

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

“TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL”
PARA LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE MAGISTER EN
ADMINISTRACION DE EMPRESAS CON MENCIÓN RECURSOS
HUMANOS Y MARKETING

“ESTUDIO PARA IMPLEMENTAR SERVICIOS POSTALES
INTEGRADOS EN LA PARROQUIA URBANA 9 DE OCTUBRE DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL”.

AUTOR: FREDDY PATRICIO RAMOS RUBIO

TUTOR: JUAN FRANCISCO LÓPEZ FERNÁNDEZ

GUAYAQUIL – ECUADOR

SEPTIEMBRE 2016

| REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA | | |
|---|---|--|
| FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL | | |
| TÍTULO “Estudio para implementar servicios postales integrados en la parroquia urbana 9 de Octubre de la ciudad de Guayaquil” | | |
| AUTOR: Freddy Patricio Ramos Rubio | REVISORES: Rolando Michael García | |
| INSTITUCIÓN: Universidad de Guayaquil | FACULTAD: | |
| CARRERA: MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS | | |
| FECHA DE PUBLICACIÓN: 3 de enero 2017 | N° DE PÁGS.: 46 | |
| ÁREA TEMÁTICA: Administración | | |
| PALABRAS CLAVES: <i>implementación de servicios postales integrados (spi)</i> | | |
| <p>RESUMEN: El presente trabajo tiene como objetivo Contribuir a la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas. El servicio postal fue fundado en Guayaquil en el año de 1971. A partir de lo cual ha tenido desarrollos permanentes y sostenidos hasta llegar al momento actual donde se realiza a través de los operadores que lideran el mercado nacional e internacional del servicio postal. El enfoque que se ha empleado es el cuantitativo donde se ha aplicado la encuesta, la entrevista y la observación. A través de los cuales se han obtenido los siguientes resultados: existe un alto nivel de necesidades postales insatisfechas, en especial en aspectos importantes de la cadena de servicios, ubicación e infraestructura de las oficinas postales actuales. Las conclusiones obtenidas son: El permanente dinamismo del sistema tradicional de realizar la recepción, transporte y entrega final de los envíos en diversas oficinas postales ubicadas en la parroquia urbana 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, no ha permitido que se exploren otras alternativas postales para solucionar necesidades insatisfechas de acceso, discrecionalidad, distancias de las oficinas, comodidad y confort, así como también, necesidades respecto al servicio postal como tal, precio, tiempo y cobertura, lo cual hace posible que la probabilidad de éxito en la implementación de un plan de servicio postal integrado sea alto y favorable en esta parroquia urbana de la ciudad.</p> | | |
| N° DE REGISTRO(en base de datos): | N° DE CLASIFICACIÓN: N° | |
| DIRECCIÓN URL (tesis en la web): | | |
| ADJUNTO PDF | <input checked="" type="checkbox"/> SI | <input type="checkbox"/> NO |
| CONTACTO CON AUTOR: | Teléfono: 0987294963 | E-mail: freddyramosrubio@hotmail.com |
| CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN | Nombre: | |
| | Teléfono: | |

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del estudiante Freddy Patricio Ramos Rubio, del Programa de Maestría/Especialidad Recursos Humanos y Marketing, nombrado por el Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas CERTIFICO: que el estudio de caso del examen complejo titulado **“Estudio para implementar servicios postales integrados en la parroquia urbana 9 de Octubre de la ciudad de Guayaquil”**, en opción al grado académico de Magíster (Especialista) en Recursos Humanos y Marketing, cumple con los requisitos académicos, científicos y formales que establece el Reglamento aprobado para tal efecto.

Atentamente

Juan Francisco López Fernández

TUTOR

Guayaquil, 15 de Septiembre de 2016

DEDICATORIA

A mis padres, Carlos Hugo y Anita Mercedes, que estando en vida, supieron guiarme con sus sabios consejos y apoyo constante, por el camino correcto en este mundo tan competitivo.

A mi esposa y a mis hijos que con amor y ternura me dieron esa fuerza para poder concluir con este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Al Licenciado Juan Francisco López Fernández PHD. Por sus conocimientos, tiempo y paciencia para poder culminar con éxito este trabajo.

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de este trabajo de titulación especial, me corresponden exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL”

FIRMA

Freddy Patricio Ramos Rubio

C.I. 0911113694

ÍNDICE GENERAL

| | |
|---|-----|
| Certificación del tutor | ii |
| Dedicatoria..... | iv |
| Agradecimiento..... | v |
| Declaración expresa | vi |
| Índice general..... | vii |
| Resumen..... | ix |
| Introducción | 1 |
| Delimitación del problema..... | 3 |
| Formulación del problema | 4 |
| Justificación | 5 |
| Objeto de estudio | 5 |
| Campo de acción o de investigación..... | 5 |
| Objetivo general..... | 5 |
| Objetivos específicos | 6 |
| Capítulo 1..... | 7 |
| Marco teórico..... | 7 |
| 1.1. Teorías generales | 7 |
| 1.2. Teorías sustantivas | 16 |
| 1.3. Referentes empíricos..... | 20 |
| Capítulo 2..... | 22 |
| Marco metodológico | 22 |
| 2.1. Metodología | 22 |
| 2.2. Métodos: | 22 |
| 2.3. Empíricos:..... | 23 |
| 2.4. Hipótesis. | 24 |
| 2.5 universo y muestra. | 24 |
| 2.5. Operacionalización de variables | 26 |
| 2.6. Gestión de datos..... | 27 |
| 2.6.1. Estudio de mercado | 28 |
| Capítulo 3..... | 33 |
| Resultados..... | 33 |
| 3.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población..... | 33 |

| | |
|---|----|
| 3.2. Diagnostico o estudio de campo | 34 |
| Capítulo 4..... | 35 |
| Discusion..... | 35 |
| 4.1. Contrastación empírica | 35 |
| 4.2. Limitaciones del estudio | 36 |
| 4.3. Líneas de investigación..... | 36 |
| 4.4. Aspectos relevantes..... | 36 |
| Capítulo 5..... | 38 |
| Propuesta..... | 38 |
| Conclusiones..... | 40 |
| Recomendaciones | 40 |
| Bibliografía | 41 |
| Anexos | 45 |

