



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

Propuesta de un estudio de pre factibilidad de la apertura de una sucursal
de la Empresa de servicios Courier en el cantón Quinsaloma

Autora: Herrera Ulloa Jenny Elizabeth

Tutor: Ing. Com. Marlo López Perero Mba.

Guayaquil – Ecuador

2022

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Pagina
Portada.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	IV
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	V
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	VI
RESUMEN.....	VII
ABSTRACT.....	VIII
ÍNDICE GENERAL.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XII
CAPÍTULO I	1
1 EL PROBLEMA	1
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.2 Ubicación del problema en un contexto.....	3
1.3 Situación conflicto.....	5
1.4 Delimitación del problema:.....	5
1.5 Formulación del problema:.....	6
1.6 Variables de la investigación.....	6
1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	6
1.7.1 Objetivo general.....	6
1.7.2 Objetivos específicos.....	6
1.8 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
CAPÍTULO II	9
2 MARCO TEÓRICO	9
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.2 Antecedentes históricos.....	9
2.3 Antecedentes teóricos.....	12
2.3.1 Estudios de Pre factibilidad.....	12

2.3.2	Estudio financiero	13
2.3.3	Viabilidad financiera	15
2.3.4	Tipos de transportación	23
2.3.5	Tipologías de estrategia de envíos	24
2.4	MARCO LEGAL	26
2.5	DEFINICIONES CONCEPTUALES	30
CAPÍTULO III	35
3	MARCO METODOLÓGICO	35
3.1	Datos de la empresa	35
3.2	Misión.....	36
3.3	Visión.....	36
3.4	Tipos de investigación.....	39
3.4.1	Investigación exploratoria.....	39
3.4.2	Investigación descriptiva.....	40
3.4.3	Investigación explicativa	41
3.4.4	Investigación correlacional	42
3.5	Población y Muestreo	42
3.6	Delimitación de la población.....	43
3.7	Muestra	44
3.7.1	Tipos de muestras.....	45
3.8	Métodos y técnicas de investigación.....	46
CAPÍTULO IV	54
4	ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	54
4.1	Aplicación a las técnicas con los instrumentos	54
4.2	PLAN DE MEJORAS.....	67
4.3	Conclusión	69
4.4	Recomendación	70
4.5	Bibliografía	71
4.6	ANEXO	74

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Pagina
Tabla 1 Tarifas de envío Ecuador	18
Tabla 2 Plantilla de trabajadores.....	37
Tabla 3 Planificación Los Ríos.....	43
Tabla 4 Población	44
Tabla 5 Tipos de muestra probabilísticas.....	45
Tabla 6 Tipos de muestras no probabilísticas.....	46
Tabla 7 Muestra	46
Tabla 8 Métodos y técnicas de recopilación de información	48
Tabla 9 Frecuencia	55
Tabla 10 Pedidos	56
Tabla 11 Monto	57
Tabla 12 Pago.....	58
Tabla 13 Servicio	59
Tabla 14 Inconformidad	59
Tabla 15 Sistema	60
Tabla 16 Transporte.....	61
Tabla 17 Importancia	62
Tabla 18 Apertura	64
Tabla 19 Plan de Mejoras	67

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	Pagina
Gráfico 1 Logo	36
Gráfico 2 Estructura organizacional	36
Gráfico 3 Frecuencia.....	55
Gráfico 4 Pedidos	56
Gráfico 5 Monto	57
Gráfico 6 Pago	58
Gráfico 7 Servicio.....	59
Gráfico 8 Inconformidad.....	60
Gráfico 9 Sistema	61
Gráfico 10 Transporte	62
Gráfico 11 Importancia.....	63
Gráfico 12 Apertura.....	64

CAPÍTULO I

1 EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La extremada competitividad de los mercados ha convertido al transporte en uno de los ejes principales de las decisiones del comercio internacional. En los esquemas de integración también se verifica una interesante evolución respecto de la importancia del transporte, en cuanto se diversifica y se potencia la concurrencia de los socios al mercado regional, y aumenta la competencia. El costo del transporte se hace estratégico para el aprovechamiento de las preferencias arancelarias. Al combinarse distintas formas de transporte se plantean serias dificultades en cuanto a su implementación debido a que cada una se rige por su régimen legal específico, y podría generar conflicto de leyes. Sin embargo, se ha demostrado que el uso de algunas rutas para el traslado de mercancías minimiza los costes de envío (Anaya, 2009)

Según Estrada (2007) las redes de transporte de mercancías surgen por la necesidad de conectar y transportar los bienes de consumo desde su punto de producción (localización empresa) hasta el mercado (clientes). En la fase de distribución, la mercancía puede ser transportada con una gran variedad de modos de transporte (por ferrocarril, transporte aéreo, marítimo, fluvial o por carretera) y puede realizar varias paradas en almacenes o nodos de cambio modal hasta llegar a su destino final. La configuración de la red de transporte condiciona los costes de distribución de la mercancía así como la planificación y organización temporal de la cadena de suministro de los productos al mercado. (Coto & Lopez, 2007)

Un hecho que ha caracterizado el sistema de transporte de mercancías ha sido el nacimiento de empresas dedicadas exclusivamente a los servicios de transporte, los operadores logísticos. En las redes de distribución tradicionales, la empresa de producción organiza y gestiona su propia red de transporte, de forma que realiza los envíos de transporte desde un número limitado de sus plantas de producción hasta cada cliente o mercado. Sin embargo, las ineficiencias de estas redes por las asimetrías de los envíos, su variación temporal o los altos costes de inversión necesarios para vehículos o recursos han producido la externalización de la distribución de sus productos a terceras empresas. (Crainic, 2003)

Las actividades postales son un elemento esencial a través del cual se articula la comunicación en sus diversos ámbitos: personal, empresarial, de la administración, etc. El desarrollo experimentado por las tecnologías de la información y de la comunicación en la última década, dando origen a canales potencialmente sustitutivos de los productos postales tradicionales, no ha reducido la relevancia estratégica de los mercados postales tradicionales.

Al multiplicarse de forma significativa las necesidades de comunicación de individuos y organizaciones, el volumen de envíos postales ha logrado mantenerse en un nivel estable, aunque no ha crecido al mismo ritmo que lo hizo en las dos décadas precedentes. (Vergara, 2015)

De igual manera, las nuevas tecnologías han favorecido la ampliación del ámbito natural del sector postal. En este sentido, los operadores nacionales de los países más desarrollados han sido capaces de añadir a sus productos postales tradicionales – carta ordinaria, envíos publicitarios o paquetes postales – nuevos productos, como el correo híbrido, los servicios logísticos, los servicios a través de Internet, etc. (Vergara, 2015)

1.2 Ubicación del problema en un contexto

La necesidad de crear una empresa de carga internacional con distribución puerta a puerta nace por el deseo de contribuir a mejorar el servicio que actualmente es ofertado por unas cuantas empresas en el Ecuador en sus diferentes ciudades así mismo una sucursal en el cantón Quinsaloma como un agregado a su portafolio de productos pero que no es tratado con la dimensión e importancia que merece.

Según Hill (2001) durante los últimos 30 años ha habido cambios acelerados en lo que respecta al flujo de bienes, la mayor parte de los obstáculos tanto físicos como virtuales han desaparecido haciendo que el volumen de comercio e inversión internacional haya crecido de forma apresurada. Esto es una evidencia a favor de una mayor integración de las economías nacionales en un sistema global e interdependiente donde es necesario el trabajo estrecho y en equipo para lograr el desarrollo y fortalecimiento en los sistemas de negocio que se generan. Como se puede apreciar, la creciente complejidad del comercio exterior hace que las empresas exportadoras e importadoras tengan un planteamiento más sistemático y sincronizado que le permitan reducir los costos de la cadena logística y acercarse con mayor eficiencia a los consumidores internacionales. El presente trabajo plantea una posible solución a este requerimiento creciente en los negocios nacionales, en función de las siguientes variables.

El Sector Postal en el Ecuador: El servicio postal a nivel mundial se rige en los principios de:

- **Universalidad:** Las Unidades Postales a nivel mundial están regidas por leyes, reglamentos y normas contenidas en las Actas de la Unión Postal Universal.
- **Confiabilidad:** El servicio Postal garantiza que la correspondencia será manejada de forma secreta, confidencial y seguridad en la llegada a sus destinos.

- Rapidez: El servicio Postal debe tratar de que la correspondencia llegue en el menor tiempo posible a su destino.

En 1794, en el Ecuador se estableció el primer servicio de correos, formalizado con documentos y títulos legalizados se empezó a desarrollar esta actividad en el país. En Ecuador, el sector postal tradicionalmente fue considerado como un servicio público y reservado para la prestación exclusiva y directa del estado, actualmente atraviesa por grandes transformaciones a partir de:

- La liberalización y desregulación de los servicios postales.
- La participación creciente del sector privado en la prestación de los servicios postales.
- La conformación de una nueva red de relaciones entre las empresas postales, con dominio en algunos servicios de las empresas multinacionales.
- El dominio de las empresas multinacionales, particularmente en algunos servicios postales como el de paquetería.

Ecuador es un país altamente consumidor, por esta razón se marca una brecha en importaciones y exportaciones en todos los indicadores incluyendo al negocio de servicios courier se encuentra en etapa de crecimiento y presenta un nivel de competencia alto; actualmente tanto en procesos de formalización en el cual a través de herramientas jurídicas se busca estructurarlo, y crear normas que vayan encaminadas al control y seguimiento del comportamiento de las empresas pertenecientes a este sector.

Además, el auge del internet ha acelerado los cambios en esta negociación y ha obligado a las empresas a ponerse a la par con la tecnología buscando nuevos aliados estratégicos que fortalezcan su portafolio de servicios.

Estas transformaciones han producido una disminución en el envío de

documentos por las posibilidades que brinda el correo electrónico, también se han generado nuevas maneras de llevar a cabo las operaciones normales de las empresas dedicadas a este tipo de negocio.

Las alianzas estratégicas en el sector de courier se caracterizan por darse entre las empresas internacionales y nacionales, así, las multinacionales utilizan courier locales como puerta de entrada a Ecuador, con la finalidad de dar a conocer su servicio y posicionarse en el mercado.

Un factor clave en esta industria es la logística, ya que el comercio electrónico y la exigencia cada vez mayor de los clientes por acceder a Información en tiempo real sobre la ruta que siguen sus envíos, ha generado cambios importantes en el modo de operar de las compañías de mensajería.

1.3 Situación conflicto

La Empresa de servicios Courier dedicada al servicio de mensajería, paquetes y productos el cual es transportado de un lugar a otro, la matriz está ubicada en Guayaquil. En la actualidad no existen antecedentes de una sucursal de la empresa en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos, la cual asegure el desarrollo productivo en este Cantón para lo cual se realiza un estudio de pre factibilidad financiera.

El propósito de este proyecto de investigación busca hacer un estudio de prefactibilidad financiera para establecer la viabilidad financiera de la apertura de una sucursal. Por esa razón, se debe realizar una evaluación utilizando las siguientes herramientas financieras Tasa Interna de Retorno (TIR), Valor Actual Neto (VAN), B/C y PRI periodo de recuperación de la inversión, de hecho dependerá del resultado del presente estudio de pre factibilidad conocer si el inversionista decide invertir o no.

1.4 Delimitación del problema:

Campo: Contabilidad Financiera

Área: Estudio de Pre factibilidad

Aspectos: Costos de servicios, establecimiento de la viabilidad financiera

Contexto: Empresa Courier del cantón Quinsaloma

Provincia: Los Ríos

Cantón: Quinsaloma

Periodo: 2021

1.5 Formulación del problema:

¿Cómo determinar los costos del servicio del courier para establecer la viabilidad financiera de la apertura de una sucursal de la Empresa de servicios Courier en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos, periodo fiscal 2021?

1.6 Variables de la investigación

Variable independiente: Costo de servicio de Courier

Variable dependiente: Viabilidad financiera

1.7 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.7.1 Objetivo general

Elaborar una propuesta de un estudio de pre factibilidad para establecer la viabilidad financiera de la apertura de una sucursal de la Empresa de servicios Courier en el cantón Quinsaloma.

