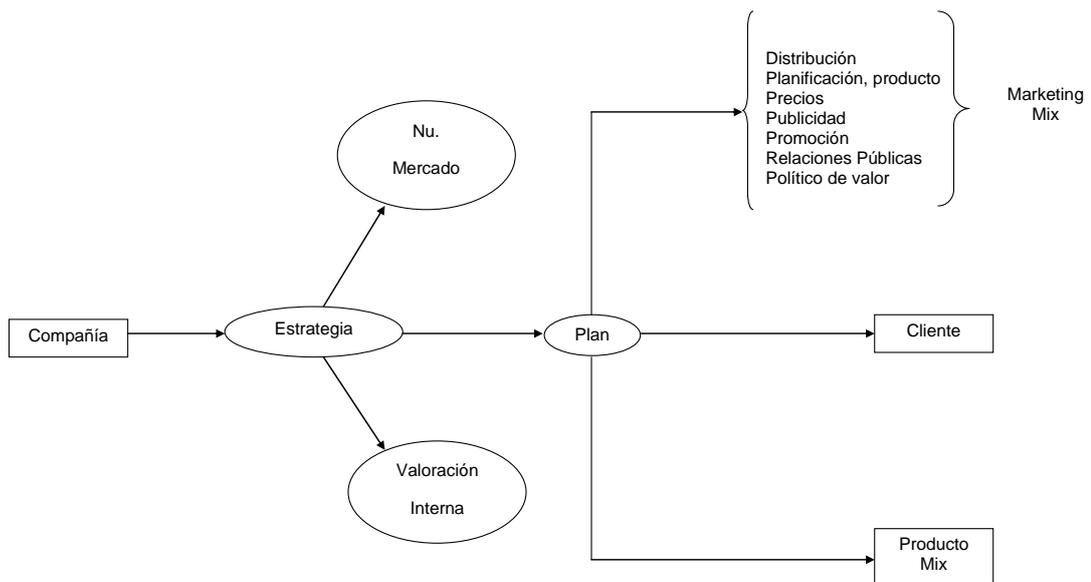


Ilustración 3: *Brief publicitario*

Fuente: *G.B. Giles, Marketing, pág. 28*

Una compañía que domine el mercado obtiene reputación y dominio en los precios, posee una gama de servicios y mantiene su participación en el mercado

La publicidad y la promoción de ventas son elementos importantes en la política mercadológica total de la compañía, la finalidad de la publicidad y las promociones, es conseguir vender y un nivel satisfactorio de beneficios por medio de mensajes a los clientes en potencia.

Ventajas Buscadas Por El Cliente

Que MORLACO EXPRESS, ofrecerá a nuestros clientes un servicio eficiente y eficaz, con un servicio de puerta a puerta.

Promesa De Beneficio Al Consumidor

Los paquetes serán entregados a todos nuestros clientes en máximo de tres días. Sin mayores contratiempos y en los costos establecidos.

Mensaje

Se les informara a nuestros clientes los días que estaremos en promoción o descuentos para que realicen los envíos a sus familiares en el exterior

Beneficios

- Cliente satisfecho
- Puntualidad en la entrega
- Servicio eficiente

2.9.5 Reason Why

Muchas son los Courier ofrecidos en el mercado, pero ninguno con un servicio eficiente y eficaz en la recepción y entrega del los paquetes al exterior, cumpliendo todos los requisitos que indica la ley.

2.9.6 Presupuesto Para Publicidad

MORLACO EXPRESS Cía. Ltda. Cuenta con un presupuesto asignado a publicidad y comunicación de 3000,00 dólares, al menos para su fase inicial y de introducción al mercado. El costo de los medios elegidos corresponde a la siguiente estructuración presupuestaria:

4.	MENSAJE	FRECUENCIA	ALCANCE	OBJETIVO	CONTROL	FECHA	VALOR
*Radio	Informativo	09am a 12am	Local	Dar a conocer	Administración	Comienzos de año a fin de año	510
Afiches	Informativo	Todo el día	Local	Dar a conocer	Administración	Comienzos de año a fin de año	165
Banners/Vallas	Informativo	Todo el día	Local	Dar a conocer	Administración	Comienzos de año a fin de año	1350
Prensa	Dar a conocer	Fines de semana	Local	Dar a conocer	Administración	Comienzos de año a fin de año	400
Vehículos	Informativo	Todo el día	Local	Dar a conocer	Administración	Comienzos de año a fin de año	350
TOTAL							2.775,00

*Radio voz Tomebamba

Tabla 15: Presupuesto publicitario.

Fuente: Elaboración del autor

Para los efectos correspondientes se planea emitir mensajes radiales diarios, por un lapso de 3 meses en los horarios de 09:00 am y 12:00 am.

En cuanto, a los medios escritos aparecerán por el mismo periodo de tiempo que en el caso anterior, impresiones los días domingos y lunes, días de mayor lectura.

2.9.7 Plaza - Distribución

MORLACO EXPRESS, ofrecer los paquetes a las migrantes y sus familiares en la ciudad de Cuenca. Desde este punto de vista, se entregara el paquete a domicilio por medio de vehículos rentados por la empresa, considerando así ser los únicos dueños del canal de distribución.

La estrategia de distribución, está basada en una estrategia de distribución intensiva, llevando de manera oportuna el paquete hacia los canales.

2.9.7.1 Canales

Los canales de distribución a utilizar corresponden a dos específicos, siendo estos, busetas repartidores que hacen llegar el paquete de manera directa al cliente final, y un carro que se encarga de entregar a clientes corporativos. Cabe indicar que estos son canales mutuamente complementarios.

En cualquiera de los casos mencionados, es necesario que estos lleguen con el producto a las horas oportunas, es decir, en el caso de clientes corporativos, estos deben contar con la entrega en la mañana, esto es de 10:00 am hasta las 11:30 am, Para el canal de las busetas repartidores la hora de entrega se pre-establece con el cliente.

Una de las ventajas, que facilita este proceso de colocar el paquete en el canal, es la proximidad que existirá entre la empresa y el domicilio del cliente, situación que permite un rápido y oportuno servicio a nuestro cliente.

CAPITULO III CONTROL Y ADMINISTRACION

En este capítulo se analizará el control y la administración los mismos que son importantes en todas las empresas, el control es un elemento básico porque es la base de la planificación y regulación administrativas y económicas de una empresa, para cumplir con las obligaciones y la administración se conoce como la dirección a la que corresponde la instalación y la aplicación de los medios con los programas que se lleva a cabo y es dado a conocer a toda la empresa.

La administración es función de todos los empleados, el cumplimiento de todas las responsabilidades permitirá a la empresa ser rentable.

En este capítulo también se analizará la planificación estratégica que es una función principal de la alta dirección, en ella se establecerá los objetivos principales de la compañía y los objetivos secundarios a modo de indicadores de los métodos a emplear para alcanzar el objetivo principal.

Se analizará el área de recursos humanos un área que es indispensable en todo tipo de negocios, se encarga del reclutamiento del personal selección y así como su capacitación constante, el personal de toda empresa debe contar con una área dedicada especialmente a su bienestar por eso que el área de recursos humanos está destinada a satisfacer las necesidades de los empleados.

Durante el transcurso de este capítulo se analizará el estudio económico que es fundamental para la realización de este proyecto, ya que con los datos que se genere veremos si es factible o no la creación de este Courier.

3.1 Control Y Administración

3.1.1 administración: es el proceso para alcanzar resultados positivos a través de una adecuada utilización de los recursos disponibles y la colaboración del esfuerzo ajeno, haciendo referencia al personal con el cual MORLACO EXPRESS va a laborar. Para ello debemos tener presente que un administrador en este caso siendo uno de los dueños quien llevara a cabo La dirección de la empresa debe tener los siguientes principios para la correcta administración de una empresa.

Principios

- Unidad de mando: Una sola persona debe de mandar a todos los subordinados.
- autoridad: Toda empresa debe de tener una persona que los dirija.
- unidad de dirección: Un programa para cada actividad.
- centralización: Todas las actividades deben ser manejadas por una sola persona.
- subordinación del interés particular al general: Se debe buscar beneficiar a la mayoría.
- disciplina: Se debe de lograr la disciplina para el buen funcionamiento de la empresa.
- división del trabajo: Se le debe de indicar a cada quien el trabajo que debe de realizar.
- orden: cada cosa en su lugar y un lugar para cada cosa.
- jerarquía: se debe de respetar la autoridad de cada nivel jerárquico.
- justa remuneración: pago justo de acuerdo al trabajo realizado.
- equidad: los beneficios deben ser compartidos; empresa-trabajadores.
- estabilidad: el empleado debe de sentir seguridad en su trabajo.

Iniciativa: se debe de permitir al empleado que determine como deben de hacerse las cosas.

3.2 Proceso - Control

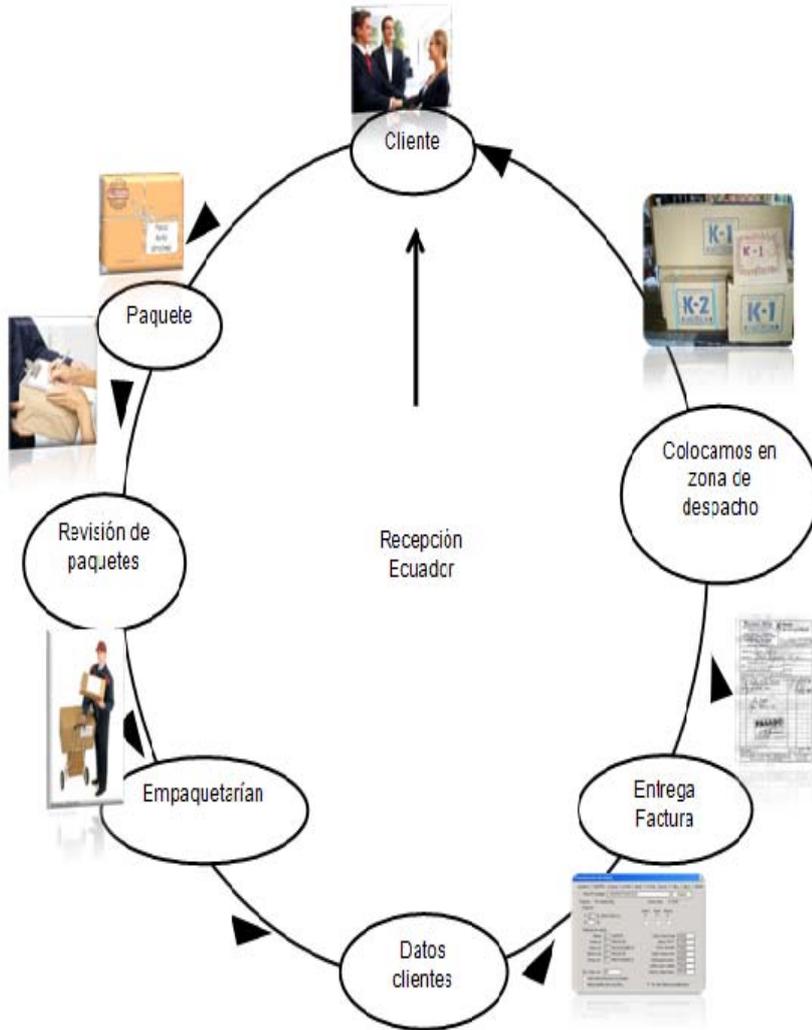


Ilustración 4: Proceso envío y recepción de paquetes.
Fuente: Elaboración del autor.