“Estudio para implementar servicios postales integrados en la parroquia urbana 9 de Octubre de la ciudad de Guayaquil”

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo Contribuir a la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas. El servicio postal fue fundado en Guayaquil en el año de 1971. A partir de lo cual ha tenido desarrollos permanentes y sostenidos hasta llegar al momento actual donde se realiza a través de los operadores que lideran el mercado nacional e internacional del servicio postal. El enfoque que se ha empleado es el cuantitativo donde se ha aplicado la encuesta, la entrevista y la observación. A través de los cuales se han obtenido los siguientes resultados: existe un alto nivel de necesidades postales insatisfechas, en especial en aspectos importantes de la cadena de servicios, ubicación e infraestructura de las oficinas postales actuales. Las conclusiones obtenidas son: El permanente dinamismo del sistema tradicional de realizar la recepción, transporte y entrega final de los envíos en diversas oficinas postales ubicadas en la parroquia urbana 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, no ha permitido que se exploren otras alternativas postales para solucionar necesidades insatisfechas de acceso, discrecionalidad, distancias de las oficinas, comodidad y confort, así como también, necesidades respecto al servicio postal como tal, precio, tiempo y cobertura, lo cual hace posible que la probabilidad de éxito en la implementación de un plan de servicio postal integrado sea alto y favorable en esta parroquia urbana de la ciudad.

Introducción

El enfoque principal que se aspira obtener al desarrollar un trabajo de investigación como este, es el de conocer de manera profunda la importancia que tiene la industria postal en el Ecuador, desde la perspectiva del servicio de mensajería o Courier.

Una de las particularidades de este proyecto es que el servicio postal por ofrecer en cada punto de venta es para realizar envíos postales nacionales y envíos postales internacionales y cada cliente postal, podrá escoger en el sitio, de acuerdo a sus gustos y preferencias, con que operador postal realizará sus envíos. Los gustos y preferencia del consumidor postal, será por tiempo, precio, cobertura y fidelidad. Además de que, el programa de aperturas de oficinas postales vendrá acompañado con servicios adicionales o complementarios de impresiones digitales, venta de sobres manila, empaques, embalajes, etc, que darán un valor agregado al servicio. El consumidor o cliente, al realizar envíos postales en las agencias que estarán ubicadas en principio en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la parroquia urbana 9 de Octubre, contará con tres marcas de empresas nacionales para poder realizar sus envíos postales nacionales y tres marcas de empresas internacionales para poder hacer envíos postales internacionales.

Las empresas nacionales consideradas para el proyecto son:

- Servientrega Ecuador s.a.
- Tramaco Express s.a.
- Laar Courier o Correos del Ecuador.

Las empresas Internacionales consideradas para el proyecto son:

- Dhl Worlwide.
- Ups.
- Fedex o Tnt.

Indudablemente que este proyecto será de mucha utilidad y rapidez para el consumidor postal, pues logrará encontrar en una misma oficina postal, varias opciones empresariales para hacer sus envíos postales sin necesidad de recorrer la ciudad o mucho menos aún, andar de un lugar a otro, perdiendo tiempo y dinero. La necesidad imperiosa de contar en el mercado con nuevas opciones de servicios postales en un mismo sitio, un servicio que logre integrar a los operadores postales en una sola oficina, obliga a la búsqueda permanente de otras metodologías y planes de negocios que se ajusten a estas nuevas demandas.

Antecedentes

Además de Correos del Ecuador EP. Actualmente existen varias empresas privadas de Courier o mensajería rápida en el país, pero solo dos de ellas destacan en el mercado postal por tiempo de permanencia, presencia corporativa con oficinas físicas y cobertura nacional, estas son las empresas Colombiana Servientrega s.a. y la Ecuatoriana Tramaco Express s.a., cada una de ellas cuentan con más de 100 oficinas postales a nivel nacional para recibir los envíos de sus clientes y para reforzar sus respectivas coberturas, cuentan con programas de franquicias y concesiones, las que se han mantenido vigentes operativa y comercialmente por más de 15 años lo cual los hace fuerte en el mercado, el problema no es ese básicamente, el problema es que ambas se han convertido en algo así como un monopolio, es decir, si el usuario postal va a una agencia postal de Servientrega s.a. solo encontrará servicios postales exclusivos de esta empresa; si otro usuario del servicio postal va a dejar un envío postal a una agencia de Tramaco express s.a., de igual manera solo encontrará servicios postales exclusivos de esa empresa, por lo tanto el consumidor o cliente postal, solo cuenta con una opción de envío con sus respectivas limitantes en cuanto a precio, tiempo y cobertura que están definidas y marcadas por ese operador.

Delimitación del Problema

Basado en párrafos que anteceden, el cliente postal en general solo cuenta con una sola opción postal que cumpla con las expectativas de servicio que requiere en este aspecto, por lo tanto la esencia del problema es un grado importante de “insatisfacción de necesidades que tiene el cliente respecto al servicio postal”. Necesidades que giran en torno a una marcada limitación comercial que tienen los operadores postales actuales, pues sus oficinas postales hoy en día cuentan con una única opción de envío postal, la ubicación operativa y comercial para encontrarlas también son limitadas, por lo que el usuario postal debe recorrer distancias importantes antes de llegar a la oficina del operador postal de su preferencia, lo que genera pérdida de tiempo innecesario, una vez ubicada la oficina postal, se presenta una nueva limitante en cuanto precio, tiempo de entrega y cobertura que estén alineados y en correspondencia con sus verdaderas necesidades y capacidad de pago; insatisfacciones y limitaciones evidentes que generan en el cliente postal en general, desorientaciones respecto a precio, tiempo y cobertura de otros operadores en el mercado, lo cual genera una fallida gestión de envío, cuando acude a una oficina postal que no cumple con sus requerimientos y características básicas que necesita para poder realizar sus envíos postales a satisfacción con la inevitable consecuencia de la disminución de la afluencia y tráfico postal nacional e internacional en estas oficinas.