1.7.2 Objetivos específicos

- Fundamentar desde la teoría de la Contabilidad Financiera lo relacionado con los estudios de pre factibilidad en función de establecer la viabilidad financiera en la apertura de la sucursal de las Empresas de servicios Courier.

- Cuantificar los costos de la inversión al realizar por la apertura de una sucursal de la Empresa de servicio Courier en el cantón Quinsaloma para establecer viabilidad financiera.
- Estructurar el estudio de pre factibilidad de la apertura de una sucursal de la Empresa de servicios Courier en el cantón Quinsaloma, a fin de establecer la viabilidad financiera.

1.8 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

En el Cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos, en la indagación preliminar se determina que no existe un estudio de pre factibilidad reciente que sirva como instrumento para evaluar la viabilidad financiera, que determine si la apertura de la sucursal será viable o no en el transcurso del tiempo además no existe ningún otro tipo de análisis que se hayan realizado.

Es necesario recalcar que el actual trabajo investigativo es conveniente para la creación de la sucursal de la Empresa Courier en el cantón Quinsaloma, la cual permite tener una visión clara de los servicios que va a brindar y las operaciones que van a desarrollar; y/o entender las necesidades de los consumidores que desean hacer sus envíos de documentación y paquetes se realicen de forma oportuna y sobre todo segura.

Así mismo la ubicación geográfica en la cual se planea colocar la sucursal tiene un alto impacto en la relevancia social, dado que está ubicado en el cantón Quinsaloma, provincia de Los Ríos la cual está considerada como punto estratégico en el ámbito comercial, ya que está alinderando con la Provincia de Bolívar y Cotopaxi en cuanto a población, producción y desarrollo comercial.

La actual tesis tiene una importancia intrínseca en la implicación práctica en la creación de la sucursal de la empresa de servicios Courier, la cual prestará sus servicios de transporte y distribución dentro de la ciudad de Quinsaloma, por cuanto lo que se pretende es crear un propuesta basada

en los resultados que se obtengan del estudio de pre factibilidad, utilizando el mismo trayecto o ruta de transporte, que podrá ser compartido por varios clientes con mejores tiempos de respuesta.

Esta investigación se realiza con el propósito de aportar el valor teórico al conocimiento existente sobre el estudio de pre factibilidad, cuyos resultados podrán sistematizar en una propuesta la cual aporta conocimientos a futuras investigaciones que estén relacionadas a la problemática planteada en la actual investigación, para así ser incorporados en futuros negocios, ya que se estará demostrando la pre factibilidad de una sucursal de servicios courier.

La importancia de la utilidad metodológica de la actual investigación y la aplicación del estudio de pre factibilidad dan los procesos que son utilizadas para la actual investigación y para otras investigaciones, una vez que hayan sido demostrado su procedibilidad para establecer el mecanismo necesario en el ámbito contable mediante ratios financieros.

prohibidas por la legislación vigente.

- Prohibición de transportar dinero en efectivo.

Resoluciones del Servicio de Rentas Internas

Las disposiciones que el SRI manifiesta para las empresas Courier, se presentan mediante la siguiente resolución:

Las Guías de Transporte o Remisión de Empresas Courier están contenidas en la Resolución No. 319 emitida por el SRI en los siguientes términos:

Art.1.- Las empresas de Courier inscritas en el Ministerio de Obras Públicas y Comunicaciones y autorizadas por la Dirección Nacional del Servicio de Aduanas para realizar el traslado de mercaderías dentro del país, de manera individual podrán presentar al Servicio de Rentas Internas sus solicitudes tendientes a que se les autorice el uso de sus guías de transporte como guías de remisión para el envío de correspondencia, secogramas, pequeños paquetes de hasta 7 kilogramos. Además de sacas especiales que contengan esos mismos bienes con un límite de peso de 30 kilogramos.

Las empresas Courier domiciliadas en el Ecuador, tienen la obligación de contar con el RUC correspondiente.

Ley de Compañías

Las empresas Courier domiciliadas en el país, al igual que cualquier otra empresa, deberán constituirse al amparo de la Ley de Compañías, y presentar sus balances de situación a la Superintendencia de Compañías. Las empresas Courier están explícitamente autorizadas para realizar transferencias y giros, además de transportar mercancías, lo que les habilita para realizar actividades de recepción y envío de dinero hacia y desde el Ecuador. Es decir, la única prohibición vigente constituye el transporte de dinero físico, de acuerdo al Reglamento Específico sobre las Regulaciones Aduaneras a que estarán sujetas las Empresas de

Tráfico Postal internacional y correos rápidos o Courier.

2.5 DEFINICIONES CONCEPTUALES

Estudio de mercado

Se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización; Aunque la cuantificación de la oferta y la demanda pueda obtenerse fácilmente de fuentes de información secundarias en algunos productos, siempre es recomendable la investigación de las fuentes primarias, ya que proporcionan información directa, actualizada y mucho más confiable que cualquier otra fuente de datos. (Baca Urbina Gabriel- , 2010, pág. 7)

Mercado

Área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinado, o la posibilidad de brindar un mejor servicio que el que ofrecen los productos existentes en el mercado. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 12)

Demanda

Es la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado, así como establecer la posibilidad de participación del producto del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 15).

Muestreo

Selección de una pequeña parte estadísticamente determinada, para inferir el valor de una o varias características del conjunto, conviene señalar que existen dos tipos generales de muestreo: el probabilístico y el no probabilístico. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 27).

Oferta

Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado, el propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medirlas cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 41).

Precio

Es la cantidad monetaria a la cual los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio, sino que consiste en el costo de producción más un porcentaje de ganancias. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 44).

Comercialización

Es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar. Al realizar la etapa de prefactibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos investigadores simplemente informan en el estudio que la empresa podrá vender directamente el producto al público o al consumidor, con lo cual evitan toda la parte de comercialización. Sin embargo, al enfrentarse a la realidad, cuando la empresa ya está en marcha, surgen todos los problemas que la comercialización. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 48)

Costo

Es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costos de oportunidad), se trata de predecir lo que sucederá en el futuro. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 139).

Tasa interna de rendimiento

Es la tasa de descuento por la cual el VPN es igual a cero. Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 184).

Probabilidad

Un estado de la mente, porque representa la creencia en la posibilidad de que ocurra determinado evento, Así, esta creencia se convierte en una probabilidad subjetiva y a pesar de esto, la probabilidad es parte integral de la toma de decisiones económicas. (Baca Urbina Gabriel , 2010, pág. 206).

Administración financiera

Es muy importante en todo tipo de empresa, pues incluye bancos y otras instituciones financieras, así como empresas industriales y negocios al menudeo. (Weston, J.E y Brigharn, E., 1992, pág. 7)

Corporación

Es una entidad legal creada por un estado autónoma y distinta de sus propietarios y administradores, tiene una vida ilimitada y su propiedad es fácilmente transferible, su responsabilidad es limitada. (Weston, J.E y Brigharn, E., 1992, pág. 14)

Responsabilidad social

Concepto según el cual los negocios deben ocuparse activamente del bienestar de la sociedad a gran escala, las empresas tienen una responsabilidad ética por proporcionar un medio ambiente de trabajo

seguro, para evitar la contaminación de aire o del agua y por elaborar productos seguros. (Weston, J.E y Brigharn, E., 1992, pág. 19)

Estados de resultados

Documento que resume los ingresos y los gastos de una empresa a lo largo de un periodo contable, generalmente un trimestre o un año. (Weston, J.E y Brigharn, E., 1992, pág. 46)

Estados financieros

Es un conjunto de razones financieras cuyo propósito es revelar los puntos fuertes y débiles de una empresa en relación con los de otras compañías que participan dentro de la misma industria, y mostrar si la posición de la empresa ha estado mejorando o si se ha deteriorado a través del tiempo. (Weston, J.E y Brigharn, E., 1992, pág. 93)

Contabilidad Financiera

Se conforma por una serie de elementos tales como las normas de registro, criterios de contabilización, formas de presentación, etc., se le conoce como contabilidad financiera, debido a que expresa en términos cuantitativos y monetarios las transacciones que realiza una entidad. (Guajardo, C. G., & Andrade, d. G., 2008, pág. 18)

Empresas de servicio

Las empresas de servicios tienen como objetivo la prestación de alguna actividad intangible, algunos ejemplos de servicios son los que brindan algunos profesionales y los que ofrecen las organizaciones que se dedican a la limpieza de ropa o autos, a la estética de personas, animales u objetos, o a aspectos tan diversos como seguridad, transporte,

electricidad, plomería, entretenimiento y otros. (Guajardo, C. G., & Andrade, d. G., 2008, pág. 7)

Pre-factibilidad

El estudio de Pre-Factibilidad de un proyecto social y productivo; comprende la información recopilada del resultado del diagnóstico, la descripción de la línea base, el análisis del mercado, el tamaño, localización; disponibilidad de insumos, tecnología, mano de obra, monto de la inversión; marco físico, social y político, entre otros. (Granizo Lara, S. L., Granizo Lara, L. V., & Tapia Muñoz , M. L. , 2017)

Administrativos

Son efectos a causa de desconocimiento de los emprendedores en el campo administrativo tales como: No encontrarse preparado para administrar su propio negocio, control contable y administrativo es empírico, no contar con una estructura orgánica, no cuentan con un orgánico funcional, desconocer sobre la división del trabajo, las actividades a realizar y sus responsabilidades. (Granizo Lara, S. L., Granizo Lara, L. V., & Tapia Muñoz , M. L. , 2017)

CAPÍTULO III

3 MARCO METODOLÓGICO

3.1 Datos de la empresa

La Empresa de Servicios Courrier nace en 1990 reuniendo a diferentes profesionales en envíos con un reconocido prestigio desde hace más de 20 años en el país, garantizando día a día el transporte de documentos y el manejo de paquetes. La política de la empresa se ha basado en la seguridad, calidad y rapidez más aun en las necesidades de recepción y entrega puerta a puerta.

Está ubicada en las principales ciudades del país, Guayaquil, Quito Cuenca y Azuay, con el tiempo ha ofrecido y garantizado la satisfacción con el servicio más ágil y oportuno para nuestros clientes cumpliendo y superando las necesidades de nuestro país con el compromiso de todos nuestros colaboradores quienes contribuyen con el mejoramiento y el desarrollo del país.

3.2 Misión

Nuestra misión es entregar excelencia en el servicio y satisfacer de manera eficiente y confiable; ofreciendo soluciones logísticas y comunicación integral para el desarrollo de nuestro país, otorgando más confianza así mismo beneficiando el comercio y el desarrollo socio-económico a nivel nacional

3.3 Visión

Queremos llegar a ser una empresa exitosa para el 2026 en los varios servicios que ofrecemos, distribución y entrega de documentos, más aun consolidarnos como el mejor aliado logístico del país.