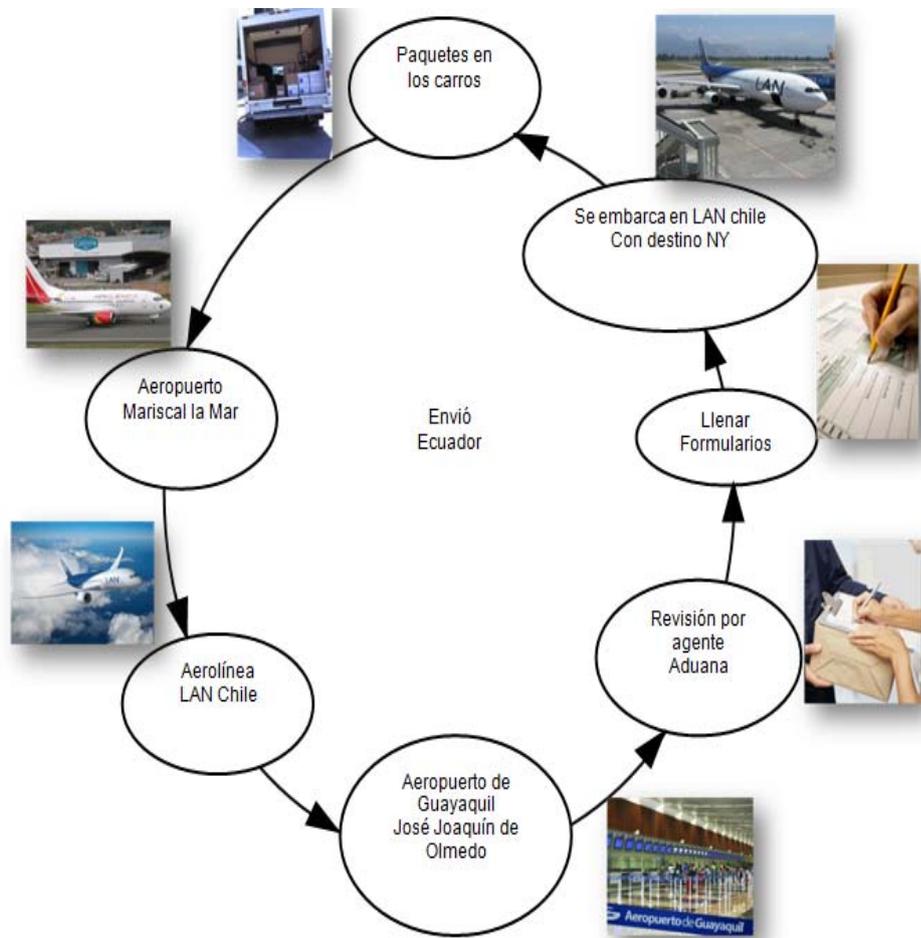


Ilustración 5: *Proceso envío y recepción de paquetes.*
Fuente: *Elaboración del autor.*

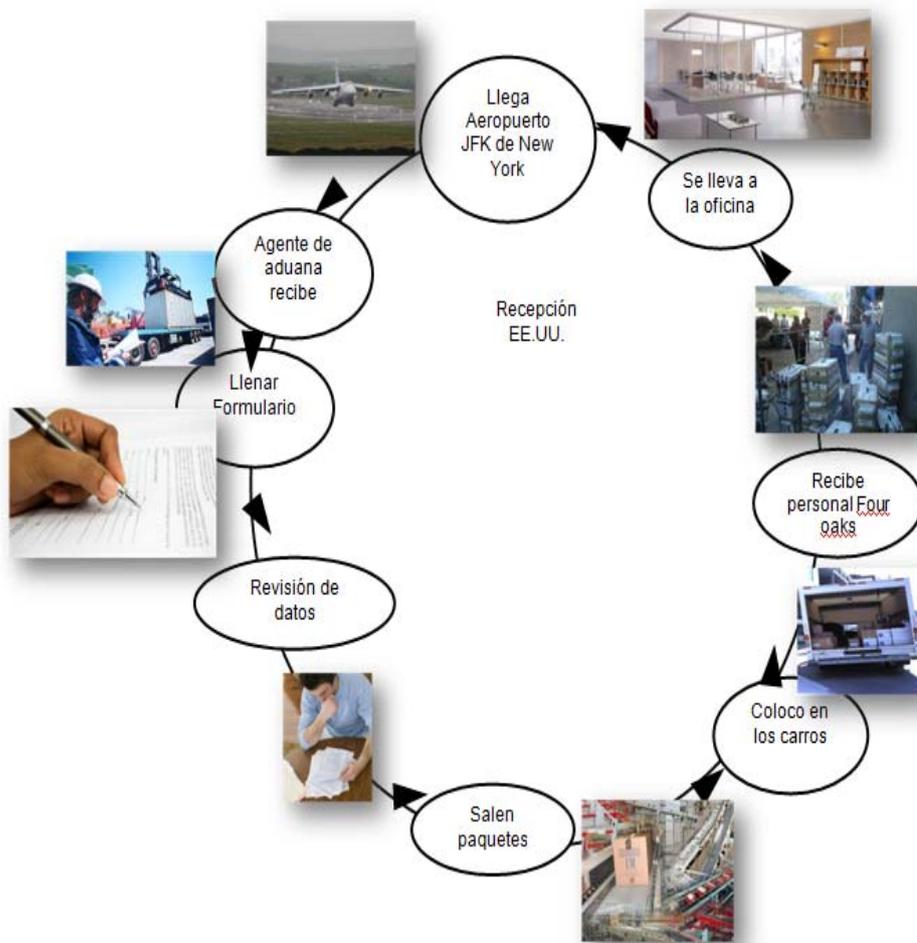


Ilustración 6: Proceso envío y recepción de paquetes.
Fuente: Elaboración del autor.

Nosotros contaremos en las oficinas con letreros de los alimentos, documentos que pueden ser enviados por la empresa para no tener ningún inconveniente con los clientes:

- Alimentos cocinados
- Alimentos crudos
- Alimentos enlatados
- Hierbas medicinales
- documentos que contengan cualquier mensaje, información o datos enviados, por papeles, cartas, fotografías o medios magnéticos o electromagnéticos, de tipo bancario comercial, judicial, de seguros, de prensa, catálogos entre otros.
- medicamentos con prescripciones médicas, prótesis.
- muestras de todo tipo, semillas, perfumes, cosméticos y partes, piezas y elementos de reposición de maquinaria industrial, agrícola o de transporte.

Al personal que este encargado de empaquetar, recibirán del cliente la mercadería que va ser enviada, ellos revisaran y verificarán que no contengan ninguna sustancia química o lo que de acuerdo a la ley de aduanas no está permitida para el envío. Para todo este trámite el personal estará debidamente capacitado para que ellos sepan lo que se debe enviar sin ningún inconveniente. Con el objetivo de proporcionar un grado razonable de confianza en la consecución de los procesos que se tramitara en aduana con respecto a la aerolínea que laborara con nosotros. Garantizando así la eficacia y eficiencia en el cumplimiento de las leyes y normas aplicables

Posteriormente se llevara a cabo el registro de datos de cada de los clientes y se realizara el envío correspondiente para Estados Unidos.

3.3 Recurso Humano

El área de recursos humano va a ser la más importante de nuestra empresa ya que el contacto con la gente, es lo fundamental para que nuestro negocio surja.

Esta área es importante para las empresas, por que proporcionan ayuda para todo el personal que laborara en el Courier. Es por ello que establecimos políticas que nos ayudarán a mejor un área de RRHH.

3.3.1 Organigrama Vertical

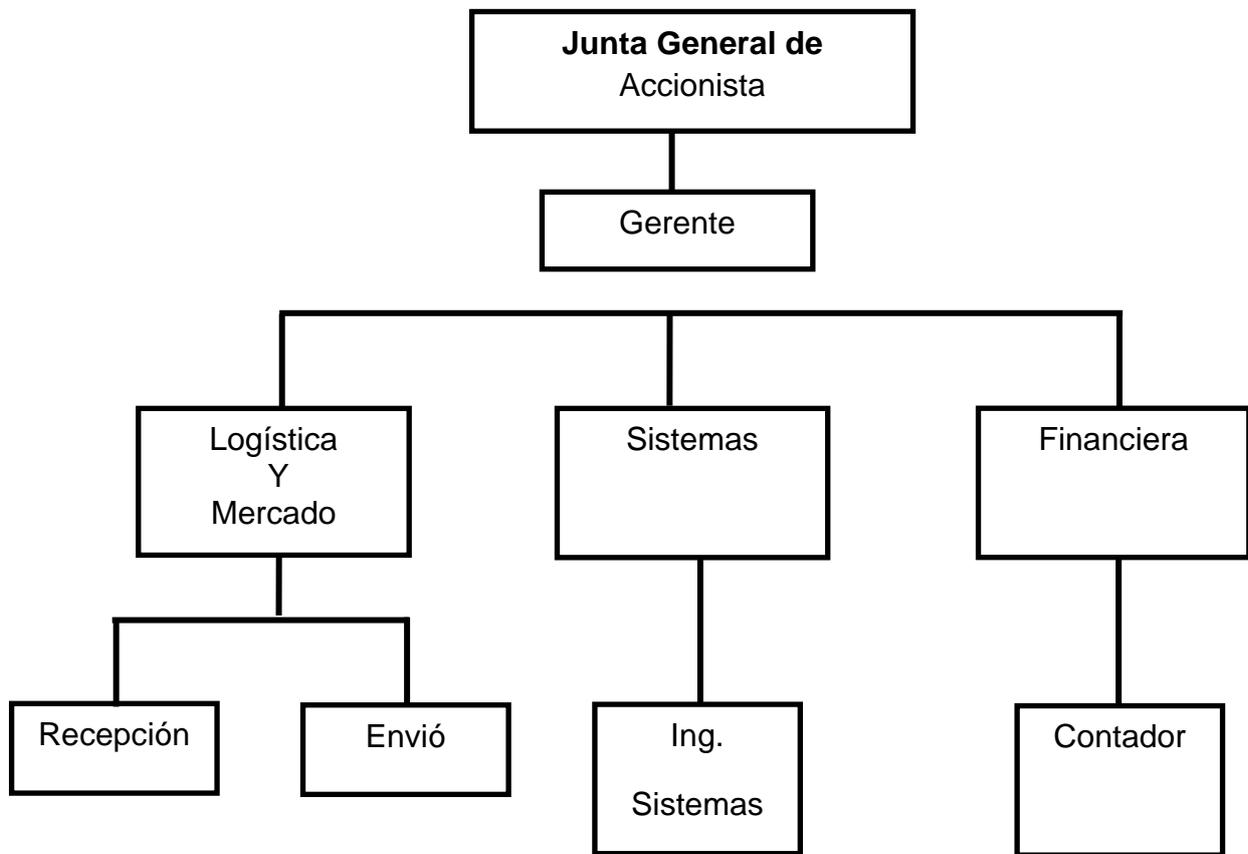


Diagrama 3: Organigrama vertical.
Fuente: elaboración del autor

- Dirección General De La Empresa: En este departamento es donde existirá una relación directa cliente – gerencia, en el cual la gerencia estará vinculada directamente con las necesidades que tiene el cliente. Ya que la cabeza del negocio seremos los dueños quienes sabemos hacia dónde va la empresa. Sus metas personales y sus conocimientos por lo que toma las decisiones en situaciones críticas. Quien a la vez es el representante de la empresa y quien lleva las finanzas de la misma. Además debe mantener unidad en el equipo de trabajo y un ambiente de cordialidad y respeto en la empresa para motivar a los trabajadores de la misma.
- Mercadeo Y Ventas: esta área se detallarán las funciones, capacidades y cualidades de quien será el responsable y el personal involucrado en la estrategia de mercadeo del negocio, es decir, la publicidad, el diseño y la marca del servicio, la distribución del mismo y el punto de venta, la promoción y la labor de ventas. Podría incluir a la persona que se dedique a vender el servicio de puerta en puerta. En el departamento de Venta, Se encarga de controlar diariamente los procesos de cada uno de los ingresos por cada persona para así poder obtener mejores resultados de la elaboración de cada uno de estos.
- Logística: En este departamento se realizara, recibimientos de las encomiendas, verificación del producto, empaquetaría, y colocación de códigos.
- Sistemas: en este departamento es donde se llevara la base de datos de todos los clientes, considerándole el más importante ya que se tendrá conexión entre los dos países.

- Contabilidad Y Finanzas: Toda empresa debe llevar un sistema contable en el que se detallen los ingresos y egresos monetarios en el tiempo. Además, se debe declarar y cancelar periódicamente, los impuestos según los resultados de los libros contables que la empresa lleva. La emisión de facturas, las proyecciones de ingresos por ventas y los costos asociados con el desarrollo del negocio son tomados en cuenta en esta área. por lo que el mismo propietario puede llevar los registros contables o bien contratar a una persona dedicada a esta disciplina. También se realizaran los análisis financieros para la toma de decisiones. que nos llevara eficazmente la contabilidad de nuestra empresa, además de proporcionarnos comúnmente la información para así poder tomar decisiones en cuanto a las inversiones que tengamos que hacer.

3.3.2 Organización Del Recurso Humano

Consiste en una descripción detallada de los trabajos y responsabilidades asignados a cada puesto. De quién recibe órdenes y quienes están bajo sus órdenes. Hoy se tiende más a la designación de un responsable por cada proceso, y este debe hacer “todo lo necesario “para que ese proceso funcione.

Lo único que buscamos es que personal de más alta jerarquía llegue a:

- Agrupar correcta y lógicamente las tareas en funciones de modo que no se realicen las mismas en dos o más partes o que haya alguna que no se realice.
- Especificar claramente las tareas que es necesario cumplir, para llenar cada una de las funciones que se han determinado.
- Delegar apropiada y adecuadamente la autoridad y la responsabilidad.

- Fijar el sistema de control para vigilar que cada funcionario proceda correctamente en el ejercicio de su función.
- Seleccionar las personas para cada función de modo que la más apropiada, competente o en mejores condiciones sin favoritismos sea la que ejerza la misma

3.3.1 Requisitos Del Personal De MORLACO EXPRESS

- Un Administración
- Un Asesor en Marketing y Comunicación
- Un Contador
- Un Ingeniero en Sistemas
- Dos vendedores
- Guardias.

1. Un Administrador

- Es responsable de que los operarios estén provistos de las herramientas necesarias y adecuadas y estén en perfectas condiciones de ajuste y funcionamiento para el trabajo que deben realizar.
- Título superior que este certificado por el CONESUP

2. Un Asesor En Marketing Y Comunicación

- Título superior que este certificado por el CONESUP
- Tener experiencia mínima de 2 años
- Obtener un certificado del último curso que haya hecho
- Llegar a manejar los sistemas de computación correctamente
- Dominar el idioma ingles

3. Un Contador

- Título universitario que este certificado por el CONESUP.
- Tener experiencia mínima de 2 años

4. Un Ingeniero En Sistemas

- Es responsable de que los sistemas estén funcionando correctamente y estén en perfectas condiciones de ajuste y funcionamiento y de tomar decisiones cuando sean necesarias
- Título en nivel dos que este certificado por el CONESUP.
- Tener experiencia mínima de 2 años.
- Obtener certificados de haber cursado un curso de relaciones exteriores.