A continuación el árbol del problema:



Formulación del Problema

¿Cómo contribuir a la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal en la Parroquia 9 de Octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas?

Justificación

La utilidad de la solución al problema planteado consiste en:

- 1- Maximizar el tiempo de cada cliente al utilizar el servicio postal integrado.
- 2- Orientación al cliente, respecto a servicios y Tarifas más competitivas del mercado
- 3- Disponer en una misma oficina estratégicamente ubicada, de los mejores proveedores de servicios postales nacionales e internacionales.
- 4- Contar con mayores opciones de envíos nacionales e internacionales con mayores ventajas de precio, tiempo y cobertura
- 5- La integración de los aspectos esenciales precedentes, dan una mayor competitividad al servicio postal integrado.

Objeto de Estudio

El objeto de estudio de la presente tesis es la industria del servicio postal en la ciudad de Guayaquil, Ecuador.

Campo de acción o de Investigación

El campo de acción es el servicio postal en la parroquia 9 de Octubre perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

Objetivo General

Contribuir a la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de Octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

Objetivos específicos

- 1.- Identificar los aspectos teóricos esenciales que permitan sustentar científicamente la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de Octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
- 2.- Identificar los aspectos metodológicos esenciales que permitan realizar el diagnóstico del estado actual de la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
- 3.- Determinar los resultados obtenidos y valorarlos mediante el diagnóstico realizado acerca de la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
- 4-Elaborar una propuesta que contribuya a la satisfacción de las necesidades de los clientes del servicio postal de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas

El servicio postal integrado se caracteriza por:

1. Integración en una sola oficina de los tres mejores proveedores de servicios postales nacionales y de los tres mejores proveedores de servicios internacionales (servicio postal integrador) para la recepción de cartas y encomiendas en la parroquia 9 de octubre del cantón Guayaquil.
2. Programa de apertura de oficinas con servicio postal integrador en lugares geográficos estratégicos que permitan el acceso y la atención eficiente a los clientes de los servicios postales de la parroquia 9 de octubre del cantón Guayaquil.
3. Orientación personalizada y oportuna del cliente respecto a precio, tiempo y cobertura en correspondencia con sus necesidades y capacidad de pago.

Capítulo 1

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías generales

En un mundo integrado y globalizado donde las personas se movilizan inevitablemente de un lugar a otro e intercambian bienes y servicios, nace la necesidad de poder comunicarse y de dinamizar el flujo de la información, documentación y bienes físicos que en muchos casos, no es posible procesar de forma electrónica, de tal manera que en base a aquella necesidad primaria, nacen los Courier o correos rápidos, basados en la agilidad y seguridad para trasladar sus envíos desde un sitio de origen hacia un sitio de destino, de forma personalizada. El servicio postal en el Ecuador al igual que en el resto del mundo, ha debido transformarse y diversificarse frente a la globalización y el apareamiento de nuevas tecnologías.

Según el artículo de la Agencia Francesa de Prensa (AFP) publicado por el Diario El Comercio en su sección de Negocios del día sábado 7 de julio de 2013, indica que muchas entidades postales alrededor del mundo, tras años de presentar en rojo sus balances, debido a la caída del correo tradicional, han debido diversificar sus productos para subsistir ofreciendo: servicios bancarios, de telefonía móvil, seguros o incluso la venta de golosinas en ventanilla, cuando no logran escapar a la privatización. Un ejemplo es Inglaterra quien ha tratado de privatizar el Royal Mail, con el objetivo de sentar “bases viables para el futuro con una verdadera libertad comercial”. Existen servicios complementarios y desarrollo de nuevos productos postales que coadyuvan a suplir tales caídas del correo tradicional. (Haro, 2014) afirma:

Existen servicios que han incrementado su utilización, como es el envío de paquetes pequeños de hasta 4 kilogramos, pues las entidades postales siguen siendo un puntal en la confianza del público para certificar el correo electrónico u organizar la devolución de mercancías relacionadas con el comercio electrónico. (p.22)

El desarrollo y gestación de servicios complementarios en el sistema convencional de correos, contribuye al mercado postal y a mejorar sustancialmente el servicio postal en todo el mundo.

Por otro lado, no todo lo que ha traído la globalización ha sido negativo para el Servicio postal, existen connotaciones favorables como la apertura de los mercados que permiten que otros tipos de negocios como el comercio electrónico siga creciendo en el mundo entero y más países se encuentren abiertos a esta alternativa cada vez más rentable. El servicio postal ha empezado a invertir tanto en tecnología, como en integración y acuerdos entre los diferentes países, que facilitan este tipo de actividad de intercambio mundial.

El Correo y sus orígenes

La sociedad en general y el mundo mercantil existente desde el génesis de la historia postal, demandó formas de comunicación e intercambios de bienes y servicios, la necesidad de mantenerse en permanente contacto entre las civilizaciones, desarrolló de forma natural, varios métodos de comunicación, como por ejemplo: señales de humo, sonidos de objetos entre otros instrumentos y modismos. Adicional a esto, buscaban también contacto con fenómenos de la naturaleza, dioses de sus misteriosos mundos, etc., mucho antes de la invención de la escritura.