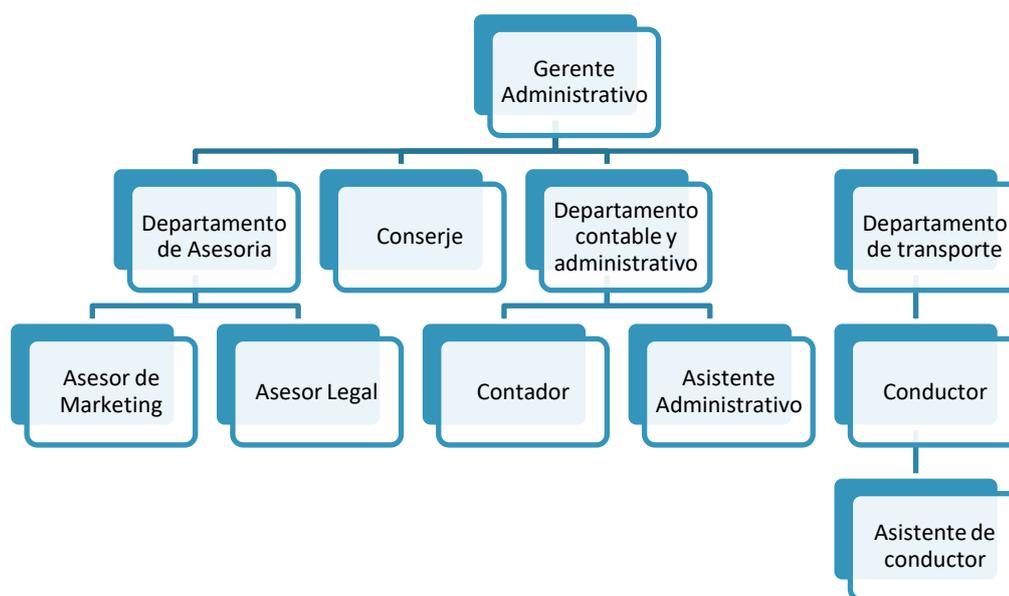
Gráfico 1 Logo



Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Estructura organizativa de la apertura de una sucursal Courier

Gráfico 2 Estructura organizacional



Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Plantilla total de trabajadores

Tabla 2 Plantilla de trabajadores

Gerencia y administrativo	Operaciones	Sección
Gerente Administrativo	Operador	A
Asesor Legal	Operador	A
Asistente Administrativo / Recepcionista	Personal de Recolección de Encomiendas	V
Contador	Personal de Recolección de Encomiendas	A
Asesor de Marketing / Vendedor	Mensajeros	V
Conserje	Operador	T

Conductor	Personal de Entrega de Encomiendas	T
Asistente Conductor	Personal de Entregas de Encomiendas	T

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Dónde:

A: Administración

V: Ventas

T: Técnico

Competidores

No existen competidores pero en las provincias aledañas si como:

- DIR
- PITS
- Castro Courier
- Express
- Servientrega
- Servicios faskex

Servicios

Los principales servicios es el transporte de:

- Paquetería liviana (carga)
- Documentos
- Valija Empresarial
- Mensajería

Diseño de investigación

Toda investigación parte con un enfoque cualitativo y cuantitativo, con el método cualitativo se aplica el método exploratorio por que ambos se aplican para recopilar información secundaria, ósea aquella información que encontramos en bibliotecas internet , revistas, periódicos además hay que señalar que los métodos antes descritos no manejan números ni datos estadísticos, también se aplicara el enfoque cuantitativo, este se vale del método descriptivo, explicativo y correlacional.

Los métodos que serán utilizados en el estudio son el método analítico y el método inductivo, las variables de la investigación al ser los principales elementos de estudio se analizarán mediante la obtención de información proveniente de fuentes secundarias con el objetivo de recabar todos los datos posibles para aumentar el conocimiento sobre el problema de la investigación y se complementarán con datos de fuentes primarias. El método inductivo es considerado en la presente investigación debido a que se rige por un proceso que va de lo particular a lo general lo que establece que mediante la observación de datos, el reconocimiento de patrones y extraer conclusiones generalizadas basados en esos patrones.

3.4 Tipos de investigación

3.4.1 Investigación exploratoria

Según Zikmund & Babin (2009) este tipo de investigación se realiza para aclarar situaciones ambiguas o descubrir potenciales ideas para desarrollar negocios. No intenta dar explicación respecto del problema, sino sólo recoger e identificar antecedentes generales, números y cuantificaciones, temas y tópicos respecto del problema investigado, sugerencias de aspectos relacionados que deberían examinarse en profundidad en futuras investigaciones. Su objetivo es documentar ciertas experiencias, examinar temas o problemas poco estudiados o que no han sido abordadas antes. Por lo general investigan tendencias, identifican

relaciones potenciales entre variables y establecen el “tono” de investigaciones posteriores más rigurosas.

Tal y como dice el autor los estudios exploratorios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas de comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecen prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones (postulados) verificables.

3.4.2 Investigación descriptiva

Según Mas Ruiz (2010), este tipo de investigación tiene como objetivo primordial la narración de la realidad, siendo sus principales métodos de recogida de información la encuesta y la observación. El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.

Las etapas de la investigación descriptiva según Mas Ruiz et. al (2010) son:

1. Examinar las características del problema escogido.
2. Definir y formular hipótesis.
3. Enunciar los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.

4. Elegir los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionar o elaborar técnicas para la recolección de datos.
6. Establecer, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permitan poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verificar la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizar observaciones objetivas y exactas.
9. Describir, analizar e interpretar los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

Mi trabajo es descriptivo porque se aplica en la especificación y describir los atributos del servicio por los que pagaría el cliente y en el desarrollo de encuestas.

3.4.3 Investigación explicativa

Es aquella que tiene relación causal; no sólo persigue describir o acercarse a un problema, sino que intenta encontrar las causas del mismo. Existen diseños experimentales y NO experimentales. Desde un punto de vista estructural reconocemos cuatro elementos presentes en toda investigación: sujeto, objeto, medio y fin. Se entiende por sujeto el que desarrolla la actividad, el investigador; Por objeto, lo que se indaga, esto es, la materia o el tema; Por medio, lo que se requiere para llevar a cabo la actividad, es decir, el conjunto de métodos y técnicas adecuados; Por fin, lo que se persigue, los propósitos de la actividad de búsqueda, que radica en la solución de una problemática detectada. (Sabino, C. (1992) El Proceso de Investigación. Extraído Febrero, 20, 2006 de la World Wide Web:<http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI-cap-4.htm>Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. Caracas : McGraw Hill)

Por medio de esta investigación se describe su problema para la apertura de una sucursal de servicios courier, por medio del estudio de pre-

factibilidad para así indagar y explicar los fenómenos que suscitan en el actual trabajo investigativo.

3.4.4 Investigación correlacional

Tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre dos o más conceptos o variables en un momento determinado. Se persigue determinar el grado y el sentido (positivo o negativo) en el cual las variaciones en una o varias variables independientes determinan la variación en otras dependientes. La utilidad y propósito principal de los estudios correlacionales es saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. La correlación no busca dar una explicación de causalidad a la relación entre las variables, máxime cuando la covariación no implica necesariamente que dicha relación exista. (Sabino, C. (1992) El Proceso de Investigación. Extraído Febrero, 20, 2006 de la World Wide Web:<http://paginas.ufm.edu/Sabino/PI-cap-4.htm>Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2003). Metodología de la Investigación. Caracas : McGrawHill)

3.5 Población y Muestreo

Dado que los posibles clientes de la empresa pueden ser de cualquier parte del Ecuador y pueden ser tanto a nivel de personas naturales como jurídicas desde Estados Unidos se ha procedido a utilizar métodos no probabilísticos para la fijación de la muestra, específicamente se ha usado la variante por “sujetos tipos”. Según Hernandez Sampieri (2008) se refiere al empleo de personas que cumplan con los atributos exploratorios y cualitativos que persigue el estudio del problema de la investigación. Se ha utilizado un tamaño de 150 usuarios.

Las razones por las que se utiliza un muestreo no probabilístico son las siguientes:

- El estudio aplica para personas que cumplan con un criterio fundamental y es que efectúen operaciones de intercambio comercial nacional e internacional. Si esto no se cumple no son elegibles.

Tipos de Población

Población finita. Es aquella cuyo elemento en su totalidad son identificables por el investigador, menores de 100.000 (Fidias, 2012)

Población infinita. Es aquella cuyos elementos es imposible tener un registro identificable. Mayores de 100.000 (Fidias, 2012)

Determinación de la población. Es la porción finita de la población objetivo a la que realmente se tiene acceso y de la cual se extrae una muestra representativa. (Fidias, 2012)

3.6 Delimitación de la población.

1. La población objetivo debe estar delimitada con claridad y precisión en el problema de investigación, interrogante y en el objetivo general del estudio
2. Deben estudiarse poblaciones FINITAS y ACCESIBLES. Esto facilitará la determinación de un tamaño muestral adecuado, ajustado a la disponibilidad y tiempo
3. Si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario tomar muestra

Tabla 3 Planificación Los Ríos

NOMBRE	GAD QUINSALOMA
FECHA DE CREACIÓN DEL CANTÓN	20/11/2007

POBLACIÓN TOTAL (AL 2020)	20.428
EXTENSIÓN	283.42Km ²
LIMITES	NORTE: Cantón Valencia y La Mana. SUR: Parroquia Zapotal y Cantón Ventanas. ESTE: Parroquia Moraspungo y Cantón Pangua (Cotopaxi) y Las Naves (Bolívar). OESTE: Parroquia San Carlos y Cantón Quevedo.
RANGO ALTITUDINAL	La altitud de esta zona fluctúa entre 28 – 40 m.s.n.m.

Fuente: Departamento de Estadística – GAD Quinsaloma

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Tabla 4 Población

Departamentos	Personal
Administrativa	3
Ventas	4
Técnicos	6
Clientes	150
Total	163

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

3.7 Muestra

Según Uwe, (2014 p.13) se define como muestra que: “Un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible.”

Dado que los muestreos no probabilísticos no implican el uso de alguna distribución estadística para medir o monitorear su tamaño este trabajo no incluye una estimación explícita del tamaño de la muestra. Como datos generales para la implementación de este proyecto hemos realizado el

siguiente levantamiento de información poblacional de acuerdo con lo indicado por el M.I GAD Municipal de Quinsaloma:

El Cantón Quinsaloma es el más joven de la provincia de Los Ríos y está ubicado en la parte Norte - Este, colindando con las provincias de Bolívar y Cotopaxi. Como Cantón, Quinsaloma fue creado el 20 de noviembre del año 2007, mediante publicación en el Registro Oficial N° 215, desprendiéndose del cantón Ventanas, del cual fue parroquia rural desde su creación en el año 1952, hasta la fecha de cantonización. Quinsaloma es uno de los 13 cantones de la provincia de Los Ríos; cuenta con una extensión aproximada de 283.42 km², que representa el 3,93% del territorio de la provincia. La división política administrativa, establece que este cantón está conformado únicamente por una parroquia urbana, que es su cabecera cantonal, Quinsaloma.

La provincia de Los Ríos, forma parte de la Zona 5 de Planificación - Litoral, circunscripción que comparte con las provincias de Guayas; Santa Elena; Bolívar y Galápagos. El cantón conforma el distrito administrativo de planificación 12D04 en conjunto con el cantón Ventanas, y toda la jurisdicción del cantón conforman el circuito 12D04C07.

3.7.1 Tipos de muestras

Según Fidias, (2012) para seleccionar la muestra se utilizan técnicas y procedimientos denominado muestreo, existen dos tipos básicos:

Tabla 5 Tipos de muestra probabilísticas

PROBABILISTO (ALEATORIO)	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo al Azar Simple
	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo al Azar Sistemático
	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo Estratificado

	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo Conglomerados por
--	--------------------------------------------------------------------------------

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Tabla 6 Tipos de muestras no probabilísticas

<p>NO PROBABILISTICO (NO ALEATORIO)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo Casual o Accidental
	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo Intencional u Opinático
	<ul style="list-style-type: none"> • Muestreo por Cuotas

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Tabla 7 Muestra

Áreas	Personal
Administrativa (Entrevista)	1
Técnicos. (Entrevista)	1
Clientes. (Encuesta)	150
TOTAL	152

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Se aplica el método de muestro no probabilístico intencional que permite al investigador determinar una muestra significativa, considera que 150 es una muestra significativa para los clientes.

3.8 Métodos y técnicas de investigación

El concepto de método se refiere a un proceso de planificación de carácter tanto epistemológico como teórico-metodológico, el cual involucra una serie de decisiones concernientes a los procedimientos destinados a la recolección, procesamiento y análisis de datos, dentro de

las cuales se encuentra la selección de las técnicas y el diseño de los instrumentos de investigación.

Las técnicas, por su parte, se refieren, específicamente, a la ejecución o utilización de los instrumentos de obtención de datos; práctica cuyos criterios orientadores deben ser coherentes con el método de investigación.