5. Vendedores

- Título Universitario que este certificado por el CONESUP.
- Tener experiencia mínima de dos años.
- Ganas de superación.

6. Guardias De Seguridad

- Libreta militar
- Mínimo 3 años de experiencia
- Record policial (actualizado)
- Estatura mínima de 1.80m

3.3.2 Métodos Que Aplicaremos Para La Selección Del Personal

- Métodos y fuentes de reclutamiento: lo realizaremos a través de la prensa escrita, en el periódico de mayor circulación de la ciudad de Cuenca.
- Selección: en base a entrevista personal con el candidato y nosotros emprendedores para elegir el más idóneo.
- Capacitación: debemos dar facilidades de capacitación a todos nuestros empleados, lo realizaremos en convenio con el SECAP ya que ellos mensualmente realizan cursos de atención al cliente, gerencia de ventas. Etc.
- Promoción: mantener a nuestro personal con todas las herramientas necesarias para que pueden desempeñar su cargo y disponer de un sistema de promoción que los incentive.

Entorno

- Factores físicos: nosotros queremos que los empleados trabajen eficientemente por lo que no es suficiente ofrecer mobiliario y equipo diseñados para el más efectivo cumplimiento del trabajo, el entorno en el que trabajan los empleados deben conducir a la eficiencia, es importante que nuestra empresa cuente con iluminación, calefacción, ventilación, espacio adecuado y eliminación de ruido.
- Factores psicológicos: la satisfacción de los trabajadores no se consigue dándoles solamente confort físico, sino también haciendo todo lo posible para que estén internamente satisfechos, la salud mental de los empleados están importante como su salud física nuestra empresa debe buscar reducir las tensiones nerviosas y las situaciones molestas que a menudo están relacionadas con el trabajo.

Políticas De Recursos Humanos Que Aplicara Morlaco Express

- Que el personal disponga de empuje, dedicación y esfuerzo.
- Que puedan crear resistencia a los fracasos y al rechazo.
- Que no le teman a los cambios y se ajusten a ellos – porque habrá cambios de planes inesperados - y que puedan aceptar un alto grado de incertidumbre.
- Que estén dispuesto a trabajar días de hasta 12 horas, seis y siete días a la semana por varias semanas consecutivas...
- Que aprendan a tomar riesgos calculados y sacar conclusiones basadas en información y no solo en su intuición.
- Que puedan tomar decisiones bajo presión y sin tiempo de consultar con otra persona.
- Que tengan habilidad para comunicarte y llevarse bien con todo tipo de personas.
- Que sean organizados, planifiquen y tengan la tenacidad de llevar a cabo esos planes.
- Conocer qué necesitan, para manejar un negocio o que estén dispuesto a aprenderlo.
- Que sean capaz de reconocer las cosas que no pueden hacer por sí mismo.

3.4 Planificación Estratégica

Una auténtica Planificación Estratégica desarrolla el proceso a través del que los miembros guías, prevean su futuro desarrollando procedimientos y operaciones

3.4.1 Visión

Constituirnos como una empresa de servicio de Courier ofreciendo a nuestros clientes con altos estándares de calidad y eficiencia de forma tal que nos posicionemos como líderes en el mercado nacional e internacional.

3.4.2 Misión

Ser una empresa Ecuatoriana capaz de brindar servicios de Courier puerta a puerta que los procesos sean flexibles y eficientes, que la tecnología de la información sea oportuna y manteniendo un calificativo.

3.4.3 Objetivos

General

Satisfacer de manera efectiva las necesidades de envío y recepción de paquetes de nuestros clientes, provocando beneficios económicos para la empresa.

Específicos

- Mantener una flota adecuada a los requerimientos del cliente.
- Contratar un personal idóneo que labore en nuestra empresa, brindando seguridad y confianza a nuestros clientes.
- Innovar permanentemente la calidad del servicio.

3.4.4 Políticas

Para el buen funcionamiento de nuestra organización, donde garantice un ambiente seguro, organizado, agradable, un lugar donde los clientes y colaboradores no se sientan segregados hemos implementado las siguientes políticas:

- Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer los procedimientos a fin de orientarlos.
- Todos los integrantes de la empresa deberán mantener un comportamiento ético.
- Se impulsara el desarrollo de trabajo en la empresa con carácter poli funcional; ningún trabajador podrá negarse a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.
- Los empleados que laboran en la empresa tendrán la posibilidad de ascender de puesto, de acuerdo con su eficiencia y antigüedad.

3.4.5 Valores

El cliente desea siempre ser bien recibido, sentirse importante y que perciba que uno le es útil.

- Atención rápida: Si llega un cliente y estamos ocupados, dirigirse a él en forma sonriente y decirle: "Estaré con usted en un momento".
- Confiabilidad: brindaremos seguridad en la entrega de los paquetes por lo que la entrega será realizada de puerta a puerta, También esperan que si se les ha prometido algo, esto se cumpla.
- Atención personal: cada uno de nuestros clientes será llamado por su propio nombre a más que les estaremos recordando los días que se llevaran los paquetes y los posibles descuentos que se puedan dar.
- Simpatía: responder a sus necesidades con entusiasmo y cordialidad.
- Honestidad: ser personas sinceras y honorables

3.4.6 Ubicación Geográfica

El área geográfica de acción de la empresa, está establecida como la Ciudad de Cuenca al menos en principio, aunque se prevé la posibilidad de extender el servicio también a cantones aledaños y provincias vecinas, esto únicamente para clientes corporativos. También estará ubicada en Long Island Montauk.

Con el propósito de cubrir áreas extensas, cada uno de los carros repartidores mantienen un recorrido zonificado, con lo que se garantiza la oportuna colocación del producto. Este recorrido obedece a lograr eficiencia en las entregas, así como en el combustible utilizado, alcanzando un promedio de 100 Km/día/vehículo.

- Oficina Cuenca: estará ubicada en la avenida Ordeñes Lasso, km6 Sayausi diagonal a la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista.
- Oficina Estados Unidos: se encuentra ubicado en la 57 Flamingo Road Montauk, NY 11954-5396 [map](#), Phone: (631) 668-2534, propietaria Eulalia Lazo

3.4.7 Logotipo



El uso de la bandera como símbolo, insignia o distintivo de una comunidad, de un grupo de personas.

- Amarillo: representa el oro, la abundante riqueza de la agricultura y los grandes recursos de que está dotado el país.
- Rojo: representa la sangre vertida por los héroes que legaron a sus conciudadanos Patria y Libertad.

La Chola Cuencana es el producto del mestizaje indígena- español. Viste con prendas tradicionales de llamativos colores.

- La ancha pollera: tiene prensas en la cintura para sujetarse y vistosos bordados hechos a mano en su extremo inferior. También utilizan una pollera de menor peso en su interior.
- La blusa: de color entero generalmente blanca, está adornada de encajes y bordados. Como signo de elegancia en algunas circunstancias llevan puestas el denominado paño de Guacaleo.
- Zapatillas y sombrero: complemento del traje típico

3.4.8 Análisis FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>Tecnología adecuada para poder brindar un correcto servicio a los clientes.</p> <p>Gran cantidad de gente que tienen, familiares en Estados Unidos.</p> <p>Proveedores de transportes aeronáuticos, y transporte marítimo.</p>	<p>Clientes mal atendidos.</p> <p>Mejorar el servicio de entrega de su mercancía.</p> <p>Buenas políticas por parte del gobierno para el importación de productos (encomiendas, paquetes)</p>

<p>Lugar estratégico para la distribución y envío de la mercancía, a sus clientes.</p> <p>Disponibilidad de mano de obra capaz de desarrollar el trabajo</p> <p>Aceptación del servicio.</p>	<p>Alianzas con empresas que se encuentran posicionadas en el mercado Estado Unidense, pero que no ha podido introducirse en el mercado Ecuatoriano.</p> <p>El contar con excelentes vías para una mejor y más rápido entrega y recepción de la mercancía.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>Demasiado tiempo hasta poder introducirse en el mercado.</p> <p>Costo adicional de la entrega de paquetes, por la cual la gente no esté dispuesta a pagar un costo adicional.</p> <p>Falta de experiencia en el campo empresarial.</p> <p>Desempleo en los Estados Unidos,</p>	<p>El gran afán de Correos del Ecuador, en querer acaparar el negocio del Courier</p> <p>Deportación de los migrantes Ecuatorianos desde los Estados Unidos.</p> <p>Inestabilidad del país, en políticas de comercio.</p> <p>Incremento de los aranceles para poder introducir productos a otros países y viceversa.</p> <p>Guerra de precios.</p>

Tabla 16: FODA

Fuente: *Elaboración del autor*

Análisis de FODA cruzado

Para el cruce de variables, en el primer punto a ser analizado, se pretende encontrar oportunidades que refuercen las fortalezas, el segundo cuadrante se analizara como se puede hacer que las debilidades se conviertan en oportunidades, en el tercer cuadrante, se podrá analizar el cómo aprovechar, de las fortalezas de la empresa para restar fuerzas a las amenazas, y en el ultimo cuadrante se verá la necesidad del como intervenir para que las debilidades no se agraven un mas con las amenazas

			OPORTUNIDADES					AMENAZAS			
			10 Clientes mal atendidos.	20 Mejorar el servicio de entrega de su	30 Buenas políticas por parte del gobierno para	40 Alianzas con empresas que se encuentran posicionadas en el	50 El contar con excelentes vías para	1A El gran afán de Correos del Ecuador, en querer acaparar el negocio del	2A Deportación de los migrantes Ecuatorianos desde los Estados	3A Incremento de los aranceles para poder introducir productos	4A Guerra de precios.
FORTALEZAS	F1	Tecnología adecuada para poder brindar un correcto servicio a los clientes.	F101	F102		F104		F1A1			F1A4
	F2	Gran cantidad de gente que tienen, familiares en Estados Unidos.		F202	F203			F2A1			
	F3	Proveedores de transportes aeronáuticos, y transporte marítimo.					F305			F3A3	

	F4	Lugar estratégico para la distribución y envío de la mercancía, a sus clientes.				F4O4	F4O5				F4A4
	F5	Disponibilidad de mano de obra capaz de desarrollar el trabajo	F5O1					F5A1			
	F6	Aceptación del servicio.	F6O1		F6O3					F6A3	
			OPORTUNIDADES				AMENAZAS				
DEBILIDADES	D1	Demasiado tiempo hasta poder introducirse en el mercado.		D1O2		D1O4		D1A1			
	D2	Costo adicional de la entrega de paquetes, por la cual la gente no esté dispuesta a pagar un costo adicional.			D2O3		D2O5				D2A4
	D3	Falta de experiencia en el campo empresarial.				D3O4				D3A3	
	D4	Desempleo en los Estados Unidos.			D4O3				D4A2		D4A4

Estrategias resultantes

CRUCE	ESTRATEGIAS
F2O3;D2O4;D4O3;D4A2	Monitoreo constante de las tendencias en la economía local y Estadounidense
D3O4;D1O2	Políticas de promoción en el mercado nacional e internacional.
F3O5;F3A4	Políticas de relacionamiento con proveedores
F5O1;F5A1;F5A4	Políticas de control y dirección sobre el servicio al cliente final
DEO4;D3A3	Publicidad en el servicio, calidad y confiabilidad del servicio.
F1O1;F5O1;F6O1	Políticas de contratación y capacitación de los empleados para que puedan brindar e mejor servicio al cliente final
F1O1;F1O2;F1O4;F1A1;F1A4	Tecnología que sea flexible a procesos de cambio

Tabla 18: *Estrategias del FODA*
Fuente: *Elaboración del autor.*

3.5 Mercadeo y Ventas

Hace referencia que sin importar el tamaño, toda empresa en la actualidad sin importar la actividad comercial a la que se dediquen, necesitan comercialización y ventas para poder mantenerse y lograr el éxito en el mercado. Es por ello que MORLACO EXPRESS necesita de este departamento, para la planificación e implementación de estrategias comerciales de mercadotecnia, así como de técnicas que promuevan eficazmente los servicios de una empresa. Las estrategias y técnicas incluyen: publicidad, relaciones públicas, mercadeo de marcas y otras formas de llegar a los clientes potenciales.

3.6 Tecnología

Nuestro Courier cuenta con el departamento de sistemas quien es el encargado, de prever que el programa que vamos a utilizar para la base de datos funcione correctamente para evitar así inconvenientes con los clientes. A mas que la persona que este ha este cargo sea capaz de tomar decisiones en caso de que el programa llegara a tener inconvenientes tal vez por virus que ingresaran al sistema, ya que debe tener respaldos.

- Sistema

El software que nosotros utilizaremos será: Microsoft SQL Server que es un sistema para la gestión de bases de datos, que nos proporcionara un control efectivo de la base de datos de nuestros clientes. Este sistema es producido por Microsoft basado en el modelo relacional. Sus lenguajes para consultas son T-SQL y ANSI SQL. Las mismas que al instalarse, se llevara a cabo una capacitación al personal para el manejo del sistema.