Los Sumerios fueron la primera y más antigua civilización en el mundo, los mismos que generaron un proceso de escritura hace 3000 años antes de Cristo, el cual consistía en un conjunto de signos dibujados sobre tablas de arcilla, que hoy en día se conoce como “cuneiforme”, de esta manera fueron apareciendo las primeras cartas y los primeros indicios

de un sistema de correos natural que consistía en el uso de un sello para certificar la originalidad de los escritos.

En aquellos tiempos los sumerios vivieron en Mesopotamia, lugar ubicado entre el Golfo Pérsico y Babilonia, aunque hay que recalcar que fue en Egipto donde se instauró el primer sistema oficial de correos. Más tarde otras civilizaciones fueron generando su propio sistema de correos, esto debido a que se tenía control sobre todo lo que ocurría en los territorios de aquellas épocas. (Moncayo, 2014,p.8)

Durante siglos los servicios postales quedaron limitados a servicios del gobierno o a las comunicaciones entre varias empresas e industrias poderosas como servicio realmente público. Durante el siglo XV, en lo que ahora es el continente americano, se desarrolló una tribu denominada los Tassis, que para ese entonces eran conocidos como maestros de postas y competencias en los países bajos, a quienes se les concedió el monopolio postal de la época, mientras que en Inglaterra en el siglo XVIII comienzan a surgir y aparecer las estampillas y sellos postales que se utilizaría para el intercambio postal y comercial de aquella época.

Este intercambio comercial y avances presentados en la época, dieron lugar a la utilización del Ferrocarril como forma de transporte medieval, optimizando el servicio postal y llegando a lugares más distantes en menos tiempo (Haro, 2014). De esta manera van surgiendo las primeras herramientas de comunicación básicas de la época. Tales herramientas que permitían enviar información a grandes distancias, esto lo realizaron a través de la utilización de diferentes medios tales como señales de humo, tambores, palomas mensajeras, corredores, deportistas, etc. “Estas formas de comunicación fueron evolucionando conjuntamente con el desarrollo de las civilizaciones para dar origen a los primeros correos organizados” (Pantoja, 2010,p.19). Las funciones de transmisión las realizaban los chasquis, estos eran jóvenes entre los 18 y 20 años, reclutados y adiestrados desde niños por sus cualidades físicas de velocidad, resistencia, excelente memoria para cumplir su misión y que pagaban con la muerte por revelar el mensaje o trasmitirlo erróneamente.

El Correo en el Ecuador

Sobre la historia postal en el Ecuador, no existen antecedentes precisos sobre cómo eran las formas de comunicación que usaban los aborígenes que formaban parte de lo que hoy en día, es el territorio ecuatoriano, antes de la ocupación de los Incas a mediados del siglo XV. Los Incas al verse en la necesidad de comunicarse entre ellos desarrollaron y perfeccionaron un ingenioso método para el envío de mensajes, como fue el de los chasquis. “El sistema de los chasquis estuvo organizado a lo largo del Tahuantinsuyo, eran empleados hombres jóvenes (entre 18 y 20 años), especialmente escogidos en cada comuna para que sirvieran a la comunidad estatal durante un mes” (Paz y Miño, 2011,p.13). Este ingenio demostrado hacía pensar que el desarrollo de las comunicaciones y del servicio postal por parte de los incas, era apenas un inicio.

La vestimenta de los Chasquis estaba conformada por: un pututu que era una especie de trompeta hecha a base de caracol, con la cual anunciaban su llegada, un quipu donde se almacenaba la información, un quëpi en la espalda donde guardaban los objetos que debían ser entregados, además llevaban un tocado de plumas en la cabeza que les permitía ser divisados a lo lejos. El correo en el imperio inca se basaba en un sistema de caminos, postas y mensajeros, “Corrían veloces comunicando el mensaje al nuevo chasqui, que a su vez debía transmitirlo a la siguiente posta o chuella, estas postas se colocaban en senderos o caminos al menos a una distancia de dos kilómetros” (Moncayo, 2014,p.8). Las postas o también conocidos tambos eran lugares que se asentaban en graneros y tenían la función de una hostería debido a la llegada de los chasquis, quienes recibían alimento y albergue.

Bajo estas apreciaciones, se puede catalogar a este sistema de comunicación como un antecedente importante del correo en Suramérica, además de su eficiencia en comparación a otros métodos que fueron utilizados en la época del descubrimiento por parte de los europeos civilizadores.

Conforme fue avanzando el tiempo y con él la llegada de la época colonial, aparecieron los Postillones quienes eran los encargados de llevar el correo y se ubicaban en una tienda o cantina conocida del lugar.

Allí, sentados a la luz de una vela, recibían las cartas y encomiendas de los funcionarios públicos que remitían correspondencia, o de personas privadas que mandaban misivas o pequeños paquetes con encargos. También recibían razones: mensajes verbales que repetían a su destinatario con bastante precisión. (Ayala, 2011,p.29)

La política de estos mensajeros, era no llevar dinero ni objetos de oro, pues creían que podrían ser objeto de robo en el camino y esto los retrasaría con sus entregas.

Bajo la administración del primer presidente republicano que tuvo el Ecuador, el 2 de mayo de 1831, Don Juan José Flores, se expide el decreto postal creando la Administración General de Correos bajo la directa dependencia gubernamental y de absoluta necesidad para la vida del nuevo estado, libre e independiente (CDE - EP, 2010). Formalizando de esta forma el sistema convencional de correos en el Ecuador.

A pesar del desarrollo tecnológico mundial con los mensajes electrónicos, el correo no ha perdido su vigencia y ventaja, puesto que continúa siendo el medio más utilizado por la sociedad ecuatoriana y mundial para el envío de correspondencia y paquetería.

Desde tiempos atrás se sintió la necesidad de realizar envíos a diferentes lugares en todo el mundo por ende se ha utilizado diversas maneras para intercambiar envíos, el servicio de Courier en Ecuador en la actualidad es muy utilizado a través de los medios de transporte, siendo el más usual el terrestre, ya que este medio presta sus servicios puerta a puerta.