En este sentido, Abarca, Alpízar, Rojas y Sibaja (2013, p. 5), señalan que “el método es el procedimiento o serie de pasos para ordenar la actividad científica, mientras las técnicas son el conjunto de reglas y operaciones para el manejo de los instrumentos que auxilian al individuo en la aplicación del método” (Negritas originales). De esta manera, existe un orden jerárquico que es necesario visualizar tanto para evitar la confusión de los conceptos de método y técnica, como para comprender la forma en que se interrelacionan y responden, a su vez, al diseño de investigación, el cual ocupa el lugar de ente articulador y punto más alto dentro de dicha jerarquía.

En toda investigación, la definición de los métodos y técnicas a emplear para recoger y analizar datos, así como el diseño de los instrumentos correspondientes, responde a decisiones planificadas dentro del denominado marco metodológico, el cual, guardando estrecha relación con el planteamiento del problema y la perspectiva teórica, sintetiza la estrategia teórico metodológica del estudio.

En el enfoque cuantitativo como en el cualitativo, radicando la diferencia en la naturaleza particular de los estudios, según sea su enfoque. Autores como Dalle, Boniolo, Sautú y Elbert (2005, p. 47), presentan una clasificación más detallada acerca de “métodos y técnicas de producción de datos en investigación cualitativa” (Cuadro 1), dentro de la cual, resulta particularmente destacable la relación establecida entre las técnicas y el método concreto al cual corresponden.

Tabla 8 Métodos y técnicas de recopilación de información

Métodos	Técnica
<ul style="list-style-type: none">• Etnográfico• Análisis Cultural• Estudio de caso/s• Biográfico• Análisis de conversaciones• Grupo Focal	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas interpretativas• Encuesta• Entrevistas etnográficas• Observación no participante• Observación participante• Análisis Documental• Análisis documental

Fuente: Dalle, Boniolo, Sautú y Elbert (2005, p. 47)

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Diseño de Cuestionario

Con la finalidad de poder optimizar el levantamiento de información primaria se ha empleado un formato de encuestas para 150 clientes, el mismo que, contiene 10 preguntas y cuyo formato se encuentra a continuación. Así como también las entrevista para el colaborador del área administrativa y 1 entrevista para el del área operativa.

FORMATO DE ENCUESTA

Objetivo. Identificar la necesidad de la creación de una sucursal de currier en el Cantón Quinsaloma.

Datos generales

Sexo: Masculino y femeninos

Nivel de estudios: Bachillerato y estudios superiores

Edad: 18 años en adelante

1. ¿Con qué frecuencia recibe pedidos nacionales e internacionales?

Alternativas	Frecuencias
Semanalmente	
Dos veces al mes	
Una vez al mes	
Total	

2. De acuerdo a la frecuencia anteriormente indicada, ¿Cuántos pedidos usted recibe de otras ciudades o internacionales?

Alternativas	Frecuencias
Menos de 3 pedidos	
Entre 3 y 5 pedidos	
Mas de 5 pedidos	
Total	

3. ¿De cuánto es el monto de los paquetes que usted ha recibido?

Alternativas	Frecuencias
Menos de \$100	
Entre \$100 y \$500	
Mas de \$500	
Total	

4. - ¿Cuánto usted está pagando en la actualidad por concepto de carga suelta?

Alternativas	Frecuencias
Menos de \$5	
Entre \$5 y \$10	
Mas de \$10	

Total	
--------------	--

5. - ¿Se siente usted a gusto con el servicio que recibe en la actualidad en el transporte de su mercancía?

Alternativas	Frecuencias
Si	
No	
Total	

6. - ¿Cuál de las siguientes razones genera su inconformidad en el servicio de transporte actual?

Alternativas	Frecuencias
Daño en la mercadería	
Demoras en la llegada	
Elevado costo	
Total	

7. - ¿Estaría dispuesto a cambiar su sistema actual?

Alternativas	Frecuencias
Si	
No	
Total	

8. - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un sistema de servicio de transporte de mercancías puerta a puerta?

Alternativas	Frecuencias
Pago similar al actual	
Hasta un 10% más del servicio actual	
Indiferente	
Total	

9. ¿Qué importancia usted les da a las siguientes características del servicio?

Alternativas	Frecuencias
Precio	
Tiempo de entrega	
Seguridad	
Total	

10. ¿Considera usted que es necesario la apertura de una sucursal de Courier en el Cantón Quinsaloma?

Alternativas	Frecuencias
Si	
No	
Total	

Entrevista para el colaborador del área administrativa

1. ¿Los empleados conocen el propósito general, la autoridad y los procesos y proyectos clave de los que es responsable el área administrativa?

2. ¿Existen procedimientos operativos para el sistema de servicio puerta a puerta y ventas planificadas?

3. ¿Toma medidas para garantizar el cumplimiento de las instrucciones de uso?

4. ¿Los controles implementados aseguran que la información que utilizan y generan es de alta calidad, relevante, veraz, actualizada, accesible, transparente, objetiva e independiente?

5. ¿Se fomenta una cultura de gestión de riesgos a través de actividades de formación del personal de proceso?

Entrevista para el del área operativa.

1. ¿De qué forma la empresa organiza sus procesos y actividades para crear un nuevo servicio que asegure la completa satisfacción del cliente?

2. ¿El mercado meta al cual se estima llegar le presenta una demanda satisfactoria?

3. ¿Se lleva un inventario de los suministro y insumos para los vehículos encargados de transportar sobres o paquetes?

4. ¿Cuenta usted con el permiso necesario para operar de la CAE?

5. ¿Cree usted que una buena estrategia de marketing los lleve al existo nacional e internacional?

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En esta parte del trabajo investigativo se expondrá, de forma grafica y textualmente el análisis obtenido, que se realizo con los diferentes instrumentos elaborados para obtener información principal, el cual permita realizar correctamente el diagnostico de los costos de servicio de Courier, donde se procederá a efectuar estrategias para la apertura de una sucursal de la empresa de servicios Courier estableciendo la viabilidad financiera.

4.1 Aplicación a las técnicas con los instrumentos

FORMATO DE ENCUESTA

Objetivo. Identificar la necesidad de la creación de una sucursal de currier en el Cantón Quinsaloma.

Datos generales

Sexo: Masculino y femeninos

Nivel de estudios: Bachillerato y estudios superiores

Edad: 18 años en adelante

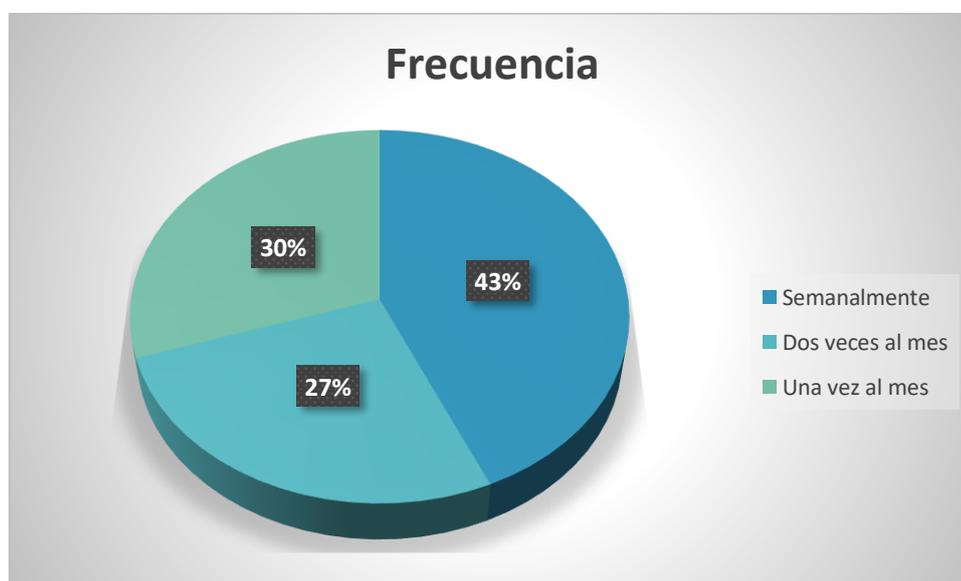
1. ¿Con qué frecuencia recibe pedidos nacionales e internacionales?

Tabla 9 Frecuencia

Alternativas	Frecuencias
Semanalmente	65
Dos veces al mes	40
Una vez al mes	45
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 3 Frecuencia



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 3 los encuestados manifestaron que un 43% de ellos reciben pedidos semanalmente, un 27% solo dos veces al mes y un 30% una vez al mes.

Los resultados muestran que los clientes si reciben con frecuencia pedidos nacionales e internacionales, por lo tanto, nuestro servicio es viable y acogedor para ellos.

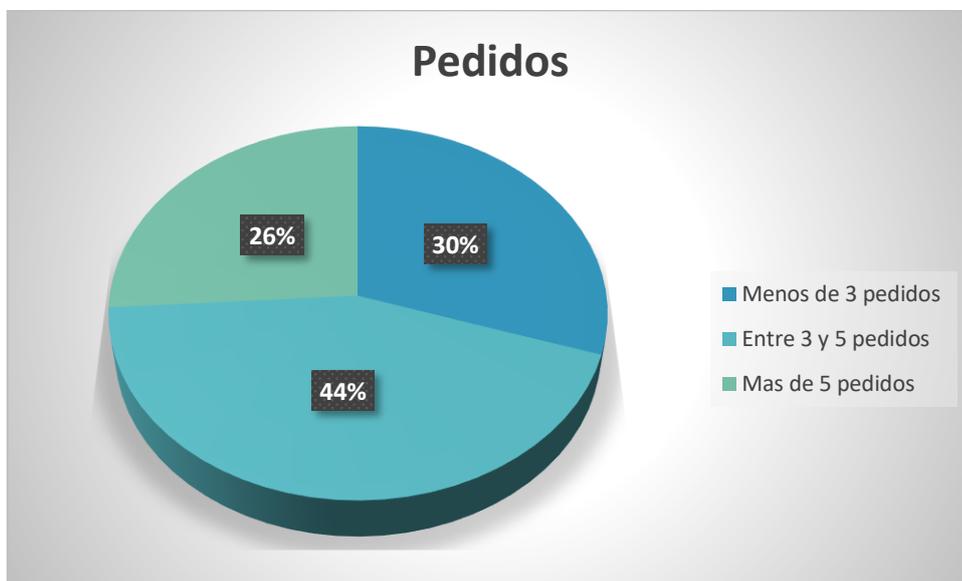
2. De acuerdo a la frecuencia anteriormente indicada, ¿Cuántos pedidos usted recibe de otras ciudades o internacionales?

Tabla 10 Pedidos

Alternativas	Frecuencias
Menos de 3 pedidos	45
Entre 3 y 5 pedidos	66
Mas de 5 pedidos	39
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 4 Pedidos



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 4 los encuestados manifestaron que un 30% de ellos reciben menos de 3 pedidos, un 44% entre 3 y 5 pedidos y un 26% más de 5 pedidos.

Los resultados muestran que los clientes reciben pedidos algunos hasta 5 otros más de 5.

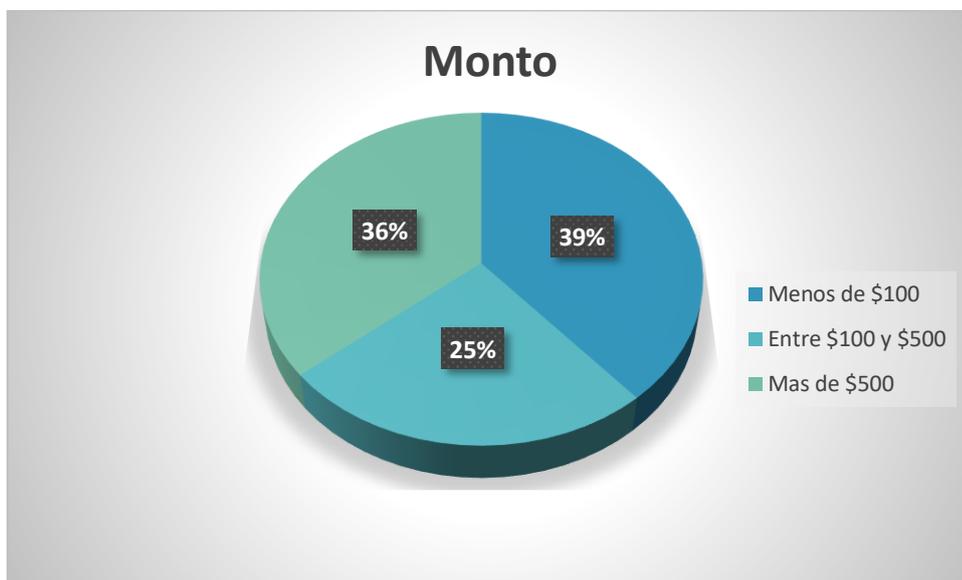
3. ¿De cuánto es el monto de los paquetes que usted ha recibido?