- Costo

El costo de este software está valorado en \$500,00 lo que a MORLACO EXPRESS le tocará invertir para tener acceso a la creación de base de datos de todos nuestros clientes; es por ellos que indicaremos el modelo a utilizarse:

- Creación de Base de datos

La base de datos en el Ecuador contará con información importante de cada uno de nuestros clientes, que nos facilitará el envío y recepción de los paquetes, y además una comunicación efectiva con los mismos.

BASE DE DATOS ECUADOR

Código	Beneficiario	Teléfono	Dirección	Nº de paquetes

Ilustración 7: Base de datos de Ecuador.
Fuente: Elaboración del autor

Es importante que exista también en Estados Unidos una base de datos de los clientes migrantes, ya que serán nuestros clientes potenciales y cuando realicen envíos por nuestra empresa contar con todos sus datos y evitar demoras en el sistema

BASE DE DATOS ESTADOS UNIDOS

Código	Beneficiario	telefono	Dirección	Nº de paquetes

Ilustración 8: Base de datos de EEUU.
Fuente: Elaboración del autor

Enlaces: La base de datos que se contara de nuestros clientes tanto en el Azuay como en EEUU tendrá un respaldo en una base principal, en la ciudad de Cuenca, lo que nos permitirá mantener la información de los clientes en caso perdida por fuerza mayor.



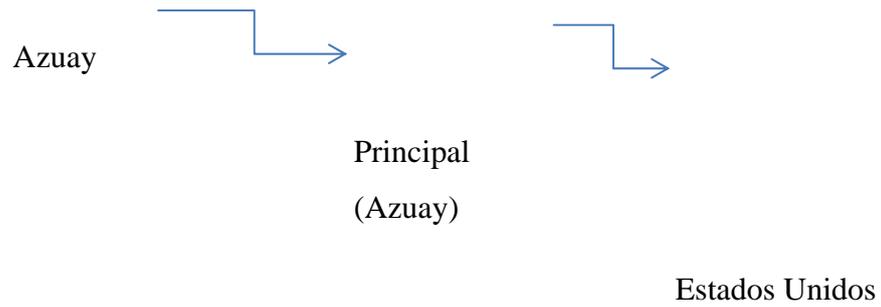


Grafico 6: *Enlace*

Fuente: *Elaboración del autor*

Soporte De Microsoft SQL Server

- Soporte de transacciones. Ya que nos permite tener un respaldo de los datos que nuestra empresa posee
- Estabilidad y seguridad. Para que los datos sean reales y nos permita tomar decisiones efectivas.
- Permite trabajar en modo cliente-servidor, donde la información y datos se alojan en el servidor y los terminales o clientes de la red sólo acceden a la información.
- Además permite administrar información de otros servidores de datos.

CAPITULO IV ANÁLISIS FINANCIERO

Concluido el estudio de mercado, se realiza una interpretación económico-financiera a los resultados encontrados en la elaboración del correspondiente análisis y evaluación del proyecto.

El horizonte del proyecto corresponde a 5 años, es decir mediano plazo, dadas las condiciones actuales del mercado, y a la constante evolución de las mismas, considero es un espacio de tiempo factible de análisis.

Para la evaluación económica de dicho proyecto, hemos considerado como indicadores de decisión, los conceptos de Valor Actual Neto (VAN), y Tasa Interna de Retorno (TIR), razón por la cual se torna imperante la elaboración de los correspondientes flujos de beneficios esperados, o también denominado "flujos de caja".

Bajo esta concepción, debemos especificar algunas características propias del proyecto, las mismas que corresponden a:

- Una parte del capital de la inversión será hecha por los dueños y otra parte será financiado con el Banco.
- Para la implementación del proyecto no será necesario hacer inversiones en activos fijos tales como vehículos.
- Los niveles de ventas corresponden a una percepción del mercado, por lo que mantiene un componente subjetivo, que podría volverse real, únicamente con la investigación de mercados realizada.
- La tasa de rendimiento exigida para el proyecto, corresponde a un 30%, la misma que está constituida, por los siguientes valores:
 - Tasa pasiva de interés bancario, la misma que alcanza el 4.35%
 - Tasa de interés, por riesgo país, establecida en un 3.46%
 - Tasa de interés β , o riesgo de la inversión calculada en 18%, para el sector

4 Inversión Requerida

4.1.1 activos Fijos:

Es importante mencionar que al iniciar un proyecto este inicia desde cero.

Dentro de la inversión inicial consideramos básicamente todos los activos fijos tangibles, intangibles requeridos para llevar a cabo las operaciones de este proyecto exceptuando el capital de trabajo.

INVERSION INICIAL

ACTIVO FIJO DE OFICINA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Muebles y enseres (escritorio + silla)	2	500	1000
Equipo de computación	2	1000	2000
Sistema de gestión de envíos	1	1500	1500
Teléfono	2	90	180
Fax	1	120	120
Internet (modem + switch inalámbrico)	1	200	200
Archivadores	2	280	560
Sistema de contabilidad	1	1000	1000
Estantería	5	100	500
Báscula	1	400	400
Garantía de Aduana	1	30000	30000
Mostrador	1	700	700
Extinguidores	1	70	70
Impresoras	1	300	300
Gastos de constitución		1550	1550
Capital de trabajo			2331
TOTAL INVERSION			42411

Tabla 19: *Inversión Inicial*

Fuente: *Elaboración del autor*

4.2 Depreciaciones

CUADRO DE DEPRECIACION DE ACTIVO FIJO

ACTIVOS	VALOR A DEPRECIARSE	% ANUAL	VALOR	AÑOS					VALOR RESIDUAL
			ANUAL (\$)	1	2	3	4	5	AL 5TO AÑO
ACTIVO FIJO DE OFICINA									
Muebles y enseres (escritorio + silla)	\$ 600,00	10%	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 300,00
Equipo de computación	\$ 1.200,00	33%	\$ 396,00	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 400,00	-	-	100
Teléfono	\$ 160,00	10%	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 16,00	\$ 80,00
Fax	\$ 120,00	10%	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 60,00
Internet (modem + switch inalámbrico)	\$ 200,00	10%	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 100,00
Estantería	\$ 500,00	10%	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 250,00
Báscula	\$ 400,00		\$ -	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 200,00
Mostrador	\$ 700,00	10%	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 350,00
Impresoras	\$ 300,00	33%	\$ 99,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 150,00
TOTAL				\$ 698,00	\$ 698,00	\$ 698,00	\$ 298,00	\$ 298,00	\$ 1.590,00

Tabla 20: Depreciación

Fuente: Elaboración del autor

4.3 Amortización

ACTIVOS	VALOR A AMORTIZAR	% ANUAL	VALOS ANUAL	AÑOS					VALOR RESIDUAL
				1	2	3	4	5	
				Sistema de contabilidad	1000	33%	\$ 330,00	\$ 330,00	
sistema de envíos	500	33%	\$ 165,00	\$ 165,00	\$ 165,00	\$ 165,00			\$ 100,00
garantía de Aduana	30000	5%	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 22.500,00
TOTAL				\$ 1.995,00	\$ 1.995,00	\$ 1.995,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 22.800,00

ACTIVOS	VALOR A AMORTIZAR	% ANUAL	VALOS ANUAL	AÑOS					VALOR RESIDUAL
				1	2	3	4	5	
				permisos de funcionamiento	1150	5%	\$ 57,50	\$ 57,50	
TOTAL				\$ 57,50	\$ 57,50	\$ 57,50	\$ -	\$ -	\$ 200,00

Tabla 21: Amortización
Fuente: Elaboración del autor

4.4 Capital De Trabajo

Analizaremos desde el punto de vista práctico tomando en cuenta para su análisis la inversión que la empresa requiere para iniciar su funcionamiento.

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO	UNIDAD	CANT.	COSTO UNITARIO (\$)	COSTO TOTAL (\$)
Sueldo y salarios	Mes	2	\$ 240,00	480
Serv. Profesionales		1	\$ 230,00	230
Sueldo Admi.		1	\$ 300,00	300
Arriendo	Mes	1	200	200
Energía eléctrica	Mes	1	30	30
Agua	Mes	1	10	10
Teléfono	Mes	1	50	50
Facturas	Talonario	1	45	45
Suministros de oficina	Mes	1	25	25
gasto de publicidad	Mes	1	231,25	231,25
Gastos de transporte y logística		1	480	480
póliza todo riesgo	Año	1	250	250
TOTAL				2331,25

Tabla 22: Capital de trabajo.

Fuente: Elaboración del autor

4.5 Fuentes De Financiamiento

Debido a que la empresa no contara con el capital suficiente ni el circular necesario, cubrir la inversión inicial requerida debe optar por fuentes de financiamiento externas.

En nuestro caso consideraremos que la fuente más conveniente es mediante el crédito ofrecido por la Corporación Financiera Nacional, dicho prestamos se lo realizara a un plazo de 10 años a una tasa del 9.75% para realizar el pago del préstamo, presentamos una tabla de amortización.



PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA	DIVIDENDO	SALDO
1	20000	1950	2000	3950	18000
2	18000	1755	2000	3755	16000
3	16000	1560	2000	3560	14000
4	14000	1365	2000	3365	12000
5	12000	1170	2000	3170	10000
6	10000	975	2000	2975	8000
7	8000	780	2000	2780	6000
8	6000	585	2000	2585	4000
9	4000	390	2000	2390	2000
10	2000	195	2000	2195	0

Tabla 23: Fuente de financiamiento
Fuente: Elaboración del autor

4.6 Determinación de costos

Los costos que se aprecia en la tabla corresponden a cada kilo que se enviara, en lo que respecta a la nacionalización de la mercadería solo se cobrara el 12%. Porque un Courier no cobra impuestos ya que este tiene un limitante entre peso y el costo: 4kl y \$ 400, si este llegase a exceder de este parámetro se realizara desglose en las respectivas facturas hijas hasta que del total del limitante que un Courier puede enviar, llenando así el total en la factura madre.

COSTOS		
Flete	2,7	
Seguro	0,13%	0,00351
Nacionalización de la mercancía Fodinfra+ etc.	0,5	
Transporte local	1,5	
Agente de aduana	0,67	
Bodega	1	
Descarga	1	
Seguro local	1	
COSTO UNITARIO POR K	5	
PRECIO DE VENTA	6	

Tabla 24: Costos

Fuente: Elaboración del autor

4.7 Salarios anuales de mano de obra directa

SALARIOS ANUALES DE MANO DE OBRA DIRECTA

CARGO	SALARIO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	IESS PATRONAL	BENEFICIOS DE LEY			TOTAL ANUAL
					12.15%	VACACIONES	XIII	XIV	
VENTAS	\$ 250,00	2	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 729,00	\$ 125,00	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 7.854,00

SALARIOS ANUALES DE MANO DE OBRA ADMINISTRATIVA

CARGO	SALRIO	CANTIDAD	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	IESS PATRONAL	VACACIONES	BENEFICIOS DE LEY	XIV	TOTAL ANUAL
					12.15%		XIII		
GERENTE	400	1	400	4800	583,2	16,67	400	400	6199,87
CONTADOR*	80	1	80	4800					
ING. SISTEMAS*	150	1	150	1800					

* personal bajo la figura de servicios profesionales

Tabla 25: *Mano de obra administrativa*
Fuente: *Elaboración del autor*

4.8 Ventas

De acuerdo al estudio de mercado las proyecciones de ventas que se estima enviar los días martes, jueves y sábado son de 100 kl promedio, enviando a la semana 300 kl. Pero en los meses de diciembre, enero, febrero, mayo y junio es un promedio de envió 720 a la semana que se enviara.