Desde esta perspectiva general entonces, es posible encontrar la definición de lo que es un Courier o mensajería acelerada y su clasificación.

Mensajería acelerada o Courier y tráfico postal

Es el envío de paquetes y/o bultos a través del Operador Público del Servicio Postal Oficial del Ecuador o de una Empresa Courier, cuyo valor no exceda del límite que se establece en el Reglamento y que serán despachados mediante formalidades simplificadas, conforme los procedimientos que establezca la Aduana del Ecuador. Los envíos o paquetes que excedan el límite establecido, se sujetarán a las normas aduaneras generales.

Clasificación:

- CATEGORIA A - Documentos
- CATEGORIA B - 4X4
- CATEGORIA C - 50 Kg \$2000
- CATEGORIA D - Prendas de vestir, textiles confeccionados y Calzado
- CATEGORIA E - Medicinas
- CATEGORIA F - Libros y Equipos computación

Existen casos puntuales en el proceso de envíos postales, en el caso de que las mercancías enviadas sobrepasen las limitaciones de peso y valor establecidos para el régimen de Courier y el servicio postal, explicados en la tabla de rangos y detalles. (ADUANAS DEL ECUADOR, 2014) Refiere que éstas deberán pagar los impuestos de ley y cumplir con todas las formalidades y procesos aduaneros correspondientes a una importación común.

El código orgánico de la producción, comercio e inversiones del Ecuador manifiesta en uno de sus artículos de interés sobre la mensajería acelerada o Courier:

”Que cumpla con el reglamento dictado por el Servicio Nacional de Aduanas (SNA) y no exceda los límites previstos en el mismo transportados por los denominados correos rápidos, se despacharán mediante formalidades simplificadas conforme la normativa dictada por el SNA” (COPCI, 2009,p.165).

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

Mientras otras definiciones conceptúan al correo como el transporte de mercancías

bajo ciertas normas universales. “El correo es la mercancía transportada bajo términos de una convención postal internacional” (MUNOZ, 2005, p. 110). Lo que implica una generalización técnica de lo que se envía bajo normas y procedimientos logísticos previamente definidos.

La mensajería acelerada o Courier se rige en base al reglamento del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (ADUANAS DEL ECUADOR, 2014) menciona que para ello, las personas o empresas que se dediquen a esta actividad deberán cumplir con todas las formalidades aduaneras como lo menciona el párrafo anterior.

(SUPERCIA, 2014) Menciona al respecto, que se requiere formar una empresa, bien sea a través de una persona natural con experiencia postal o una empresa u organización dedicada exclusivamente al servicio postal integral a nivel nacional o internacional, cumpliendo normas y procedimientos definidos.

Para su operatividad tributaria y de consumo en el Ecuador, se debe cumplir con ciertos requisitos básicos. (SRI, 2015) menciona que todos los envíos postales deben estar amparados con una guía de remisión que cumpla normas de consecutivo y orientación numérica, así como también las empresas postales están en la obligación de emitir facturas especiales tipo guías, para registrar la venta por el servicio prestado. En caso de que el envío viaje asegurado, se deberá cobrar al cliente el IVA sobre el valor del seguro, no sobre el valor declarado.

La industria postal lo componen precisamente los Courier nacionales e internacionales y empresas de transporte terrestre que trasladan envíos postales y carga pesada y liviana por el territorio nacional, quienes están controlados y regularizados por una entidad estatal denominada Agencia nacional postal, (ANP) entidad adscrita al Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de la información. (MINTEL) (ANP, 2014).

El sector postal hoy en día es uno de los engranajes más fuertes y sostenibles de la

economía en el Ecuador, cifras aproximadas vertidas por la Agencia Nacional Postal (ANP) revelan que en el año 2014, este sector movió más de 171 millones de dólares y aporta de manera significativa al sistema económico del país (ANP, 2014).

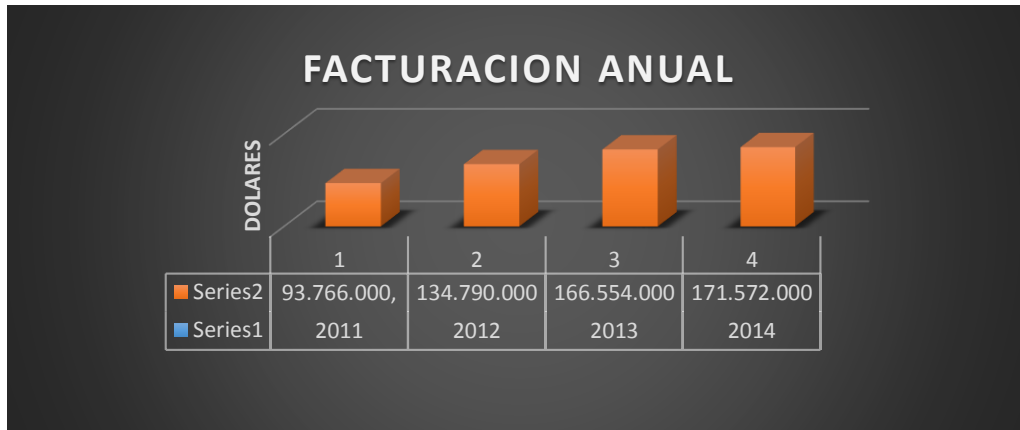


Figura No.1
Facturación Anual del Sector Postal
Fuente: Agencia Nacional Postal

En la actualidad existen más de 491 empresas Courier registradas en el país, según lo que indica la Agencia Nacional Postal (ANP) y otras 100 empresas Courier no registradas o inmersas en la informalidad que de alguna manera también ayudan a mover esta industria (Agencia de Regulación y Control Postal, 2016).