Tabla 11 Monto

Alternativas	Frecuencias
Menos de \$100	58
Entre \$100 y \$500	38
Mas de \$500	54
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 5 Monto



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 5 los encuestados manifestaron que un 39% de ellos pagan menos de \$100, un 25% paga entre \$100 y \$500 y un 36% paga más de \$500.

Los resultados muestran que los clientes están pagando un valor elevado a la tasa de pedidos que se envía nacionalmente o internacional.

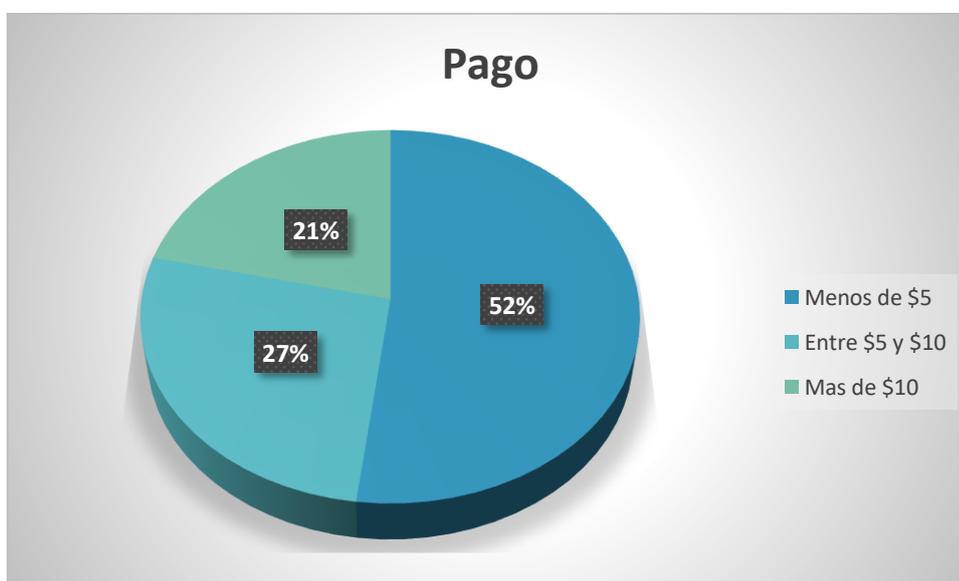
4. - ¿Cuánto usted está pagando en la actualidad por concepto de carga suelta?

Tabla 12 Pago

Alternativas	Frecuencias
Menos de \$5	78
Entre \$5 y \$10	40
Mas de \$10	32
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 6 Pago



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 6 los encuestados manifestaron que un 52% de ellos pagan menos de \$5, un 27% paga entre \$5 y \$10 y un 21% paga más de \$10.

Los resultados muestran que los clientes están pagando por carga suelta un valor aceptable.

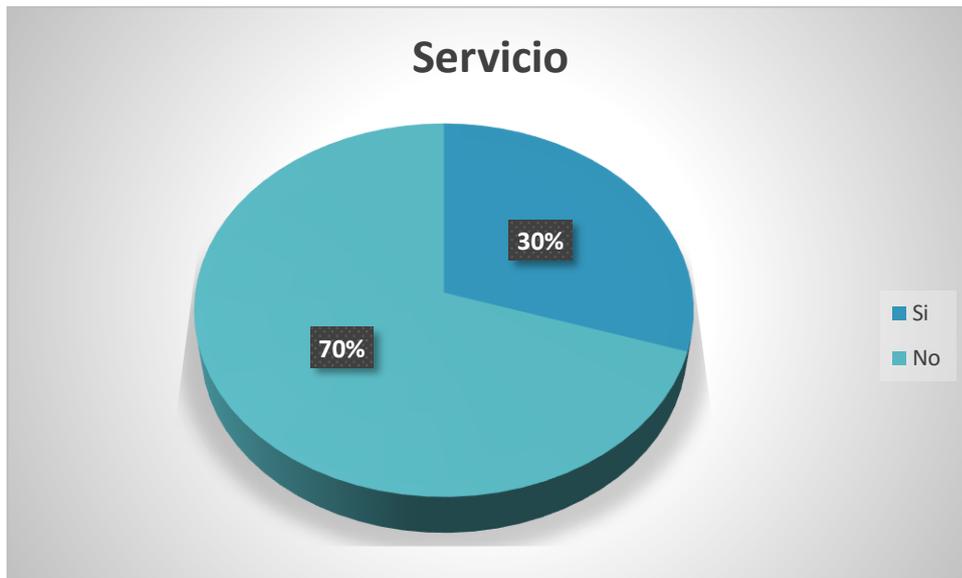
5. - ¿Se siente usted a gusto con el servicio que recibe en la actualidad en el transporte de su mercancía?

Tabla 13 Servicio

Alternativas	Frecuencias
Si	45
No	105
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 7 Servicio



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 7 los encuestados manifestaron que un 30% de ellos si se sienten a gusto, pero un 70% indica que no.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes no están a gusto con el servicio que les presta otras empresas, por lo tanto, tenemos un punto a favor.

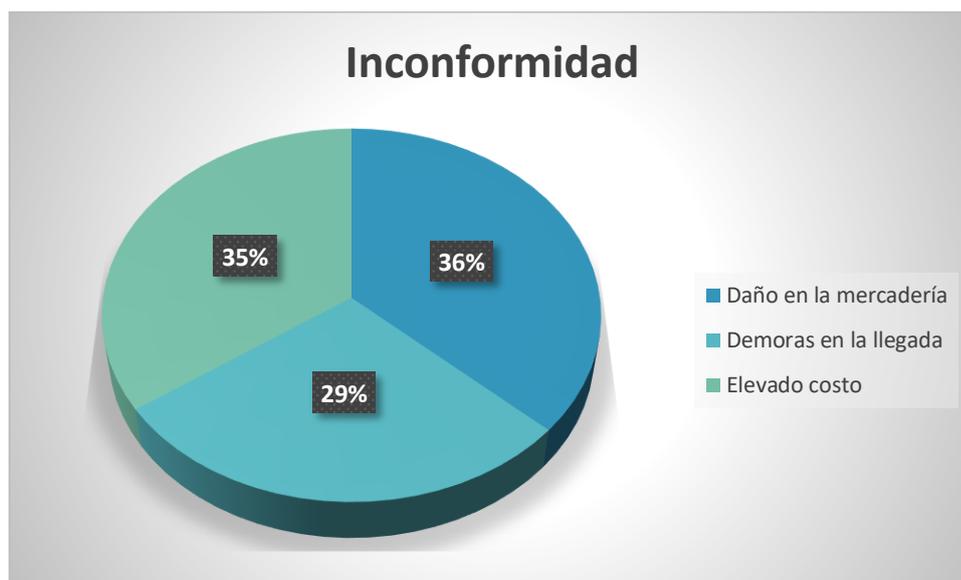
- 6. - ¿Cuál de las siguientes razones genera su inconformidad en el servicio de transporte actual?**

Tabla 14 Inconformidad

Alternativas	Frecuencias
Daño en la mercadería	55
Demoras en la llegada	43
Elevado costo	52
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 8 Inconformidad



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 8 los encuestados manifestaron que un 36% de ellos le genera inconformidad el daño en la mercadería, un 29% la demoras en la llegada y un 35% los elevados costos.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes tienen varias inconformidades sobre el servicio actual que les brindan.

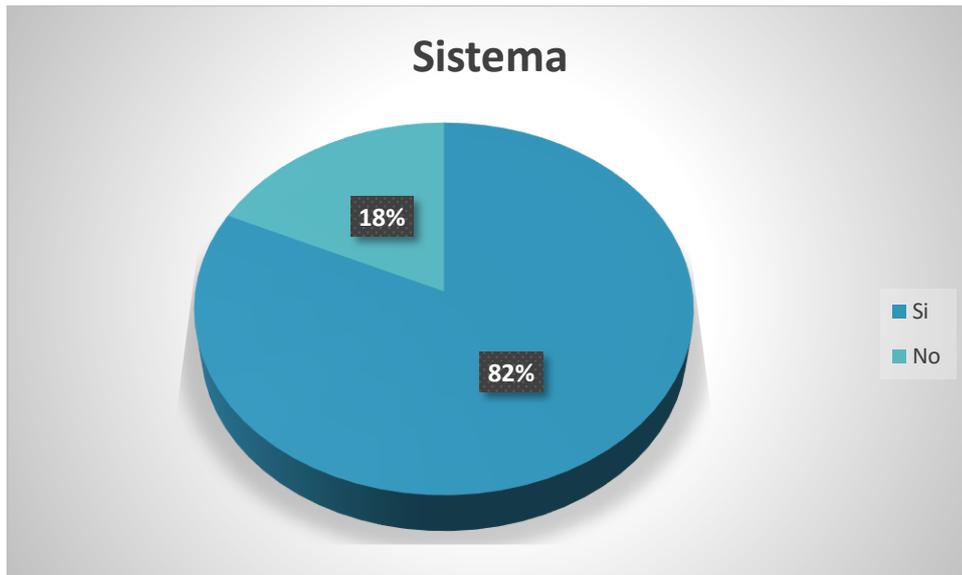
7. - ¿Estaría dispuesto a cambiar su sistema actual?

Tabla 15 Sistema

Alternativas	Frecuencias
Si	123
No	27
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 9 Sistema



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 9 los encuestados manifestaron que un 82% de ellos si están dispuesto a cambiar su sistema actual, y un 18% indica que no.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes están dispuesto a cambiar su sistema actual, debido al mal servicio que les brindan otras empresas similares.

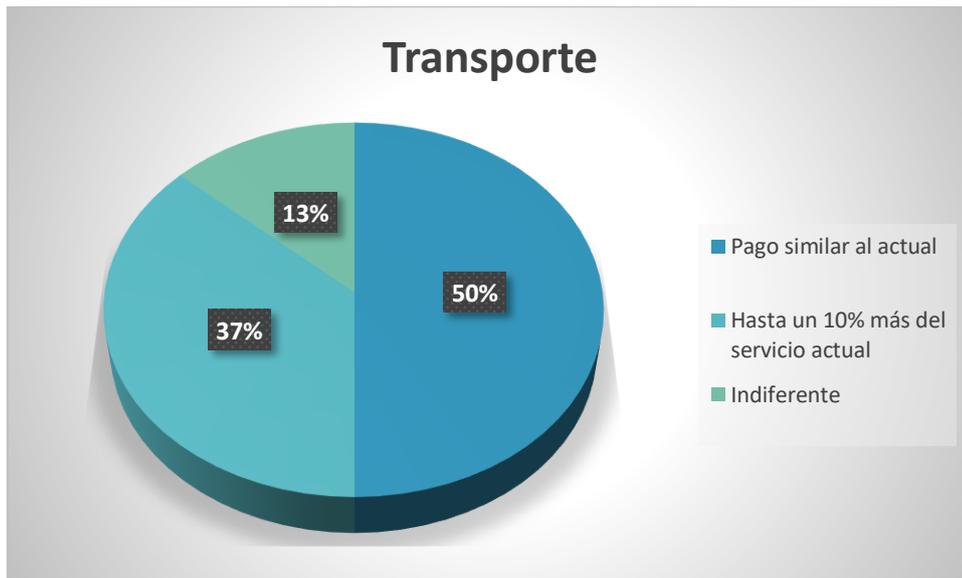
8. - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un sistema de servicio de transporte de mercancías puerta a puerta?