VENTAS					
	1	2	3	4	5
ingresos operacionales	158400	166320	174636	183367,8	192536,19
(Q*PVP)					
Ingresos no operacionales	19200	20160	21168	22226,4	23337,72
TOTAL INGRESOS	177600	186480	195804	205594,2	215873,91

COSTOS OPERACIONALES					
	1	2	3	4	5
Costos operacionales	132000	138600	145530	152806,5	160446,825

Egresos por comisiones pagadas	13200	13860	14553	15280,65	16044,68
--------------------------------	-------	-------	-------	----------	----------

Tabla 26: Ventas y costos operacionales

Fuente: Elaboración del autor

4.9 Flujo de Caja

MORLACO EXPRESS CIA. LTDA						
FLUJO NETO DE EFECTIVO Y EVALUACION						
CONCEPTOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIONES						
Inversion fija	-40080,00					
Capital de trabajo	-2331,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingreso por ventas		158400,00	166320,00	174636,00	183367,80	192536,19
Costos		-149049,17	-156348,67	-164013,14	-170841,67	-179291,76
Costos de Operación		-132000,00	-138600,00	-145530,00	-152806,50	-160446,83
Costos fijos		-790,00	-829,50	-870,98	-914,52	-960,25
Depreciación Activos Fijos		-1006,67	-1006,67	-1006,67	-340,00	-340,00
Amortización de Activos Intangibles		-1995,00	-1995,00	-1995,00	-1500,00	-1500,00
Amortización de Permisos		-57,50	-57,50	-57,50	0,00	0,00
Comisiones pagadas		-13200,00	-13860,00	-14553,00	-15280,65	-16044,68
Otros Ingresos		19200,00	20160,00	21168,00	22226,40	23337,72
Ingresos por comisiones ganadas		19200,00	20160,00	21168,00	22226,40	23337,72
Utilidad antes de impuestos y part. Trab.		28550,83	30131,33	31790,86	34752,53	36582,15
Impuesto a las Utilidades		-7137,71	-7532,83	-7947,71	-8688,13	-9145,54
Utilidad neta		\$ 21.413,13	22598,50	23843,14	26064,39	27436,61
Adición de la depreciación		1006,67	1006,67	1006,67	340,00	340,00
Adición de la amortización		1995,00	1995,00	1995,00	1500,00	1500,00
Adición de permisos		57,50	57,50	57,50	0,00	0,00
Valor en Libros de Activos						24800,00
Flujo de efectivo operacional		24472,29	25657,67	26902,31	27904,39	54076,61
Recup. Capital de trabajo						2331,25
Flujo neto de efectivo	-42411,25	24472,29	25657,67	26902,31	27904,39	56407,86
Factor de valor presente		1,30	1,69	2,20	2,86	3,71
Valor presente	71214,29	18824,84	15182,05	12245,02	9770,10	15192,28
Valor presente neto	28803,04					
TIR	59%					
Tasas de Rendimiento Exigida	30%					

Tabla 27: Flujo de Caja

Fuente: Elaboración del autor

CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusión

De acuerdo al análisis financiero realizado podemos determinar que la inversión que se va a realizar es de 42411, para el mismo que una parte será aportado por los socios y la otra se hará con un préstamo que se realizará a la Corporación Financiera Nacional, el Courier por ser un régimen especial no paga muchos impuestos claro siempre y cuando cumpla con los requerimientos que establece la ley, en nuestro proyecto los estudios reflejan que vamos a tener una tasa de interna de retorno (TIR), el 59%, esto quiere decir que en dos años vamos a recuperar toda la inversión realizada. Considerando que el horizonte del proyecto corresponde a 5 años, es decir mediano plazo. Que en dos años se recupere todo el dinero invertido demuestra que es un negocio muy rentable y factible para su creación.

Comparando con la tasa de rendimiento exigida que nos pusimos del 30% de acuerdo a los siguientes parámetros como es; el riesgo país, inflación, el riesgo de la industria para el sector servicio. El proyecto será viable

Para la evaluación económica de dicho proyecto, hemos considerado también lo que es el Valor Actual Neto (VAN), por la cual se torna imperante la elaboración de los correspondientes flujos de beneficios esperados, o también denominado

5.2 Recomendaciones

MORLACO EXPRESS deberá realizar una Planificación anual de las actividades que se van a desarrollar y con revisiones de las planificaciones estratégicas, en las cuales se deben incluir las innovaciones que se realizarán.

- Cumplir con exactitud lo que dicta la ley de Aduana, evitando así inconvenientes futuros.
- Se recomienda mantener los controles necesarios a la hora de revisión y empaquetarían de los paquetes.
- Aceptar las sugerencias y hasta las críticas, que den los Colaboradores de la empresa, ya que de ahí pueden salir mejores ideas para que la empresa pueda crecer.
- La Gerencia o Administración debe mantener la comunicación con todo el grupo de trabajo que guiará hacia el éxito de la organización, logrando así un trabajo en conjunto para conseguir los objetivos y metas planteadas.
- Lograr que los empleados se identifiquen con su empresa, que tengan el compromiso de trabajar como un equipo, cumpliendo y haciendo cumplir los reglamentos y normas internas.
- Cumplir y generar estrategias que permitan el logro de objetivos, como el crecimiento de la misma.

Bibliografía

- ALESSIO I, Fernando D, Administración y dirección de la producción, Pearson, Colombia, 2002, p 593
- BACH,R, Enciclopedia de contabilidad, economía ,finanzas y dirección de empresas, Ediciones Bach, Argentina, 1976 p aproximadamente 400
- BERG, L, Introducción al proceso de investigación de mercados, Pearson Education , México, 2000, p 83
- BIASCA, R. PYMES más competitivas: experiencias prácticas de transformación de empresas en América Latina. El Cid Editor, Argentina, 2005. p 18
- BODIE, Z; MERTON R, Finanzas, Ediciones Pearson, México 1999, p.464
- DAVENPORT T, Capital humano, Ediciones Deusto S.A, Colombia,2000,
- DROZNES, L, Manual para un plan de negocio, Autodesarrollo, Argentina, 2005, p 55.
- Enciclopedia de la Pequeña y mediana empresa, edición Luis Borrás, Barcelona, 2002, p 928,
- FRED, D, Conceptos de administración estratégica, 5ª edición , Person Education , México 1997, p 355
- GARY J, Las decisiones del Marketing, Deusto,S.A., Colombia, 1994, p 286
- GOLDRATT E, FOX R, La carrera, Monterrey, segunda edición, México, 1993, p182
- HARRINGTON, H, Mejoramiento de los Procesos de la Empresa, Serie McGraw-Hill, Tomo 4. Santa Fe de Bogotá, 1996 ,p 309
- KINNEAR T, TAYLOR J, Investigación de mercados un enfoque aplicado, Cuata edicion, McGraw-Hill, I. Inc, México, p 812
- KOTLER, P, Dirección de Marketing, décima edición, Pearson education, Mexico, 2001, p718.
- MANO, M, Organogramas, Editorial Ilustrados.com, Peru 2005 p 15
- MARCO, J, Hacia una nueva perspectiva de la dirección financiera: finanzas funcionales e ingeniería financiera, tomo 1, Ediciones Deusto - Planeta de Agostini Profesional y Formación S.L; España 2004, p 61
- Marketing estratégico: Dirección de marketing y ventas, Cultural, S.A., Madrid, 2002, p 432

- Marketing para directores comerciales, C.E.O, Barcelona, 1967, pag aproximadas 300
- MASIFERNM, J ;RICART ,J, Dirección Estratégica, Ediciones IESE, Barcelona, 1997,p 113
- MOIX J, Organización del Trabajo 2.1 Administración, Ediciones Don Bosco, Barcelona, 1997, p112
- MUTHER,R, Distribución en planta, cuarta edición, Editorial Hispano Europea, Barcelona, 1981, p472
- PALACÌ , F, Psicología de la organización, Pearson education, Madrid 2005 p 434
- ROBINS,S; COULTER, M, Administración, Person education, 8^a edición, México, 2005,p 614
- SIERRA, Alejandro, Organización del trabajo, Editorial Luís Vives, España, 1977, p 270
- STEPHEN P, Otros, fundamentos de administración; 3^a edición , México, 2002; p 468

Referencias Electrónicas

- http://www.tlc.gov.ec/info_tlc/estado_negociacion0406.doc
- <http://www.gestiopolis.com/dirgp/emp/bizplan.htm>
- <http://www.aite.com.ec/home.asp?idsubmenu=27>
- <http://www.scribd.com/doc/6619325/Plan-de-Negocio-Ejemplo>
- <http://www.baquia.com/noticias.php?id=9252>
- http://www.biztree.com/es/?cm_source=go-ses&cm_adgroup=D014&cm_kw=plan%20de%20negocios&gclid=CI7fwbvM66ICFRwhnAodm34lhA
- http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&langpair=en%7Ces&u=http://humanresources.about.com/od/policiesandsamples1/a/how_to_policy.htm
- <http://www.cnelsucumbios.com/html/politicas.php>
- <http://escueladexportaciones.blogspot.com/2010/04/gloario-de-terminos-de-comercio.html>
- <http://www.drleyes.com/page/reglamentos/documento/2/169/Poder-Ejecutivo/Importacion-y-Exportacion-Via-Courier>

- <http://www.senami.gov.ec/content/view/284/46/>
- http://www.elciudadano.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=13138:correos-del-ecuador-emitio-sello-postal-de-manuela-la-libertadora&catid=1:actualidad&Itemid=42
- <http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/989352>
- http://www.ecuadorinmediato.com/Noticias/news_user_view/correos_del_ecuador_presenta_nuevos_servicios_postales_para_migrantes--130484
- <http://www.vistazo.com/webpages/tecnologia/?id=9848>
- <http://www.vozalmundo.com/articulos/EkVlulAupEpFpONgbF.html>
- <http://www.correos.us/codigos/servidor/evolucion-del-correo/>
- www.aduana.gov.ec
- www.comexi.gov.ec

ANEXOS

Anexo 1

1. DISPOSICIONES GENERALES

Art. 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el Art. 445. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

Art. 93.- La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes.

La compañía se constituirá de conformidad con las disposiciones de la presente Sección.

Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro.

Art. 95.- La compañía de responsabilidad limitada no podrá funcionar como tal si sus socios exceden del número de quince, si excediere de este máximo, deberá transformarse en otra clase de compañía o disolverse.

Art. 96.- El principio de existencia de esta especie de compañía es la fecha de inscripción del contrato social en el Registro Mercantil.

Art. 97.- Para los efectos fiscales y tributarios las compañías de responsabilidad limitada son sociedades de capital.

2. De Las Personas Que Pueden Asociarse

Art. 98.- Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

Art. 99.- No obstante las amplias facultades que esta Ley concede a las personas para constituir compañías de responsabilidad limitada, no podrán hacerlo entre padres e hijos no emancipados ni entre cónyuges.

Art. 100.- Las personas jurídicas, con excepción de los bancos, compañías de seguro, capitalización y ahorro y de las compañías anónimas extranjeras, pueden ser socios de las compañías de responsabilidad limitada, en cuyo caso se hará constar, en la nómina de los socios, la denominación o razón social de la persona jurídica asociada.

Art. 101.- Las personas comprendidas en el Art. 7 del Código de Comercio no podrán asociarse en esta clase de compañías.

3. Del Capital

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Nota: Inciso primero reformado por Art. 99-g) de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de marzo del 2000.

Art. 103.- Los aportes en numerario se depositarán en una cuenta especial de "Integración de Capital", que será abierta en un banco a nombre de la compañía en formación. Los certificados de depósito de tales aportes se protocolizarán con la escritura correspondiente. Constituida la compañía, el banco depositario pondrá los valores en cuenta a disposición de los administradores.

Art. 104.- Si la aportación fuere en especie, en la escritura respectiva se hará constar el bien en que consista, su valor, la transferencia de dominio en favor de la compañía y las participaciones que correspondan a los socios a cambio de las especies aportadas.

Estas serán valuadas por los socios o por peritos por ellos designados, y los avalúos incorporados al contrato. Los socios responderán solidariamente frente a la compañía y con respecto a terceros por el valor asignado a las especies aportadas.

Art. 105.- La constitución del capital o su aumento no podrá llevarse a cabo mediante suscripción pública.

Art. 106.- Las participaciones que comprenden los aportes de capital de esta compañía serán iguales, acumulativas e indivisibles. No se admitirá la cláusula de interés fijo.

La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación en el que constará, necesariamente, su carácter de no negociable y el número de las participaciones que por su aporte le correspondan.

Art. 107.- La participación de cada socio es transmisible por herencia. Si los herederos fueren varios, estarán representados en la compañía por la persona que designaren. Igualmente, las partes sociales son indivisibles.

Art. 108.- No se admitirán prestaciones accesorias ni aportaciones suplementarias, sino en el caso y en la proporción que lo establezca el contrato social.

Art. 109.- La compañía formará un fondo de reserva hasta que éste alcance por lo menos al veinte por ciento del capital social.

En cada anualidad la compañía segregará, de las utilidades líquidas y realizadas, un cinco por ciento para este objeto.

Art. 110.- Si se acordare el aumento del capital social, los socios tendrán derecho de preferencia para suscribirlo en proporción a sus aportes sociales, a no ser que conste lo contrario del contrato social o de las resoluciones adoptadas para aumentar el capital.

Art. 111.- En esta compañía no se tomarán resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicará la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, excepto en el caso de exclusión del socio previa la liquidación de su aporte.

Art. 112.- La amortización de las partes sociales será permitida solamente en la forma que se establezca en el contrato social, siempre que, para el efecto, se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.

Art. 113.- La participación que tiene el socio en la compañía de responsabilidad limitada es transferible por acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros, si se obtuviere el consentimiento unánime del capital social.

La cesión se hará por escritura pública. El notario incorporará al protocolo o insertará en la escritura el certificado del representante de la sociedad que acredite el cumplimiento del requisito referido en el inciso anterior. En el libro respectivo de la compañía se inscribirá la cesión y, practicada ésta, se anulará el certificado de aportación correspondiente, extendiéndose uno nuevo a favor del cesionario.

De la escritura de cesión se sentará razón al margen de la inscripción referente a la constitución de la sociedad, así como al margen de la matriz de la escritura de constitución en el respectivo protocolo del notario.