Figura No.2
Envíos Movilizados Anual del Sector Postal
Fuente: Agencia Nacional Postal

La Unión Postal Universal (UPU), sostiene que el servicio postal se basa en la clasificación sectorial de los servicios postales, los mismos que se clasifican como

subsectores de los servicios de comunicaciones, contiene también los servicios de telecomunicaciones y audiovisuales. (CASANOVAS, 2013)

Se divide en subclases:

- a) **Servicios postales:** como cartas, comprende recogida, transporte y reparto de las mismas, diarios, revistas, publicaciones periódicas, folletos, volantes y demás material impreso, su destino puede ser nacional o internacional.
- b) **paquetes,** comprende recogida, transporte y reparto de paquetes y bultos, su destino puede ser nacional o internacional.

Existen varias definiciones textuales de lo que representa y en que consiste el servicio postal en el Ecuador.

Una de ellas es que, el servicio de correo por distintos medios de transporte, consiste en la recolección, transporte y distribución de cartas y mercancías, independientemente de que su destino sea nacional o internacional, prestados por empresas privadas que utilizan uno o más medios de transporte y otros servicios de correos no clasificadas en otra parte, como el transporte de cargamentos en camiones o su transbordo sin almacenamiento. (Pantoja, 2010,p.19)

El servicio de Courier se encuentra sujeto a los medios de transporte por el cual van a ser trasladados los envíos receptados, por lo general los más utilizados son el terrestre, aéreo y marítimo; siendo el más importante y más utilizado el transporte por carretera debido a que puede hacer llegar sus envíos postales (Paquetería) a su lugar de destino con un servicio de entrega puerta a puerta, mientras que el transporte aéreo es un medio apto para lugares distantes, utilizado normalmente para hacer la operación internacional (Intercambio de envíos entre países) por tal razón, el transporte terrestre y aéreo figuran como amplios sectores en la lista de clasificación de la Unión postal Universal.(UPU). De acuerdo a las normas y directrices generales de la UPU. “El servicio postal universal, cumple procedimientos mundiales para

transportar en todo el mundo cartas y paquetería ya sea por tierra, mar o aire, a través de las diferentes categorías establecidas con un determinado valor y peso” (UPU, 2014,p29). Este principio asegura la estandarización y universalidad de las normas en toda la industria postal alrededor del mundo.

En la actualidad se estudia la naturaleza y el alcance de algunos cambios tecnológicos, comerciales que se están causando en el servicio de Courier, esta investigación servirá de base para las oportunidades en los servicios de correos, las nuevas tecnologías están contribuyendo a racionalizar la clasificación y entrega de mercancías, sin embargo esa misma tecnología puede ser nociva a largo plazo para la funcionalidad del sistema. El dinamismo postal y la innovación natural en el mundo, permite aceptar nuevas tendencias. (REASON WHY - ESPANA, 2016) Refiere al respecto que, otros medios de comunicación tecnológica como el Whatsap por ejemplo, contribuye a desviar mundialmente la esencia del envío de cartas y comunicaciones convencionales, sin embargo, a pesar de aquello, el correo postal permanece activo y en convivencia con este entorno mundial cada vez más dinámico, porque permite disfrutar de una experiencia única e inolvidable en la vida: la de recibir una carta postal.

1.2. Teorías sustantivas

El mercado postal en especial de Courier o mensajería rápida, es una industria que ha permanecido por varias décadas en auge y se ha mantenido a pesar de los obstáculos e inconvenientes presentados hace unos cuantos años atrás con el feriado bancario, que desapareció algunas empresas e incluso algunos sectores de la economía. El establecer nuevas reformas en el sector postal, enfocadas en: la formulación de políticas sectoriales, en el establecimiento de un Marco Legal adecuado, y en la modernización y desarrollo de los servicios postales que se ofrecen en el país, posibilitará contribuir en el desarrollo nacional.

Con la ejecución de estas acciones, se busca fortalecer al sector postal ecuatoriano, para que contribuya al cambio y desarrollo de la matriz productiva, facilitando y garantizando la inclusión social en condiciones que permitan a la población, instituciones y organizaciones del territorio nacional el acceso y uso de la red postal, a través de la creación de una infraestructura que permita la comunicación y el intercambio de bienes y servicios de manera oportuna, con la finalidad de contribuir con la satisfacción de sus necesidades. Desde el Gobierno de la Revolución Ciudadana se trabaja para impulsar la eficiencia de la red postal nacional, y se busca que las políticas públicas se sustenten en principios de: universalidad, calidad, accesibilidad, asequibilidad, diversificación de los servicios postales, desarrollo local y territorial, generación de mayores encadenamientos productivos, inserción estratégica en el mercado internacional, entre otros. (MINTEL, 2016) refiere al respecto que: “con la eficiencia del Servicio Postal Universal se garantiza la prestación del servicio, en todo el territorio nacional, a precios asequibles y con condiciones determinadas de calidad, seguridad, fiabilidad, regularidad y financiación sostenible” (p.1). Con lo cual queda evidenciado que este mercado se ha fortalecido y tecnificado a través del tiempo bajo normas y procedimientos más competitivos.

Según la ANP al 30 de Agosto de este año, existen 491 empresas registradas en la industria postal ecuatoriana, sin embargo las que destacan y lideran el mercado son las siguientes por su cobertura, servicio y permanencia en el mercado son:

COURIER NACIONALES:

1. SERVIENTREGA ECUADOR
2. TRAMACO EXPRESS
3. LAAR COURIER
4. URBANO EXPRESS
5. CORREOS DEL ECUADOR

COURIER INTERNACIONALES:

1. DHL
2. TNT
3. UPS
4. FEDEX
5. AIR TRANS COURIER.

Generalmente y en la práctica, estas empresas cuentan con su propio sistema de transporte multimodal local, nacional e internacional, excepto el sistema de transferencia aérea que usualmente se subcontrata debido al alto costo logístico que demanda (ANAYA J. , 2015).