Tabla 16 Transporte

Alternativas	Frecuencias
Pago similar al actual	75
Hasta un 10% más del servicio actual	55
Indiferente	20
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 10 Transporte



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 10 los encuestados manifestaron que un 50% de ellos estaría dispuesto a pagar similar al actual y un 37% hasta un 10% más del servicio actual y un 13% les parece indiferente.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes están dispuestos a pagar un poco más por un mejor servicio y algunos de ellos les parece indiferente.

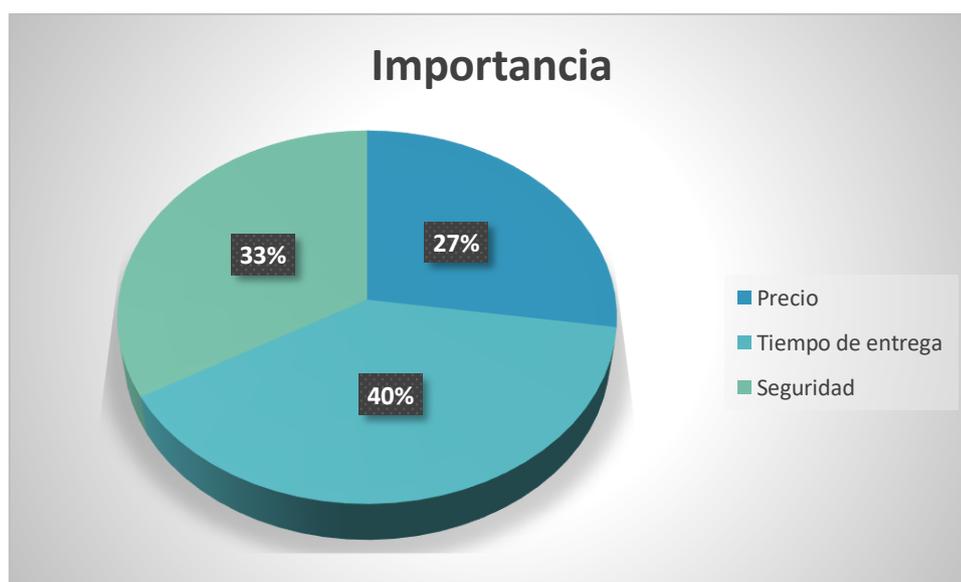
9. ¿Qué importancia usted les da a las siguientes características del servicio?

Tabla 17 Importancia

Alternativas	Frecuencias
Precio	41
Tiempo de entrega	59
Seguridad	50
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 11 Importancia



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 11 los encuestados manifestaron que un 27% de ellos le da importancia al precio un 40% al tiempo de entrega y un 33% a la seguridad.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes le dan importancia a cada una de las opciones, ya que cada una es de gran importancia para quienes se sirven de este servicio.

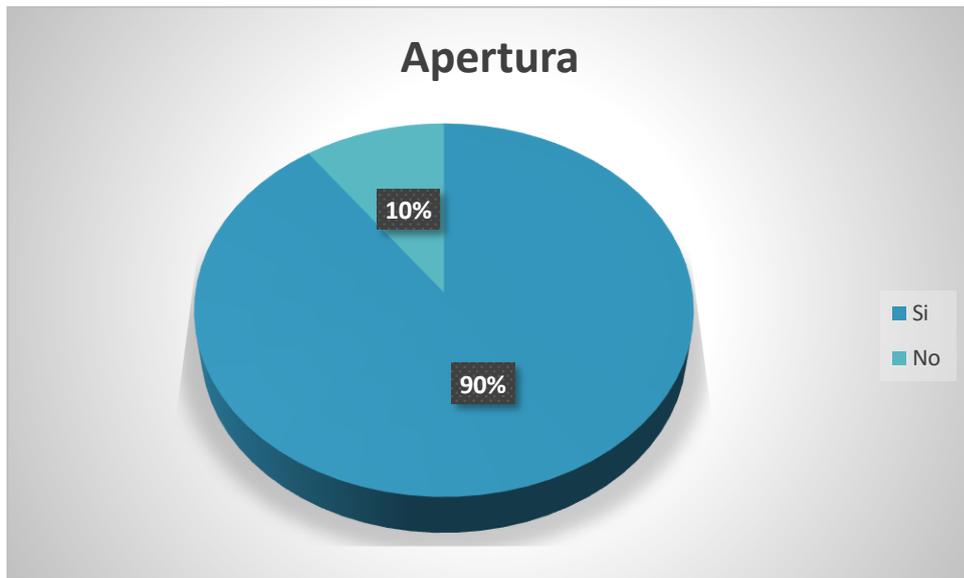
10. ¿Considera usted que es necesario la apertura de una sucursal de Courier en el Cantón Quinsaloma?

Tabla 18 Apertura

Alternativas	Frecuencias
Si	135
No	15
Total	150

Elaboración: Herrera, J (2022)

Gráfico 12 Apertura



Elaboración: Herrera, J (2022)

Análisis e interpretación

En el gráfico 12 los encuestados manifestaron que un 90% de ellos si creen necesario la apertura de una sucursal de Courier y un 10% indica que no.

Los resultados muestran que la mayoría de los clientes consideran que, si es necesario una apertura de Courier, ya que no están a gusto con la existente y existe malestares por inconvenientes.

Conclusión

Al hacer un análisis de mercado, concluimos que la cantidad de personas que utilizan este servicio es alta, aunque se ve la falencia de la competencia hacia los usuarios, todavía hay margen para el desarrollo de proyecto donde visualiza un crecimiento de demanda estable.

Entrevista para el colaborador del área administrativa

1. ¿Los empleados conocen el propósito general, la autoridad y los procesos y proyectos clave de los que es responsable el área administrativa?

Si, todos en la organización saben quién es responsable de qué tareas y las ejecutan, se crea una atmósfera interna de confianza, lo que lleva a la alineación estratégica con las metas, entendiendo la responsabilidad por sí mismo y la responsabilidad del departamento en el que trabaja, así como en otros negocios y departamentos, asegurando un flujo de comunicación asertivo tanto vertical como horizontalmente.

2. ¿Existen procedimientos operativos para el sistema de servicio puerta a puerta y ventas planificadas?

Si, ya que nos permite identificar rápidamente errores o problemas antes de que causen costosas demoras en la respuesta a las necesidades del cliente.

3. ¿Toma medidas para garantizar el cumplimiento de las instrucciones de uso?

Si, siempre implementamos nuevas actividades para asegurar todo el cumplimiento de manual del procedimiento y así garantizar un uso adecuado.

4. ¿Los controles implementados aseguran que la información que utilizan y generan es de alta calidad, relevante, veraz, actualizada, accesible, transparente, objetiva e independiente?

Si, periódicamente se contribuye a la efectividad del control de actividades asegurando una buena y eficiente información.

5. ¿Se fomenta una cultura de gestión de riesgos a través de actividades de formación del personal de proceso?

Si, ya que se establecen parámetros en primera línea con el área administrativa de riesgos y luego expandir la estrategia a otras áreas para crear una pirámide para cada empleado.

Conclusión

Los resultados muestran que la gestión de objetivos aplicada a la empresa permite alcanzar los objetivos de la empresa con mayor precisión y rapidez, asegurando así el crecimiento y desarrollo de la empresa en el menor tiempo asignado, por lo que es una operación con alta eficiencia y usabilidad.

Entrevista para el del área operativa.

1. ¿De qué forma la empresa organiza sus procesos y actividades para crear un nuevo servicio que asegure la completa satisfacción del cliente?

Implementando el proceso de atención al cliente, la forma de tener un proceso de servicio al cliente que incluya la respuesta correcta, el tiempo estimado para resolver el problema y las instrucciones para el cliente donde se puede saber si su empresa tiene uno simplemente después de responder a sus preguntas y ahí es cuando necesitamos que nuestros empleados se sientan más seguros que nunca.

2. ¿El mercado meta al cual se estima llegar le presenta una demanda satisfactoria?

Si, pero es importante comprender que el tipo y el alcance de los beneficios no siempre serán los mismos para todos. Si se espera que la demanda cambie drásticamente, hay varias opciones, una es cobrar un precio variable por un servicio para aumentar el volumen en momentos de baja demanda y mejorar la calidad del servicio brindado en menos tiempo que la competencia.

3. ¿Se lleva un inventario de los suministro e insumos para los vehículos encargados de transportar sobres o paquetes?

Si, se lleva un seguimiento continuo, donde se obtiene información confiable sobre la evolución de los indicadores de gestión, cumpliendo con todos los estándares de proceso y recepción.

4. ¿Cuenta usted con el permiso necesario para operar de la CAE?

Si, ya que es fundamental tener todos los requisitos técnicos para la autorización de ley, sea que la empresa funcione con el Courier a nivel nacional o internacional.

5. ¿Cree usted que una buena estrategia de marketing los lleve al éxito nacional e internacional?

Si, ya que la innovación es un método infalible para obtener éxito nacional e internacional, cuanto mas novedoso sea el servicio mejores ganancias y incremento de clientes tendríamos.

Conclusión

Se evidencio un alto cumplimiento en el área operativa, por lo cual es importante en la actualidad lo cual asegura un desarrollo productivo y viable para su apertura.

4.2 PLAN DE MEJORAS

Tabla 19 Plan de Mejoras

¿Qué?	¿Por qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Quién?	¿Dónde?	¿Costo?
Fundamentar la poca inversión del negocio.	Se visualiza costos elevados en el servicio d Courier y desconocimiento sobre el negocio.	Implementado un plan de marketing, para mejorar costos y dar a conocer a los usuarios por medio de publicidad todos los beneficios que se le brindaría.	Cada mes	Gerente	En el interior de la empresa.	\$200,00
Evaluar la mala ubicación de sucursales.	Se manifestó inseguridad y personal empírico dentro de la empresa y atención al cliente.	Elaborando un plan estratégico para zonas seguras y vulnerables, mejorando al personal que labora en la atención al cliente.	Cada mes	Gerente	En el interior de la empresa.	\$250,00
Reducir la poca afluencia de usuarios.	Se manifiesta insatisfacción de los clientes y perdidas de inversión.	Analizando la rotación de los colaboradores, llevando acabo los procesos de selección de forma eficaz y desarrollando políticas conforme a la necesidad de la empresa y el cliente.	Cada mes	Gerente	En el interior de la empresa.	\$300,00

Gestionar la falta de servicios.	Se visualizo inconvenientes y quejas, al momento de tratar al cliente.	Resolviendo inquietudes, aumentando la estrategia para satisfacer las necesidades del cliente y capacitando al personal para la mejora de atención.	Cada mes	Gerente	En el interior de la empresa	\$100,00
Investigar la infraestructura inadecuada.	Se visualiza una desconfianza de los clientes	Brindando una satisfacción al cliente, evaluando la experiencia de ellos y orientarle hacia nuestra forma de trabajar.	Cada mes	Gerente	En el interior de la empresa	\$100,00
Elaborar una Propuesta de un estudio de pre factibilidad de la apertura del negocio.	Se visualiza un limitado costo de servicio de Courier y eso se ve afectado la viabilidad financiera.	Diseñando un plan de negocio, y eliminando el mal servicio para mayor satisfacción de los clientes y así generar una eficiente posición para la empresa a nivel nacional y internacional.	Cada seis meses	Gerente	En el interior de la empresa	\$ 5'447,280.
TOTAL						\$5.448.130

Elaboración: Herrera, J (2022)

4.3 Conclusión

- Se fundamentó la teoría de contabilidad financiera realizada, se puede determinar que el estudio es pre factible en función a la viabilidad financiera para la apertura de una sucursal de servicios de Courier, cumpliendo con todos los requerimientos que establece la ley, si además ofrece valor agregado, es altamente probable que se repita la experiencia de compra y que se recomiende el producto o servicio recibido. En este nivel, lo fundamental es lograr una rápida resolución de problemas que se presentan en los servicios contratados.