4. Derechos, Obligaciones Y Responsabilidades De Los Socios

Art. 114.- El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;
- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía.

e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;

g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;

h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.

i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercitarán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,

j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

Art. 115.- Son obligaciones de los socios:

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

5. De La Administración

Art. 116.- La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

Art. 117.- Salvo disposición en contrario de la Ley o del contrato, las resoluciones se tomarán por mayoría absoluta de los socios presentes. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

Art. 118.- Son atribuciones de la junta general:

- a) Designar y remover administradores y gerentes;
- b) Designar el consejo de vigilancia, en el caso de que el contrato social hubiere previsto la existencia de este organismo;
- c) Aprobar las cuentas y los balances que presenten los administradores y gerentes;
- d) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades;
- e) Resolver acerca de la amortización de las partes sociales;
- f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios;
- g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital y la prórroga del contrato social;
- h) Resolver, si en el contrato social no se establece otra cosa, el gravamen o la enajenación de inmuebles propios de la compañía;
- i) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía;

j) Acordar la exclusión del socio por las causales previstas en el Art. 82 de esta Ley;

k) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores o gerentes.

En caso de negativa de la junta general, una minoría representativa de por lo menos un veinte por ciento del capital social, podrá recurrir al juez para entablar las acciones indicadas en esta letra; y,

l) Las demás que no estuvieren otorgadas en esta Ley o en el contrato social a los gerentes, administradores u otros organismos.

Art. 119.- Las juntas generales son ordinarias y extraordinarias y se reunirán en el domicilio principal de la compañía, previa convocatoria del administrador o del gerente.

Las ordinarias se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, las extraordinarias, en cualquier época en que fueren convocadas. En las juntas generales sólo podrán tratarse los asuntos puntualizados en la convocatoria, bajo pena de nulidad. Las juntas generales serán convocadas por la prensa en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, al fijado para la reunión, o por los medios previstos en el contrato. Es aplicable a estas compañías lo establecido en el Art. 238.

Art. 120.- El o los socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán ejercer ante el Superintendente de Compañías el derecho concedido en el Art. 213. Si el contrato social estableciese un consejo de vigilancia, éste podrá convocar a reuniones de junta general en ausencia o por omisión del gerente o administrador, y en caso de urgencia.

Art. 121.- A las juntas generales concurrirán los socios personalmente o por medio de representante, en cuyo caso la representación se conferirá por escrito y con carácter especial para cada junta, a no ser que el representante ostente poder general, legalmente conferido.

Art. 122.- El acta de las deliberaciones y acuerdos de las juntas generales llevará las firmas del presidente y del secretario de la junta.

Se formará un expediente de cada junta. El expediente contendrá la copia del acta y de los documentos que justifiquen que las convocatorias han sido hechas en la forma señalada en la ley y en los estatutos. Se incorporarán también a dicho expediente todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la junta.

Las actas podrán extenderse a máquina, en hojas debidamente foliadas, o ser asentadas en un libro destinado para el efecto.

Art. 123.- Los administradores o gerentes se sujetarán en su gestión a las facultades que les otorgue el contrato social y, en caso de no señalárseles, a las resoluciones de los socios tomadas en junta general. A falta de estipulación contractual o de resolución de la junta general, se entenderá que se hallan facultados para representar a la compañía judicial y extrajudicialmente y para realizar toda clase de gestiones, actos y contratos, con excepción de aquellos que fueren extraños al contrato social, de aquellos que pudieren impedir que posteriormente la compañía cumpla sus fines y de todo lo que implique reforma del contrato social.

Art. 124.- Los administradores o gerentes estarán obligados a presentar el balance anual y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la propuesta de distribución de beneficios, en el plazo de sesenta días a contarse de la terminación del respectivo ejercicio económico, deberán también cuidar de que se lleve debidamente la contabilidad y correspondencia de la compañía y cumplir y hacer cumplir la Ley, el contrato social y las resoluciones de la junta general.

Art. 125.- Los administradores o gerentes, estarán obligados a proceder con la diligencia que exige una administración mercantil ordinaria y prudente.

Los que faltaren a sus obligaciones son responsables, solidariamente si fueren varios, ante la compañía y terceros por el perjuicio causado.

Su responsabilidad cesará cuando hubieren procedido conforme a una resolución tomada por la junta general, siempre que oportunamente hubieren observado a la junta sobre la resolución tomada.

Art. 126.- Los administradores o gerentes que incurrieren en las siguientes faltas responderán civilmente por ellas, sin perjuicio de la responsabilidad penal que pudieren tener:

- a) Consignar, a sabiendas, datos inexactos en los documentos de la compañía que, conforme a la ley, deban inscribirse en el Registro Mercantil, o dar datos falsos respecto al pago de las aportaciones sociales y al capital de la compañía;
- b) Proporcionar datos falsos relativos al pago de las garantías sociales, para alcanzar la inscripción en el Registro Mercantil de las escrituras de disminución del capital, aún cuando la inscripción hubiere sido autorizada por el Superintendente de Compañías;
- c) Formar y presentar balances e inventarios falsos; y,
- d) Ocultar o permitir la ocultación de bienes de la compañía.

Art. 127.- La responsabilidad de los socios administradores de la compañía se extinguirá en conformidad con las disposiciones contenidas en los Arts. 264 y 265 y en la Sección VI de esta Ley.

Art. 128.- Sin perjuicio de la responsabilidad penal a que hubiere lugar, los administradores o gerentes responderán especialmente ante la compañía por los daños y perjuicios causados por dolo, abuso de facultades, negligencia grave o incumplimiento de la ley o del contrato social. Igualmente responderán frente a los acreedores de la compañía y a los socios de ésta, cuando hubieren lesionado directamente los intereses de cualquiera de ellos.

Si hubieren propuesto la distribución de dividendos ficticios, no hubieren hecho inventarios o presentaren inventarios fraudulentos, responderán ante la compañía y terceros por el delito de estafa.

Art. 129.- Si hubiere más de dos gerentes o administradores, las resoluciones de éstos se tomarán por mayoría de votos, a no ser que en el contrato social se establezca obligatoriedad de obrar conjuntamente, en cuyo caso se requerirá unanimidad para las resoluciones.

Art. 130.- Los administradores o gerentes no podrán dedicarse, por cuenta propia o ajena, al mismo género de comercio que constituye el objeto de la compañía, salvo autorización expresa de la junta general.

Se aplicará a los administradores de estas compañías, la prohibición contenida en el inciso Segundo del Art. 261.

Art. 131.- Es obligación de los administradores o gerentes inscribir en el mes de enero de cada año, en el Registro Mercantil del cantón, una lista completa de los socios de la compañía, con indicación del nombre, apellido, domicilio y monto del capital aportado. Si no hubiere acaecido alteración alguna en la nómina de

Socios y en la cuantía de las aportaciones desde la presentación de la última lista, bastará presentar una declaración en tal sentido.

Art. 132.- Son aplicables a los gerentes o administradores las disposiciones constantes en los Arts. 129 al 133, inclusive, del Código de Comercio.

Art. 133.- El administrador no podrá separarse de sus funciones mientras no sea legalmente reemplazado. La renuncia que de su cargo presentare el administrador, surte efectos, sin necesidad de aceptación, desde la fecha en que es conocida por la junta general de socios. Si se tratare de administrador único, no podrá separarse de su cargo hasta ser legalmente reemplazado, a menos que hayan transcurrido treinta días desde la fecha en que la presentó.

La junta general podrá remover a los administradores o a los gerentes por las causas determinadas en el contrato social o por incumplimiento de las obligaciones señaladas en los Arts. 124, 125 y 131. La resolución será tomada por una mayoría que represente, por lo menos, las dos terceras partes del capital pagado concurrente a la sesión. En el caso del Art. 128 la junta general deberá remover a los administradores o a los gerentes.

Si en virtud de denuncia de cualquiera de los socios la compañía no tomare medidas tendientes a corregir la mala administración, el socio o socios que representen por lo menos el diez por ciento del capital social podrán, libremente, solicitar la remoción del administrador o de los gerentes a un juez de lo civil. Este procederá ciñéndose a las disposiciones pertinentes para la remoción de los gerentes o de los administradores de las compañías anónimas.

Art. 134.- Toda acción contra los gerentes o administradores prescribirá en el plazo de tres meses cuando se trate de solicitar la remoción de dicho funcionario.

Art. 135.- En las compañías en las que el número de socios exceda de diez podrá designarse una comisión de vigilancia, cuyas obligaciones fundamentales serán velar por el cumplimiento, por parte de los administradores o gerentes, del contrato social y la recta gestión de los negocios.

La comisión de vigilancia estará integrada por tres miembros, socios o no, que no serán responsables de las gestiones realizadas por los administradores o gerentes, pero sí de sus faltas personales en la ejecución del mandato.

6. De La Forma Del Contrato

Art. 136.- La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía.

De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Art. 137.- La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

1. Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
2. La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. La duración de la compañía;
5. El domicilio de la compañía;
6. El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
7. La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
8. La forma en que se organizará la administración y fiscalización del compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
9. La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituirarla; y,
10. Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Art. 138.- La aprobación de la escritura de constitución de la compañía será pedida al Superintendente de Compañías por los administradores o gerentes o por la persona en ella designada. Si éstos no lo hicieren dentro de los treinta días de suscrito el contrato, lo hará cualquiera de los socios a costa del responsable de la omisión.

Art. 139.- Los administradores o los gerentes podrán ser designados en el contrato constitutivo o por resolución de la junta general. Esta designación podrá recaer en cualquier persona, socio o no, de la compañía.

En caso de remoción del administrador o del gerente designado en el contrato constitutivo o posteriormente, para que surta efecto la remoción bastará la inscripción del documentos respectiva en el Registro Mercantil.

Art. 140.- El pago de las aportaciones por la suscripción de nuevas participaciones podrá realizarse:

1. En numerario;
2. En especie, si la junta general hubiere resuelto aceptarla y se hubiere realizado el avalúo por los socios, o los peritos, conforme lo dispuesto en el Art. 104 de esta Ley;
3. Por compensación de créditos;
4. Por capitalización de reservas o de utilidades; y,
5. Por la reserva o superávit proveniente de revalorización de activos, con arreglo al reglamento que expedirá la Superintendencia de Compañías.

La junta general que acordare el aumento de capital establecerá las bases de las operaciones que quedan enumeradas.

En cuanto a la forma de pago del aumento de capital, se estará a lo dispuesto en el segundo inciso del Art. 102 de esta Ley.

Art. 141.- Cuando por disposición contractual se designen funcionarios de fiscalización en esta especie de compañía, se aplicarán las disposiciones del Capítulo 9, Sección VI.

Art. 142.- En lo no previsto por esta Sección, se aplicarán las disposiciones contenidas en la Sección VI, en cuanto no se opongan a la naturaleza de la compañía de responsabilidad limitada.

Anexo 2

ECUADOR

TRAMITES Y REQUISITOS PARA EXPORTACION E IMPORTACION

Requisitos Para Ser Exportador / Importador

Solicitar en el Departamento de Comercio Exterior de un Banco Corresponsal del BCE la Tarjeta de Identificación, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

Personas Naturales

- Copia Cédula de identidad
- Copia del Registro único de contribuyente RUC

Personas Jurídicas

- Copia del Registro Único de Contribuyente RUC
- Copia de la constitución de la compañía.
- Comunicación suscrita por el representante legal constando:
Dirección domiciliaria
Número telefónico
- Nombres y apellidos de personas autorizadas para firmar las declaraciones de exportación y números de cédula de identidad.
- Copia del nombramiento de representante legal
- Copia de Cédula de identidad del representante legal.

Instituciones Del Sector Público

- Oficio suscrito por representante legal, constando:

Dirección de la institución

Código de catastro

Número telefónico

Nombres y apellidos de personas autorizadas a firmar las declaraciones de exportación. Y sus números de cédula.

- Copia del nombramiento de representante legal
- Copia de Cédula de identidad del representante legal

Requisitos Para Ser Exportador / Importador

Solicitar en el Departamento de Comercio Exterior de un Banco Corresponsal del BCE la Tarjeta de Identificación, llenar los datos y entregarla adjuntando la documentación requerida:

Aspectos A Considerar

Producto

- Verificación de productos exportables y/o requerimientos especiales
- Detalles comerciales y técnicos:

Cantidad

Calidad

Precio

Diseño

Envase y embalaje

Disponibilidad

Tiempo de Entrega

- Transporte
- Seguro.

Importador

- Barreras arancelarias: impuestos en las aduanas de entrada y salida de las mercaderías, restricciones.

Barreras No Arancelarias

Cuantitativas

1. Permisos de exportación o importación
2. Cuotas
3. Precios oficiales
4. Impuestos antidumping
5. Impuestos compensatorios

Cualitativas

- Regulaciones sanitarias
- Regulaciones fitosanitarias
- Requisitos de empaque
- Requisitos de etiquetado
- Regulaciones de toxicidad
- Normas de calidad, normas de origen
- Marca de país de origen
- Regulaciones ecológicas
- Normas técnicas y otras (ISO 9000, ISO 14000)

Factores Políticos

Regímenes Aduaneros

Exportación a consumo: las mercaderías nacionales

Nacionalizadas salen del territorio aduanero para su uso o consumo definitivo en el exterior.

Exportación temporal con reimportación en el mismo estado: permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, para ser utilizadas en el extranjero, durante cierto plazo, con un fin determinado y son reimportadas sin modificación alguna; salvo la depreciación normal por el uso. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en el Banco Central y en Aduana.