El sistema de transporte más utilizado en el sector doméstico es el TERRESTRE, se utilizan camiones de 6- 8 - 10 y 12 toneladas para realizar las transferencias (Transporte de encomiendas) de la carga de una ciudad a otra, normalmente la operatividad de almacenamiento , cargue y descargue se lo hace en horario nocturno, en los CIL nacional de cada empresa de sus respectivas ciudades de origen (Centro integrado logístico) desde donde parten los camiones de diferentes toneladas hacia sus respectivos destinos nacionales.

Los camiones que se utilizan para repartos y recolección urbana o distribución local generalmente son vehículos muchos más pequeños, tipo de 1.5 a 4.5 toneladas, de acuerdo a la ciudad de destino, ya que en todas las ciudades no siempre se permite el tránsito de este tipo de vehículos.

Todos los camiones que transportan envíos postales y carga, debido a su naturaleza deben contar con sistemas de rastreo satelital y aperturas remotas de las puertas del camión, estas aperturas usualmente se lo hace a través de candados satelitales, lo cual los hace muy seguros y confiables (ANAYA T. J., 2015). La recepción de los envíos postales, normal y usualmente se los realiza bajos dos esquemas de recolección:

1. Atendiendo a los requerimientos del cliente crédito, esto implica recolección de sus envíos postales en sus oficinas y empresas (Recolección a domicilio) y
2. Cuando el cliente postal se acerca a entregar sus envíos en las oficinas de cada operador postal.

Bajo este último esquema centraré el estudio del presente caso, la idea de concebir un servicio postal integrador en el país, nace de una necesidad evidente e imperiosa que tiene el consumidor de contar con otras opciones postales dentro de un mismo sitio, dentro de un mismo punto de venta; es decir que cuando surja la necesidad de dejar en depósito un envío postal, se pueda ofrecer al cliente varias alternativas empresariales para hacer ese envío, por ejemplo, si se requiere hacer un envío postal nacional, tendrá la alternativa de enviarlo por varias empresas nacionales como Servientrega, Tramaco Express, Laar Courier, Urbano express, Correos del Ecuador.

Si se trata de un envío postal internacional, podrá escoger entre enviar con operadores postales internacionales como son DHL, TNT, UPS, FEDEX.

Al final el cliente escogerá de acuerdo a sus preferencias económicas o de servicio, pues hay empresas que son costosas pero ofrecen un buen servicio con entrega en 24 horas y con sistema de tracking, otras son económicas pero tardan en llegar, otras son mucho más económicas pero tardan un poco más de 72 horas en llegar, lo cual atentaría con el servicio y la oportunidad en la entrega. En fin, en el mercado existen todas estas condiciones y diversas tarifas.

Bajo estos aspectos, se considera importante realizar un diagnóstico de cuál será la problemática actual y cuál será la forma más óptima de buscar serios aportes al país, a la sociedad, al consumidor final, desde la perspectiva del servicio postal, generando además fuentes de trabajo en beneficio del país. Después de haber realizado varios análisis es posible

determinar que existen demandas insatisfechas en el sector postal, una de ellas es la necesidad de tener varias opciones de servicio en un solo sitio.

1.3. Referentes empíricos

Según la teoría de la Unión Postal Universal (UPU) el servicio postal sigue un Procedimiento universal en todo el mundo, para transportar las cartas, bultos, paquetes pequeños y medianos, a través de las diferentes vías para hacerlo, por tierra que es el más común, por aire o mar y de acuerdo a las diversas categorías enmarcadas por contenido y peso según las normas. Accesibilidad, Permanencia, Confiabilidad y Asequibilidad, son los componentes esenciales que integran e intervienen activamente en el Servicio Postal Universal (SPU). El año pasado se realizaron en el país, varias conferencias respecto a estos temas para socializar y definir las características esenciales del servicio postal y su alcance dentro de la industria. (Asamblea nacional, 2015) menciona al respecto:

La característica de accesibilidad, implica que debe ofrecerse en áreas urbanas y rurales, sin importar las dificultades de acceso. Al mismo tiempo, los precios de los servicios deben ser asequibles. La prestación del servicio debe ser permanente, por lo que no debe ser interrumpido por criterios económicos, políticos o de otra clase. Además debe ser prestado con estándares de calidad establecidos; en tanto, los servicios postales no básicos, son los que por sus características particulares de especialidad, tiempos, valores agregados, envíos con datos de entrega, geo referenciación y otras características de similar naturaleza pueden variar para dar una mejor atención al usuario y satisfacer sus necesidades. (p.4)

Bajo esta premisa y en aras de satisfacer tales necesidades básicas, podemos definir el concepto y características del Servicio Postal Integrador como un servicio, donde el consumidor postal acude por cuenta propia a la agencia de servicios integrados y selecciona el proveedor postal bajo criterios de precio, tiempo y cobertura de acuerdo a sus necesidades y capacidad de pago.

De esta forma hoy en día existen varias empresas en el mercado postal que compiten entre ellas bajo un sistema de negocios convencional, el mismo que implica redes y agencias directas o indirectas, bajo modelos de Franquicias y Concesiones donde el consumidor final debe buscar las mejores opciones en servicio, ubicar geográficamente dentro de la ciudad las agencias de la empresa de su preferencia para poder colocar sus envíos postales, esta es la forma convencional que por muchos años se han mantenido en el sistema.

El 29 de septiembre de 1971 con decreto supremo 1415 entró en vigencia la primera Ley General de Correos, al respecto se afirma lo siguiente. "Decreto supremo 1415, crease la Empresa Nacional de Correos del Ecuador, como entidad de derecho público con personería jurídica y adscrita al Ministerio de Obras Públicas" (Anp, 2013, p. 3). Con la vigencia de la ley el Correo se constituyó como un servicio público administrado por el Estado ecuatoriano y cuyas actividades serían coordinadas con los Convenios Postales Internacionales como la Unión Postal Universal (UPU) existente desde 1880 y la Unión Postal de las Américas España y Portugal (UPAEP) a partir de 1911.