- Se cuantificó los costos de inversión a realizar la apertura, comparando el nivel de rendimiento exigido, con los siguientes parámetros; la inflación, el riesgo financiero y el riesgo de la empresa para el servicio brindado, donde podemos manifestar que el proyecto será viable, la amabilidad y la empatía surge como eje fundamental cuando se evalúa atención al cliente. Entre los entrevistados surge la necesidad de contar con atención que contenga las necesidades de los demandantes, a través del conocimiento del cliente y de la empatía con este.

- Se estructuró el estudio de la pre factibilidad sobre la apertura de la sucursal, siendo viable y estable en el plan económico y financiero, basándose en los indicadores de tiempo estimado y de retorno de la inversión, presentado como resultado una viabilidad para ejecutar el proyecto.

4.4 Recomendación

Como se puede apreciar, existe una necesidad muy importante en las empresas que están teniendo problemas en la entrega de sus mercaderías y en la calidad del servicio que están recibiendo en la actualidad:

- Se recomienda efectuar esta propuesta para cumplir con exactitud lo que indica la ley, evitando así posibles inconvenientes, desarrollando este proyecto de esta manera en el corto plazo, porque la implementación de esta empresa es bastante factible.

- Ampliar el abanico de posibles clientes a través de una publicidad agresiva que capte la mente de los consumidores de este servicio. Y así es posible mantener una relación de efectivo predecible para obtener siempre la utilidad deseada.

- Con base en este análisis, se debe establecer esta empresa de courier ya que es un negocio rentable manteniendo los niveles de ventas esperados. De esta forma, es posible recuperar capital a partir del tercer o cuarto año de funcionamiento de la empresa. Se debe atacar directa y directamente al objeto de estudio para captar ese objeto que es un cliente potencial.

4.5 Bibliografía

- Anaya, T. J. (2009). *El transporte de mercancías: Enfoque logístico de la distribución*. Madrid, España: Esic.
- Baca Urbina Gabriel . (2010). *Evaluación de proyectos sexta edición*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Baca Urbina Gabriel- . (2010). *Evaluación de proyectos sexta edición*. Mexico: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Baca, U. G. (2010). Evaluación de proyectos (Sexta edición ed.). En U. G. Baca, *Evaluación de proyectos (Sexta edición ed.)*. (pág. 15). Méxco:.
- Cibrian, M. d. (2013). *Planificación financiera*. España: ESIC Editorial.
- Cordoba, M. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS*. España: ECOE.
- Coto, M., & Lopez, d. S. (2007). *Economía del Transporte Marítimo*. Madrid, España: Netbiblo.
- Crainic, A. (2003). *Logistics Systems: Design and Optimization: design and optimization*. Canada: Inc. Montreal.
- Delgado, J. (2012). *Estudios financieros* . España: Nabu Press.
- El Comercio. (20 de 08 de 2020). *El comercio*. Obtenido de El comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/pandemia-limita-encarece-servicio-postal.html>

- Emprendepyme, n. (22 de junio de 2015). *Emprende pyme.net*. Obtenido de *Emprende pyme.net*: <https://www.Emprende pyme.net/productividad- empresarial>
- Fabian, S. (2000). *Analisis del Sector Courier y el Efecto de los Flujos de Efectivo por clase Contribuyente*. Escuela Superior Litoral.
- Fidias, A. G. (2012). *El proyecto de investigacion Introduccion a la metodologia cientifica* . Colombia: Editorial Episteme .
- Granizo Lara, S. L., Granizo Lara, L. V., & Tapia Muñoz , M. L. . (2017). Estudio de prefactibilidad de proyectos sociales y productivos. *Revista Caribeña de ciencias sociales*, <https://www.eumed.net/rev/caribe/2017/01/pre-factibilidad.html>.
- Guajardo, C. G., & Andrade, d. G. (2008). *Contabilidad financiera (5ta edicion)*. MÉXICO: MCGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- José Amiel Pérez. (jul./set de 2007). *Revista de la Sociedad Química del Perú*. Obtenido de *Revista de la Sociedad Química del Perú*: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-634X2007000300007
- Llorente, O. J. (2013). *Analisis de la viabilidad empresarial* . Espana: Centro de estudios financieros, S.L. .
- Merino, Julián Pérez Porto y María. (2013). *Definicion de*. Obtenido de *Definicion de*: <https://definicion.de/proyecto-tecnologico/>
- Overblog*. (19 de 07 de 2011). Obtenido de *Overblog*: https://es.overblog.com/Estudio_administrativo_en_que_consiste_y_otros_aspectos_interesantes-1228321767-art257005.html
- QuestionPro. (20 de Mayo de 2015). *Blog sobre las mejores practicas de investigacion de mercados* . Obtenido de *Blog sobre las mejores*

practicas de investigacion de mercados :
<http://www.questionpro.com/es/sitemap.html>

Rus, A. E. (20 de Julio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de Economipedia:

<https://economipedia.com/definiciones/viabilidad.html>

Sapag, C. N. (2011). *Proyectos de inversion formulacion y evaluacion segunda edicion*. Chile: Pearson.

Sapag, C. N., & Sapag, C. R. (1991). *Preparacion y Evaluacion de proyectos segunda edicion* . Mexico : MacGraw-Hill .

The Social Media Family . (06 de 09 de 2018). Obtenido de The Social Media Family : <https://blog.mailrelay.com/es/2018/09/06/estudio-de-mercado>

Uwe, F. (2014). *El diseño de la investigacion cualitativa* . Mexicoi : Ediciones Morata.

Valero-Hernandez, C. (2014). *El emprendizaje financiero*. Espana : Palibro.

Vergara, E. y. (2015). *Comunicacion y organizaciones* . Espana : Ibid.

Weston, J.E y Brigharn, E. (1992). *Fundamentos de administración financiera*. Mexico: Ed. McGraw-Hill. 10' Edición Interamericana de México, S. A de C. V. México, D. F. 1148p.

ZONA ECONOMICA. (12 de 11 de 2020). Obtenido de ZONA ECONOMICA: <https://www.zonaeconomica.com/estudio-financiero>

4.6 ANEXO

Propuesta de Estudio de Pre factibilidad

Cronograma

Según Julián Pérez y María Merino,2014 pág. 42 en el que define al cronograma como:” El cronograma, por lo tanto, es una herramienta muy importante en la gestión de proyectos. Puede tratarse de un documento impreso o de una aplicación digital, en cualquier caso, el cronograma incluye una lista de actividades o tareas con las fechas previstas de su comienzo a final”. Para medir el cumplimiento de los objetivos establecidos dentro del proyecto se elabora el siguiente cronograma:

N ^a	ACTIVIDAD	MES 1				MES 2				MES 3			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Estudio de Mercado	X	X	X									
2	Estudio Técnico				X	X	X	X	X				
3	Estudio Financiero						X	X	X	X	X		
4	Evaluación Financiera											X	X

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Recursos Disponibles

Recursos Humanos

Para Herrera Gómez (2001, pág.48)la gestión del Recurso Humano se constituye en un “Conjunto de actividades y medidas concretas para operar el área y que tienen un efecto directo sobre los comportamientos,

actitudes y aptitudes de las personas dentro del esquema organizacional, para lo cual podría decirse entonces que la dirección de la organización debe centrar sus esfuerzos en el logro de los objetivos y metas propuestas en un tiempo determinado, de forma conjunta y en consonancia con el personal. Es preciso tener presente que la comprensión de las estrategias necesita de valor agregado tanto en los procesos como en las personas, con la pretensión de estar en consonancia con las corrientes actuales y fundamentales que, hoy en día, consideran el recurso humano como factor estratégico para su desarrollo y competitividad.

La mano de obra que se necesitará para el proyecto, debe contar con experiencia en el área de comercio exterior, ventas, logística y seguridad industrial. Dentro de la mano de obra que formará parte del proyecto se va a contar con un equipo de diez personas, así tenemos.

TABLA DE DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS

RR.HH	CANTIDAD
Gerente General / Administrador	1
Jefe de Ventas,	1
Jefe de Operaciones y Logística	1
Secretaria – Contadora	1
Vendedor	1
Encargado de recepción de sobres y paquetes, ensobrado y empaquetado.	1
Mensajero motorizado.	1
Chofer traslado de correspondencia y paquetes.	1

Ayudante y seguridad en la distribución de envíos.	1
Guardia	1

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Recursos Tecnológicos

Para Cabero, 1998 pág. 198 define al recurso tecnológico: "En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no solo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas". Para este tipo de servicio se requiere contar con los siguientes equipos necesarios para la optimización de la logística.

EQUIPOS	CANTIDAD
Balanza digital para sobres y paquetes pequeños	1
Balanza para 30 kilos o más	1

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Recursos Financieros

Según Julián Pérez Porto y Ana Gardey, 2010, pág. 58 define al recurso financiero como: "Los recursos financieros son los activos que tienen algún grado de liquidez". Con lo antes expuesto se realizarán proyecciones de la factibilidad del proyecto.

Los recursos financieros necesarios para la implementación de la empresa, provendrán de un financiamiento a través de la Corporación Financiera Nacional, institución que actualmente maneja políticas de préstamos con tasas de interés bajas para el sector industrial

Inversión Fija

La inversión fija está representada por los activos fijos, que a su vez está constituida por los recursos materiales que deben adquirir por una sola vez en el período de vida del proyecto. Las partidas comprenden los siguientes rubros:

- Terreno
- Edificaciones y Obras Civiles
- Equipos y herramientas
- Muebles y Enseres

Tabla de Inversión Necesaria en Activos Productivos

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (US \$)	Costo Total (US \$)
Terreno (mt2)	2000	250	500,000
Vivienda (mt2)	100	200	20,000
Cerramiento			18,000
Vehículos	4	920,000	3,680,000
Chasis	4	295,000	1,180,000
Contenedor 40	2	2,000	4,000

pies			
Contenedor	20	2	600
pies			1,200
Computadoras		3	1,100
Fax		2	200
Calculadoras		2	95
Muebles			9,500
Archivadores			690
T O T A L			5,417,280

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Adicional a ello se necesita el equivalente a \$ 30,000 por gastos pre operacionales relacionados a la constitución de la empresa, el trámite ante la CTE para permitir la operación de la ruta nacional. Siendo así, el monto total de la inversión asciende a \$ 5'447,280.

Estructura de Financiación del Proyecto

El financiamiento del proyecto estará dividido en un 25% con recursos propios y la diferencia con un crédito a 5 años con la CFN a una tasa efectiva de 9.75% y con pagos trimestrales. Los valores que corresponden a los porcentajes indicados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla de Composición de financiamiento

Fuente de Financiamiento	%	Monto
Recursos Propios	25.00	\$ 1,361,820
Préstamo	75.00	\$ 4,085,460

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Estimación de gastos de operación

Sueldos y Salarios

Se considera una nómina de 20 personas la cual tendrá un costo mensual de \$ 43,621.14 en ese valor se considera tanto el sueldo mensual como la carga de beneficios sociales, los mismos que tienen un peso del 36.14% adicional¹ sobre el sueldo mensual. Considerando como elementos de este componente al Bono Escolar, Bono Navideño, Aporte Patronal y Fondo de Reserva. En la siguiente tabla se muestra el desglose del costo por salario y componentes.