Condiciones Previas Para Exportación

El Exportador deberá preparar la siguiente documentación: 1. FUE Formulario Único de Exportación Adquisición del FUE

- Se adquiere en la ventanilla de comercio exterior de un banco corresponsal del Banco Central y se llena según las instrucciones indicadas al reverso.
Plazo de validez
- Indefinido: si el producto a exportarse no tiene restricción (cupos, autorizaciones o precio referencial). 15 días a partir de la fecha de aprobación del banco corresponsal: si el producto tiene algún tipo de restricción o debe cumplir trámites complementarios; sirviendo para exportar una sola vez. También tiene esta duración cuando se trata de productos perecibles en estado natural, negociados a consignación o para mercaderías con destino a zonas francas; en estos casos son válidas las exportaciones parciales.
- Exportación temporal para perfeccionamiento pasivo: permite la salida del territorio aduanero de mercaderías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo, para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación. Es un régimen suspensivo del pago de impuestos. Se tramita en el Banco Central y en Aduana.

- Reexportación: cuando retornan al país mercaderías exportadas a consumo definitivo por haber sido rechazadas en el país de destino, por falta de cumplimiento del comprador, por fuerza mayor, etc. o por tratarse de elementos auxiliares que sirvan para la exportación del producto (canillas, tubos, conos o carretas) y de acuerdo a lo que indique la Ley Orgánica de Aduanas; estarán exentas del pago de tributos a la importación y el exportador tendrá derecho a la devolución del pago de los tributos por la exportación, a excepción de las tasas por servicios prestados, valor por el cual el Administrador de Aduanas le emitirá una nota de crédito.
- Exportación en consignación: se tramita en un banco corresponsal y Aduana.
- Exportación bajo régimen de maquila: es un régimen suspensivo de pago de impuestos, que permite el ingreso de mercaderías por un plazo determinado, para luego de un proceso de transformación, ser reexportadas. Se tramita en el Ministerio de Finanzas, Banco Central y banco corresponsal. Ver Ley de Maquila: Ley 90 de agosto 1990
- Ferias internacionales: exportación y reimportación se ajustan a las normas de exportación temporal. Se tramita en la Dirección de Desarrollo y Promoción de Exportaciones (MICIP), Cámara Binacional y Administración de Aduana.
- Trueque: Trámite en banco corresponsal en que se registra el contrato. También se paga cuota redimible a la CORPEI.

Fuente: Ley Orgánica de Aduanas, julio 13 de 1998

Requisitos Y Trámites Generales

Modificaciones

- Es factible modificar el FUE antes del embarque. Si el destino cambia, se debe modificar el FUE antes de los 10 días posteriores. Si no se exporta, se debe devolver en un plazo máximo de 30 días a partir de la fecha de caducidad del FUE.
- No se requiere tramitar FUE

- Efectos personales, equipaje no acompañado.
- Envíos de socorro por catástrofes naturales o siniestras.
- Fétretos y ánforas con restos humanos.
- Admisión temporal con reexportación en el mismo estado.
- Menaje de casa y equipo de trabajo, pudiéndose hacer este tipo de exportaciones una vez cada tres años.
- Obsequios no comerciales, cuyo valor FOB no excedan los USD 200.
- Exportaciones al amparo de la Ley de Inmunidades, Privilegios y Franquicias diplomáticas.
- Exportaciones en envíos de paquetes postales o carga a través de la Empresa Nacional de Correos, empresas privadas, Courier.

Consideraciones Adicionales

- Para exportar café (crudo, verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café), cacao (en grano, polvo o derivados), banano y plátano se debe declarar el precio mínimo referencial; fijado por Acuerdo Interministerial entre el MICIP y el MAG.
- Para exportar camarón y productos pesqueros, se debe declarar el precio mínimo referencial fijado por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.
- Si el precio de venta al exterior es igual o superior al mínimo referencial, el exportador debe consignar el precio real de venta en el FUE; en caso de ser inferior, deberá consignar el precio mínimo referencial.

Fuente: Regulaciones Del Banco Central

- Factura Comercial y Lista de Bultos
- Se deberá elaborar una factura comercial que comprenda un original y 5 copias. La factura debe contener:

S N° del Formulario Único de Exportación, FUE.

- Subpartida arancelaria del producto.
- Descripción de mercadería, cantidad, peso, valor unitario y valor total de la factura.
- Forma de pago.
- Información del comprador (nombre y dirección).

Nota Aclaratoria

- En la práctica, para el trámite del FUE se suele elaborar una factura comercial provisional y una factura comercial definitiva después del embarque.
- La lista de bultos no tiene carácter obligatorio, pero constituye una ayuda para el inventario de los productos en las diferentes instancias de la exportación. Es una lista detallada de lo que contiene cada caja, numerándolas.
- Luego de elaborada la factura comercial con las 5 copias, se presenta junto con el FUE en el Banco Corresponsal para la obtención del visto bueno.

3. Trámites Aduaneros

Declaración aduanera

Se hace un documento escrito adjuntando:

- FUE aprobado
- Original o copia negociable del conocimiento de embarque, guía aérea, caíta o porte
- Factura comercial
- Autorizaciones previas
- Certificado de inspección
- Otros requisitos exigibles

La Aduana puede aceptar la declaración y realizar el despacho de la mercancía, incluso no presentándose todos los documentos, pero a condición de ser presentados en un plazo no mayor a 30 días y de que los productos no sean de prohibida exportación. La declaración deberá presentarse en la Aduana de salida en un plazo que va desde 7 días previos hasta 15 días posteriores al ingreso de las mercancías a la Zona Primaria Aduanera. De no cumplirse este requisito, la mercadería podrá ser declarada por la Aduana como en "abandono tácito".

Realizado el despacho de la mercadería, el exportador deberá confrontar en la Aduana el Documento de Embarque (guía aérea, carta de porte o conocimiento de embarque) y las cantidades embarcadas.

4. Ingreso De Divisas

Los exportadores están obligados a ingresar al país las divisas provenientes de sus exportaciones, por el valor FOB mediante depósito en cuentas corrientes, de ahorros o de inversión a su nombre, en los bancos y sociedades financieras autorizadas por la Superintendencia de Bancos a operar en el país, sean o no corresponsales del Banco Central. Las divisas pueden ingresarse antes o después del embarque de las mercaderías, debiéndose especificar en el FUE.

Si se ingresan antes el depósito de las divisas así realizado será considerado definitivo. •S Si se ingresan después el depósito deberá efectuarse máximo hasta la fecha de vencimiento del plazo estipulado con su comprador extranjero para el pago de la mercancía; plazo que también deberá hacerse constar en el FUE.

Nota Aclaratoria Entrega De Divisas

Para mercaderías sujetas a un precio mínimo referencial, el exportador debe ingresar divisas en base a estos precios.

Para exportaciones a consignación de productos perecibles en estado natural, el valor del ingreso de las divisas se determinará de acuerdo a los documentos originales remitidos por el importador.

Son de ingreso obligatorio las divisas correspondientes al valor agregado nacional, incorporado en los bienes reexportados bajo el régimen de maquila. El ingreso de divisas debe efectuarse durante el proceso de maquila y hasta 15 días posteriores a la emisión del Acta de Finiquito que emite el Ministerio de Finanzas y Crédito Público.

Nota Aclaratoria No Entrega de Divisas

Se trata de exportaciones que no requieren visto bueno, ni las diferencias de hasta USD 5 entre el valor del comprobante de ingreso de divisas y el valor FOB de la exportación. Se trata de trueque, recibándose un producto por el 100% del valor FOB del producto que se envía. Si el valor exportado es superior a la importación, se ingresará la diferencia en el plazo del contrato.

Son exportaciones temporales para perfeccionamiento pasivo o reimportación en el mismo estado. A menos que no se haga reimportación, debiéndose ingresar las divisas al valor FOB de exportación y pagarse la cuota redimible de la CORPEI.

Se exporten muestras sin valor comercial hasta por USD 5000 o su equivalente en otras divisas, en un año calendario.

Deducciones: gastos que pueden rebajarse del valor FOB

- Hasta el 15% por pago de comisiones al exterior y gastos consulares.
- Hasta el 30% de valor FOB, por exportación de productos del mar (congelados o industrializados) cuya pesca se haya realizado usando barcos extranjeros; con contrato de leasing.
- Costo del papel kraft y almidón o de insumos y materias primas ingresadas bajo el régimen de admisión temporal a depósitos industriales, para ser utilizados como cajas de cartón para exportaciones.
- Estas deducciones se registran en el FUE y se detallan en la factura comercial.

5. Justificación De Divisas

Justificación del cumplimiento de la obligación de ingreso de divisas

- a) En el caso de las divisas depositadas antes del embarque de las mercancías, el exportador entregará los comprobantes de depósito a los bancos o sociedades financieras, previo a dicho embarque. Para la aplicación de las divisas así depositadas, deberá hacer constar en cada Formulario Único de Exportación y en cada factura comercial, al momento de la declaración aduanera, el número de los comprobantes y los valores que se aplican a la respectiva exportación;
- b) En el caso de las divisas depositadas después del embarque de las mercancías, el exportador deberá entregar a los bancos o sociedades financieras, dentro del plazo que tiene para ingresar las divisas, los comprobantes de depósito y una carta instructiva que contendrá el número de los comprobantes y de los Formularios Únicos de Exportación a los cuales deberán aplicarse dichas ventas, así como los valores correspondientes a cada exportación.

Nota Aclaratoria

En las exportaciones a consignación y en todos los casos de deducción y de excepción, los exportadores deberán presentar a los bancos los documentos justificativos que señale el Reglamento de Comercio Exterior expedido por el Gerente General del Banco Central, dentro de los plazos que éste establezca.

Fuente: Regulaciones del Banco Central

6. Declaración - cupón cuota redimible CORPEI

En el momento del ingreso de divisas, el exportador deberá efectuar también el pago de la cuota redimible de la CORPEI. La Ley de Comercio Exterior e Inversiones, LEXI, determina en el literal e) del artículo 22

"Las cuotas redimibles del 1.5 por mil (uno punto cinco por mil) sobre el valor FOB de las exportaciones del sector privado; excepto aquellas de US\$ 3.333,00 (tres mil trescientos treinta y tres dólares de los Estados Unidos de América) o menores, las cuales deberán aportar US\$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América); del 0.50 por mil (cero punto cincuenta por mil) del valor FOB de las exportaciones de petróleo y sus derivados, y del 0.25 por mil (cero punto veinticinco por mil) sobre el valor FOB de toda importación, excepto aquellas menores a US\$ 20.000,00 (veinte mil dólares de los Estados Unidos de América), las cuales deberán aportar US\$ 5,00 (cinco dólares de los Estados Unidos de América)."

TRÁMITES OBLIGATORIOS

Producto	Trámite	Tramitación
Café	Código de la Organización Internacional del Café, OIC	MICIP (Dirección de Comercio Exterior o Subsecretarías Regionales).
Café	Inscripción del exportador	COFENAC
Café (excepto industrializado)	Contribución Agrícola: 2% del valor FOB (Ley Especial del Sector Cafetalero).	Pago en Banco Corresponsal del BCE
Café	Certificado de Calidad y Variedad de Café	MAG, ANECAFE y COFENAC
Cacao en grano y derivados	Certificado de Calidad	ANECACAO
Cacao y derivados (licor, pasta, manteca, torta, polvo de cacao, otros).	Certificado de calidad	Corporación Bolsa Nacional de productos Agropecuarios
Productos del mar y acuícolas, a USA.	Certificado de Aplicación de Normas de la Reglamentación HACCP.	Instituto Nacional de Pesca
Productos del mar para empresas empacadoras	Clasificarse en la Dirección General de Pesca como productor-exportador	Instituto Nacional de Pesca
Sector maderero	Permiso especial de transporte (Guía Forestal)	Distrito Forestal
Banano y plátano	Aportación para reconstrucción de carreteras: 0.7%	CORPECUADOR

**TRÁMITES COMPLEMENTARIOS: CERTIFICADOS NO EXIGIBLES
PARA EL TRÁMITE.
PUEDEN SER SOLICITADOS POR EL IMPORTADOR**

Certificado de Calidad j	
Instituto Nacional de Pesca jProductos del mar y derivados	
Instituto Ecuatoriano de Normalización jConservas alimenticias! Respectivos Programas Nacionales jCafé y cacao!	
Certificado de Origen i	
Garantiza el origen de los productos a fin de que, gracias a las preferencias arancelarias existentes entre ¡ciertos países; el importador pueda justificar la exoneración total o parcial de los impuestos arancelarios. l	
COFENAC y Aduana j Cámara de Acuicultura MICIP Cámaras de la Producción: Artesanía, jde Comercio, de Industriales, de Pequeños Industriales; jy FEDEXPOR. SMICIP/Subsecretaría Rec. Pes. jMICIP/ Embajada de EUA	Café en grano y solublejPara ALADI v CAN Camarón Sector automotor Otros productos Con preferencia arancelaria (SPG v LPAA) ; Productos pesqueros Otros productos
Certificados sanitarios	
jDepartamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura j Ganadería. Servicio Ecuatoriano de Agropecuaria, SESA, 0 Inspector de Cuarentena Vegetal en puertos, aeropuertos y aduanas.	Certificado fitosanitario: para productos de origen j vegetal no industrializados.
ISESA	Certificado de residualidad de plaeucidasiparaiflores naturales exportadas a Uruguay
j Instituto Nacional de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar frutas v hortalizas frescas a la UE
\ Departamento de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura, SESA jveterinario acreditado	Certificado zoonosanitario: para exportar animales, productos y subproductos de origen animal. í Certificado de vacunación v/o salud: para exportar l animales vivos.
jInstituto Nacional de Pesca	Certificado ictosanitario: para productos del mar v i derivados.
jInstituto Izquieta Pérez	Certificado sanitario: para exportar productos del mar frescos a la Comunidad Económica Europea
Registro sanitario	
jProductos alimenticios industrializados, aditivos, medicamentos 0 materia prima para elaborarlos,! jProductos farmacéuticos, productos de tocador, plaguicidas. Se solicita registro para exportación, ' [adjuntando documentos y muestras al Instituto de Higiene Leopoldo Izquieta Pérez. Certificado de libre venta en e! país jAplicable a medicinas, alimentos, productos de higiene 0 cosméticos, plaguicidas, material médico! jquirúrgico Trámite en el Ministerio de Salud Pública Certificado de elegibilidad de cuotas jPara exporta azúcar a Estados Unidos.jjTrámite en la Embajada de Estados Unidos y el MICIP Factura 0 visa consularj jPueden exigirla en Argentina, Colombia, Haití, Honduras, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana! Uruguay, Venezuela, Portugal, Nigeria. l	

Anexos 2

Normas Para El Envío De Paquetes

Cuál Es El Tipo De Mercancía Que Puede Catalogarse Para Envío:

Se transportan documentos que contengan cualquier mensaje, información o datos enviados, por papeles, cartas, fotografías o medios magnéticos o electromagnéticos, de tipo bancario comercial, judicial, de seguros, de prensa, catálogos entre otros, excepto software. También el pedido o encomiendas pueden ser medicamentos con prescripciones médicas, prótesis, muestras de todo tipo, semillas, perfumes, cosméticos y partes, piezas y elementos de reposición de maquinaria industrial, agrícola o de transporte. El resto de mercancías que no se logran encasillar dentro del concepto anterior son sometidas a tratamiento normal

Tienen Restricciones Los Encargos Que Se Realicen Por Esta Vía

Las restricciones dependen exclusivamente de las normas y exigencias de cada una de las aduanas de los países en el contexto internacional. Existe gran variedad de productos que requieren de permisos o certificados adicionales.

Qué Productos No Se Pueden Enviar Bajo El Concepto Courier

En el comercio internacional existen algunos tipos de artículos que no se pueden mandar bajo este concepto, tales como: joyas, dinero, documentos de valor, animales vivos, mercancías peligrosas (explosivos, químicos, etc.)

Existe Alguna Modalidad Para Transportar Mercancías Peligrosas

Los implementos peligrosos generalmente no pueden ser transportados por aire. De ser un producto de muy alto riesgo, por ejemplo: químicos, sólo será transportado en un avión tipo carguero. En estos casos, el servicio se brinda sólo hasta el aeropuerto de destino y el consignatario es quien se debe encargar de realizar los trámites ante la aduana.

Qué Documentos Se Deben Tener En Cuenta Para Realizar Un Envío

- Guía Courier: Este documento da cuenta del contrato entre el exportador y la empresa de correo rápido o Courier, también se conoce como conocimiento de embarque. Hay que tener en cuenta que se debe diligenciar este documento cada vez que se realice un envío, especificando el contenido de cada uno de los paquetes relacionados en este.

-Manifiesto Courier: Este trámite contiene la individualización de cada una de las guías Courier que transporta un mensajero internacional, es decir, la persona natural contratada por la compañía de correo rápido para ser el portador de la mercancía, bien sea por vía aérea o terrestre. Las mercancías se presentan y se entregan a la Aduana con el fin de acceder al tratamiento Courier. Es importante conocer que el manifiesto Courier podrá ser presentado en forma manual o vía electrónica, permitiendo su presentación ante la Aduana, respectiva en forma anticipada, esto es, antes de que el respectivo vehículo o mensajero arribe al país.

Es por ello que nuestra empresa abarcara todas las normas y restricciones que dicta la ley de aduana para el cumplimiento adecuado y el buen funcionamiento del mismo.

Limitaciones Aduaneras

MORLACOEXPRESS será legalmente constituida por lo que se registrará a todas las normas establecidas por la ley de aduanas. Como toda empresa tendremos ciertos limitantes y restricciones en los envíos y recepción de paquetes y mucho con la aerolínea que estaremos trabajando, entre estos están;

- En caso de contener el sobre caja o paquete algún documento o bien de valor (títulos, valores, cheques, pagarés, etc.; Joyas, cristales, artefactos y otros) EL CLIENTE se encuentra en la obligación de ASEGURARLO, acompañando la guía de remisión, comprobante de pago o lista de contenido, y pagando el 2% del valor declarado. En caso siniestro, pérdida o robo, el monto de la indemnización será menos el deducible de la póliza de seguro.

- La declaración que puede realizar EL CLIENTE referente al contenido de los sobres, cajas o paquetes de materia de transporte y receptadas debidamente cerrados por LA EMPRESA, es una declaración unilateral que no es constatada ni verificada por LA EMPRESA, por respeto al derecho constitucional a la privacidad y por no incurrir en violación de la correspondencia. Sin embargo, de acuerdo a disposiciones legales vigentes sobre la materia y Directiva de la Dirección General de Correos, LA EMPRESA se reserva el derecho de solicitar a EL CLIENTE abra personal y directamente los sobres, paquetes o cajas materia de envío, para verificar que su contenido no transgrede las prohibiciones de ley. Hecha esta verificación, EL CLIENTE procederá también de manera personal y directa, a cerrar su envío.

- En caso EL CLIENTE se niegue a abrir los sobres, paquetes o caja materia de envío, se dejará constancia de este hecho en documento suscrito por EL CLIENTE. De existir indicios que el sobre, paquete o caja contiene artículos prohibidos de transporte, LA EMPRESA no está en la obligación de aceptarlos. De insistir o exigir EL CLIENTE en su transporte dejará constancia de este hecho ante la autoridad policial y/o administrativa correspondiente y las razones por las que no se traslada el envío.

- EL CLIENTE se encuentra prohibido de transportar dinero en efectivo, armas, municiones, explosivos, o cualquier material inflamable, corrosivo, tóxico o peligroso, así como las sustancias, materiales, carnes, pescados y especies vivas, cuya comercialización, tenencia, o transporte se encuentra prohibida o restringida. Siendo responsable por cualquier perjuicio que pudiera ocasionar a LA EMPRESA o a terceros.

Así mismo LA EMPRESA no se responsabiliza por el transporte de productos perecibles o con vencimiento en corto plazo, como puede ser medicinas que requieren especiales condiciones de mantenimiento (permanentemente refrigeradas) o cuyo vencimiento opera en uno o dos días computados a partir de su recepción, en razón de las eventualidades mencionadas.

INEC

“De acuerdo a las estadísticas realizadas el INEC en las provincias de Azuay y Cañar, la migración de parientes a los EEUU. En los últimos años, en la medida en que las oportunidades de desempleo y subempleo han disminuido, cientos han asumido el riesgo de migrar hacia los EEUU, particularmente hombres jóvenes, muchos recién casados y generalmente con niños pequeños, que alguna vez miraron hacia las herencias de tierra como la forma de construir sus propios hogares, ahora fijan su mirada en los EEUU, especialmente hacia New York y Chicago, a trabajos en restaurantes y servicios. Desde la mitad de la década de los 60, se estima que alrededor de 400.000 ecuatorianos, casi el 80% de las provincias de Azuay y Cañar, han migrado a los Estados Unidos y se estima que el 70% han entrado a los EEUU como indocumentados”¹³.

Por lo que nosotros como empresa brindaremos un servicio eficiente y efectivo a través de estrategias que nos permitirá captar y retener a nuestros clientes.

Ya que en esta zona está el mayor número de población que utilizara nuestro servicio y obviamente sus familiares en el Ecuador que residen específicamente en las zonas de Cañar, Azogues, Vivirían, Cuenca entre otras.

De acuerdo a encuestas realizadas corresponden al 80% de quienes reciben y envían paquetes al exterior.

Es por ello que la Empresa receptara de EL CLIENTE, un sobre, caja o paquete, absolutamente cerrado y se obliga a trasladarlo a la ciudad indicada en el más breve plazo. Este traslado encuentra sujeto a la disponibilidad de la aereolina LAN CHILE es decir de acuerdo a los días que vaya a transportar la mercadería, que son tres días. El precio del servicio pactado es el que figurara en la factura.

Anexo 3

ENCUESTA ESTADOS UNIDOS

1. Envía usted paquetes o correspondencia a Ecuador

SI NO

2. Recibe usted paquetes o correspondencia de Ecuador

SI NO

3. Con que frecuencia envía o recibe paquetes del exterior

Semanal

Quincenal

Mensual

Semestral

Anualmente

4. Qué tipo de encomienda envía hacia Ecuador

Electrónica

Alimentos enlatados

Alimentos crudos

Bebidas alcohólicas

Cigarrillos

Hierbas medicinales

Ropa

Medicina

Otros especifiquen _____

5. Qué tipo de encomiendas recibe de Ecuador

Alimentos cocinados

- Alimentos enlatados
- Alimentos crudos
- Bebidas alcohólicas
- Cigarrillos
- Hierbas medicinales
- Ropa
- Medicina
- Otros especifiquen _____

6. En qué tiempo recibe usted las encomiendas

- Entre 1 y 3 días
- Entre 3 y 5 días
- Entre 5 y más

7. Le gustaría que sus encomiendas le entreguen a su domicilio

- SI NO

8.Cuál es el tamaño que envía regularmente a Ecuador en Kg

- 0, 5 kg
- 1 kg
- 1, 5 kg
- 2, 0 kg
- 2, 5 kg
- 3,0 kg
- 3,5 kg
- Más de 3,5 kg

9. Cuanto estaría usted dispuesto a pagar en importación de encomiendas

Documentos:

0,5 kl		1 kl	
\$30 a \$35	<input type="checkbox"/>	\$40 a \$45	<input type="checkbox"/>
\$35 a \$40	<input type="checkbox"/>	\$45 a \$50	<input type="checkbox"/>
\$40 a 45	<input type="checkbox"/>	\$50 a \$55	<input type="checkbox"/>

Paquetes

0,5 kl		1 kl	
\$40 a \$45	<input type="checkbox"/>	\$60 a \$65	<input type="checkbox"/>
\$45 a \$50	<input type="checkbox"/>	\$65 a \$70	<input type="checkbox"/>
\$50 a \$55	<input type="checkbox"/>	\$70 a \$75	<input type="checkbox"/>

10. Como le gustaría que se llamase la empresa

Mundo Express

Ecu Express

Morlaco Express

Anexo 4

ENCUESTA ECUADOR

1. Envía usted paquetes o correspondencia a Estados Unidos

SI NO

2. Recibe usted paquetes o correspondencia de Estados Unidos

SI NO

3. Con que frecuencia envía o recibe paquetes del exterior

Semanal

Quincenal

Mensual

Semestral

Anualmente

4. Qué tipo de encomienda envía hacia Estados Unidos

Alimentos cocinados

Alimentos enlatados

Alimentos crudos

Bebidas alcohólicas

Cigarrillos

Hierbas medicinales

Ropa

Medicina

Otros especifiquen _____

5. Qué tipo de encomiendas recibe de Ecuador

Alimentos cocinados

Alimentos enlatados

Alimentos crudos

Bebidas alcohólicas

- Cigarrillos
- Hierbas medicinales
- Ropa
- Medicina
- Otros especifiquen _____

6. En qué tiempo recibe usted las encomiendas

- Entre 1 y 3 días
- Entre 3 y 5 días
- Entre 5 y más

7. Le gustaría que sus encomiendas le entreguen a su domicilio

- SI NO

8.Cuál es el tamaño que envía regularmente a Estados Unidos en Kg

- 0, 5 kg
- 1 kg
- 1, 5 kg
- 2, 0 kg
- 2, 5 kg
- 3,0 kg
- 3,5 kg
- Más de 3,5 kg

9. Cuanto estaría usted dispuesto a pagar en importación de encomiendas

Documentos:

- | | |
|--|--|
| 0,5 kl | 1 kl |
| \$2.5 a \$3.0 <input type="checkbox"/> | \$4,5 a \$5,0 <input type="checkbox"/> |
| \$3,5 a \$4,0 <input type="checkbox"/> | \$5,5 a \$6,0 <input type="checkbox"/> |
| \$4,0 a \$4,5 <input type="checkbox"/> | \$6,5 a \$7,0 <input type="checkbox"/> |

Paquetes

0,5 kl

1 kl

\$4.5 a \$5.0

\$7,5 a \$8,0

\$5,5 a \$6,0

\$8,5 a \$9,0

\$6,5 a \$7,0

\$9,5 a \$10,0

10. Como le gustaría que se llamase la empresa

Mundo Express

Ecu Express

Morlaco Express