Tabla de Costos y Gastos por Mano de Obra

Cargo	Cantidad	Sueldo	IESS 9.35%	Sueldo Neto	BB.SS	Costo Total
Gerente Administrativo	2.00	\$ 2,500.00	\$ 233.75	\$ 4,532.50	\$ 6,164.20	\$ 10,696.70
Asesor Legal	2.00	\$ 1,500.00	\$ 140.25	\$ 2,719.50	\$ 3,698.52	\$ 6,418.02
Asistente Administrativo /	1.00	\$ 400.00	\$ 37.40	\$ 362.60	\$ 493.14	\$ 855.74

¹ Se toma en cuenta el 11.15% de Aportación Patronal + 8.33% Fondo de Reserva + Doceava Parte del Sueldo por Bono Escolar (Décimo cuarto Sueldo, 1/12 = 8.33%) + Doceava Parte del Sueldo por Bono Navideño (Décimo tercer Sueldo, 1/12 = 8.33%)

Recepcionista						
Contador	2.00	\$ 1,500.00	\$ 140.25	\$ 2,719.50	\$ 3,698.52	\$ 6,418.02
Asesor de Marketing / Vendedor	4.00	\$ 550.00	\$ 51.43	\$ 1,994.30	\$ 2,712.25	\$ 4,706.55
Conserje	1.00	\$ 390.00	\$ 36.47	\$ 353.54	\$ 480.81	\$ 834.34
Conductor	4.00	\$ 850.00	\$ 79.48	\$ 3,082.10	\$ 4,191.66	\$ 7,273.76
Asistente Conductor	4.00	\$ 750.00	\$ 70.13	\$ 2,719.50	\$ 3,698.52	\$ 6,418.02
TOTAL	20.00	\$ 8,440.00	\$ 789.14	\$ 18,483.54	\$ 25,137.61	\$ 43,621.14

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Gastos generales

Para Gastos Generales se consideran los valores que se muestran en la siguiente tabla. Para el caso de los imprevistos se considera un 10% del valor total de los rubros expuestos antes de este ítem. Las cifras que se presentan están en base mensual.

Tabla de Gastos Generales

Partida	Monto
Alquiler de Oficina (USA)	1,500
Mantenimiento de Oficina	350
Suministros	500
Agua	300
Luz	480
Publicidad y Promoción	800
Teléfono	280

Internet	200
Guardianía	590
Imprevistos	420
Total de Gastos	5,420

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un activo provocado por su uso en las operaciones continuas de un negocio. Dada la lista de activos expuesta en la inversión inicial, se propone la siguiente tabla de depreciaciones en base anual y mensual.

Tabla de Depreciaciones

Detalle	Costo Histórico	Vida Útil	Dep Anual	Dep Mensual
Terreno	\$ 500,000	No aplica	No aplica	No aplica
Edificio	\$ 38,000	20	1,900	158.33
Vehículos	\$ 4,865,200	5	973,040	81,086.67
Equipos de Cómputo	\$ 3,300	3	1,100	91.67
Equipos de Oficina	\$ 590	3	197	16.39
Muebles de Oficina	\$ 10,190	10	1,019	84.92
TOTAL	\$ 5,417,280		\$ 977,256	\$ 81,438

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Gastos de interés

En esta cuenta se recogen los pagos a los dueños del capital inversionista, en este caso, de la CFN. Tomando en cuenta los

parámetros expuestos por este organismo para la concesión del crédito se presenta el calendario de pagos en base trimestral.

20	254,327	6,199	254,327	260,526	0
----	---------	-------	---------	---------	---

En cuanto al periodo de tiempo que comprende un estado de resultados, éste suele corresponder al tiempo que dura el ejercicio económico de una empresa, el cual suele de ser un año; aunque cabe destacar que el estado de resultados es un documento flexible y además de elaborarse estados de resultados anuales, también suelen elaborarse estados de resultados mensuales y trimestrales.

El estado de resultados permite saber cuáles han sido los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa, analizar esta información (por ejemplo, saber si está generando suficientes ingresos, si está gastando demasiado, si está generando utilidades, si está gastando más de lo que gana, etc.), y, en base a dicho análisis, tomar decisiones.

Tabla de Estado de Resultados Projectado

	2021	2022	2023	2024	2025
Ingresos de Venta	\$ 4,243,200	\$ 4,417,171	\$ 4,598,275	\$ 4,786,805	\$ 4,983,063
) Costos de Venta	\$ 816,785	\$ 850,273	\$ 885,134	\$ 921,425	\$ 959,203
=) Utilidad Bruta	\$ 3,426,415	\$ 3,566,898	\$ 3,713,141	\$ 3,865,380	\$ 4,023,860
) Gastos Administrativos y de Venta	\$ 588,494	\$ 612,622	\$ 637,739	\$ 663,887	\$ 691,106
) Depreciación	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256
=) Utilidad antes de Intereses e Impuestos	\$ 1,860,666	\$ 1,977,020	\$ 2,098,146	\$ 2,224,237	\$ 2,355,498
) Intereses	\$ 374,410	\$ 306,890	\$ 232,543	\$ 150,678	\$ 60,534
=) Utilidad antes de Intereses e Impuestos	\$ 1,486,256	\$ 1,670,130	\$ 1,865,602	\$ 2,073,559	\$ 2,294,964
) Impuestos	\$ 341,839	\$ 384,130	\$ 429,089	\$ 476,919	\$ 527,842
=) Utilidad Neta	\$ 1,144,417	\$ 1,286,000	\$ 1,436,514	\$ 1,596,640	\$ 1,767,122

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Estado de flujo de caja

Es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento. Para efectos de valoración de un proyecto se considera sólo la parte correspondiente a actividades operativas pues las mismas indican si el proyecto tiene capacidad para pagarse por sí mismo. De manera que pueda mantenerse en el tiempo. A continuación se muestra el Estado de Flujo de Efectivo en su parte operacional, empleado para la valoración del proyecto.

Tabla de Estado de Flujo de Efectivo de la Empresa y para Valoración

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Ingresos por Ventas	\$ -	\$ 4,243,200	\$ 4,417,171	\$ 4,598,275	\$ 4,786,805	\$ 4,983,063
Ingresos por Depreciación	\$ -	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256
Egresos por Costos de Venta	\$ -	\$ 816,785	\$ 850,273	\$ 885,134	\$ 921,425	\$ 959,203
Egresos por Gastos Adm y Ventas	\$ -	\$ 588,494	\$ 612,622	\$ 637,739	\$ 663,887	\$ 691,106
Egresos por Impuestos	\$ -	\$ 341,839	\$ 384,130	\$ 429,089	\$ 476,919	\$ 527,842
Flujo de Caja Operacional	\$ -	\$ 3,473,338	\$ 3,547,402	\$ 3,623,569	\$ 3,701,830	\$ 3,782,168
Ingresos por Financiamiento	\$ 4,085,460					
Ingresos por Aportaciones de Capital	\$ 1,361,820					
Egresos por Pago de Interés		\$ 374,410	\$ 306,890	\$ 232,543	\$ 150,678	\$ 60,534
Egresos por Amortización de Capital		\$ 667,694	\$ 735,213	\$ 809,560	\$ 891,425	\$ 981,569
Flujo de Caja Financiero	\$ 5,447,280	\$ (1,042,103)	\$ (1,042,103)	\$ (1,042,103)	\$ (1,042,103)	\$ (1,042,103)
Flujo de Caja de la Empresa	\$ 5,447,280	\$ 2,431,235	\$ 2,505,299	\$ 2,581,465	\$ 2,659,727	\$ 2,740,065

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

FLUJO DE CAJA PARA VALORACIÓN

	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Meta		\$ 1,144,417	\$ 1,286,000	\$ 1,436,514	\$ 1,596,640	\$ 1,767,122
Asignación		\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256	\$ 977,256
Ingresos	\$ (5,447,280)					
Caja Operativo	\$ (5,447,280)	\$ 2,121,673	\$ 2,263,256	\$ 2,413,770	\$ 2,573,896	\$ 2,744,378
Caja Operativo (VA)		\$ 1,933,187	\$ 1,878,991	\$ 1,825,922	\$ 1,774,079	\$ 1,723,540
Caja Operativo Acumulado (VA)		\$ (3,514,093)	\$ (1,635,102)	\$ 190,820	\$ 1,964,898	\$ 3,688,438

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Valoración Económica del Proyecto

Para demostrar la factibilidad de la implementación del proyecto se ha utilizado tres metodologías que convencionalmente se usan para valorar proyectos: VAN, TIR y Payback.

El VAN (Valor Actual Neto) permite medir si un proyecto crea o no valor, descontando de los flujos futuros en valor presente la inversión inicial que los generó. Si en esta operación el resultado es positivo o igual a cero se dice que el proyecto es aceptable, caso contrario el proyecto no es aceptable.

La TIR (Tasa Interna de Retorno) indica el nivel de rentabilidad de un proyecto. Si la tasa que genera es mayor al costo del capital (préstamo) se dice que el proyecto es aceptable, caso contrario el proyecto no es aceptable.

El Payback (Período de Retorno) muestra el tiempo en el que se recupera la inversión inicial, si el mismo ocurre dentro de los períodos que se han empleado para la proyección se dice que el proyecto es aceptable, caso contrario. A continuación se muestran los resultados de estos enfoques aplicados a la propuesta que se está formulando.

VAN, TIR y PAYBACK

VAN	\$ 3,688,438
TIR	32.39%
PAYBACK	3 años

Elaboración: Herrera Ulloa Jenny

Como se puede apreciar, el proyecto cumple con las tres condiciones indicadas anteriormente, de manera que el proyecto es aceptable.

Dentro de las principales líneas de transporte aéreo se encuentran las siguientes:

Tabla 1

Principales Líneas de Carga y Correo Rápido en Ecuador

Línea aérea	Fecha de Creación	Actividades
Air Ecuador	2006	Transporte de carga y correo, animales vivos, mercancías

		peligrosas
SAEREO	2005	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
LAN	2002	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
American Airlines	2001	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
VIP Ecuador	1997	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
Aerogal	1985	Transporte de carga y correo, animales vivos, mercancías peligrosas
Icaro	1971	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
Tame	1962	Transporte de carga y correo, animales vivos, mercancías peligrosas

Copa Airlines	1947	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas
TACA	1931	Transporte de carga y documentos, animales vivos, mercancías peligrosas

Fuente: <http://app.ute.edu.ec/content/3298-592-1-1-18-10/trafico%20aereo.pdf>

Elaboración: Jenny Herrera Ulloa

FORMATO DE ENCUESTA

1.- ¿Con qué frecuencia recibe pedidos nacionales e internacionales?

Semanalmente _____

Dos veces al mes _____

Una vez al mes _____

2.- De acuerdo a la frecuencia anteriormente indicada, ¿Cuántos pedidos usted recibe de otras ciudades o internacionales?

Menos de 3 pedidos _____

Entre 3 y 5 Pedidos _____

Más de 5 Pedidos _____

3.- ¿De cuánto es el monto de los paquetes que usted ha recibido?

Menos de \$100 _____

Entre \$ 100 y \$ 500 _____

Más de \$ 500 _____

4.- ¿Cuánto usted está pagando en la actualidad por concepto de carga suelta?

Menos de \$ 5 _____

Entre \$ 5y \$ 10 _____

Más de \$ 10 _____

5.- ¿Se siente usted a gusto con el servicio que recibe en la actualidad en el transporte de su mercancía?

Si _____ (si su respuesta es positiva pase a la pregunta 7)

No _____ (si su respuesta es negativa pase a la pregunta 6)

6.- ¿Cuál de las siguientes razones genera su inconformidad en el servicio de transporte actual? (seleccionar sólo una alternativa)

Daño en la mercadería _____

Demoras en la llegada _____

Elevado costo _____

7.- ¿Estaría dispuesto a cambiar su sistema actual?

Si _____ (si su respuesta es positiva pase a la pregunta 8)

No _____ (si su respuesta es negativa termina el cuestionario)

8.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar usted por un sistema de servicio de transporte de mercancías puerta a puerta?

Pago similar al actual _____

Hasta un 10% más del servicio actual _____

Indiferente _____

Pendiente

<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/10256/1/TESIS%20MARIUXI%20TODO.pdf>

hoja

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/827/1/CD-1203.pdf>

hoja 47

<https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/2977/54390-4.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

hoja 3

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/4309/1/UPS-QT03621.pdf>

hoja 115

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/827/1/CD-1203.pdf>

hoja 56

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/7785/1/FCHE-IFTGPI-61.pdf>

hoja 96

<https://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/1566/1/CD-2242.pdf>

hoja 7



Factura: 002-001-000033636



20221213001D01118

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20221213001D01118

Ante mí, NOTARIO(A) FLAVIO JONAS CORONEL BARREZUETA de la NOTARÍA PRIMERA , comparece(n) JENNY ELIZABETH HERRERA ULLOA portador(a) de CÉDULA 1207046671 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en QUINSALOMA, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de

COMITENTE: RECIENTE: casado(a) / soltero(a) / viudo(a) / viuda(a)