Seguido a esto se decreta formalmente la desmonopolización de los correos en el Ecuador. (Chedlak Burbano, 2014) menciona al respecto que estos decretos le hicieron bien al país, pues facilitaron e incentivaron el ingreso a la actividad postal a los correos y courier privados como un paso hacia la privatización del sistema. Así llegan al país las empresas colombianas Servientrega, nace la ecuatoriana Tramaco express, Urgentito Carga, Laar Courier, Urbano express, entre otras que se fueron sumando en el tiempo.

Capítulo 2

MARCO METODOLOGICO

2.1. Metodología

Investigación cuantitativa

Para la investigación del presente estudio la modalidad que se utilizó es cuantitativa, debido a que se desarrolló con datos numéricos, para saber la demanda del servicio postal integrador en la parroquia urbana 9 de Octubre, perteneciente al cantón Guayaquil. Es decir, se recogió la opinión de los usuarios postales que realizan envíos postales en esa parroquia urbana, la información se obtuvo por medio de encuestas y entrevistas.

Investigación cualitativa

Además se utilizó la investigación cualitativa, para determinar los gustos y preferencias de los clientes que utilizan el servicio postal en la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, perteneciente al cantón Guayaquil. De igual manera todo lo relacionado con él envío de paquetes, encomiendas, mercancías, y mensajería, aplicando encuestas, entrevistas y la observación, ya que estos serían los posibles usuarios del servicio postal integrado. Preferencias y gustos relacionados con el nivel de servicio postal que están recibiendo en la actualidad que esperan superar.

2.2. Métodos:

Teóricos:

1. Hipotético deductivo:

Método que se utilizó para elaborar la hipótesis de la presente investigación.

2. Analítico sintético:

Permite la descomposición del objeto o fenómeno como un todo en sus partes para determinar los aspectos esenciales que luego se van integrando mediante la síntesis.

3. Inductivo deductivo:

Consiste en abordar la problemática que se investiga desde lo particular a lo general y viceversa, para profundizar en lo que se investiga.

2.3. Empíricos:

1. Observación:

Se utilizó en el presente estudio la observación para verificar y comprobar en la práctica común, la información obtenida mediante encuestas y entrevistas.

2. Encuesta:

A través de la encuesta se desea conocer la demanda y las necesidades a satisfacer en el servicio postal en la ciudad de Guayaquil, específicamente en la parroquia urbana 9 de Octubre, con la finalidad de medir el grado de acierto de la propuesta del servicio postal integrado.

La encuesta se aplicó a 400 personas que arrojó la muestra, la misma que se obtuvo de los usuarios que realizaron envíos postales frecuentes o por lo menos una vez al día y que utilizan el servicio mediante la modalidad de pago de contado, esto es, aquellos clientes que se acercan a la oficina de un proveedor del servicio postal y paga por el servicio en ese momento.

El formato de la encuesta y el detalle de las preguntas a ser consultadas se adjuntan en el anexo No.1

3. Entrevista:

Para la investigación de este proyecto se realizó diferentes entrevistas,

especialmente a los usuarios postales que utilizan con frecuencia de estos servicios postales nacionales y a varios elementos que intervienen en la cadena del servicio postal como los clientes finales y proveedores del servicio.

Se realizaron entrevistas aleatorias al 10% de la muestra, esto es a 36 usuarios postales de la parroquia 9 de octubre del cantón Guayaquil, para que nos sirva de apoyo y nos permita profundizar y ampliar de mejor manera, la información de las encuestas realizadas,

2.4. Hipótesis.

La creación de un programa de aperturas de oficinas con servicio postal integrador Contribuirá a mejorar la satisfacción de las necesidades del cliente de los servicios postales de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas. De aceptarse este nuevo esquema de ofrecer servicios postales integrados a menor costo, bajo un programa de apertura de oficinas postales y redes que permita mejorar los sistemas tradicionales de hacer envíos en la ciudad, en beneficio de la población ecuatoriana, sería un gran avance en la industria postal, debido a que el consumidor final tendrá dentro de este proceso de servicios, una alternativa para escoger y seleccionar, de acuerdo a sus gustos y preferencias, con qué empresa Courier realizará sus envíos de correspondencia y paquetería en un solo sitio, y le evitara buscar y recorrer la ciudad generando desgastes tanto en tiempo como en recursos económicos.

2.5 Universo y muestra.

Se consideró a la población apta e idónea para utilizar los servicios postales integrados cuya edad está comprendida entre los 15 a 64 años. Los mismos representan **3.758 personas** de la población total de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas que es **5.747 personas** (INEC, 2014). Por lo tanto, hemos tomado en cuenta para el presente proyecto a los usuarios activos del sistema postal y a

los usuarios pasivos (personas que eventualmente utilizan el servicio) y aquellos que necesitarían utilizar el servicio en un corto plazo.

Muestra

Para obtener una muestra efectiva y real de la población se tomó en cuenta solamente a los usuarios postales que realizan por lo menos 1 envío diario, no importa la categoría del envío, ni el tamaño ni el peso, lo importante para la muestra es que sean consumidores postales frecuentes.

Para encontrar el tamaño de la muestra, se aplicará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

En donde

n = Tamaño de la muestra.

Z= Valor Z curva normal. 95% (1.96)

P= Probabilidad de éxito. 50% (0.50).

Q= Probabilidad de Fracaso. 50% (0.50)

N= Población. 5.747.

E= Error muestral 5% (0.05).

Sustituyendo la fórmula:

| | | | |
|--|--|--|--------------|
| $n = \frac{(1.96)^2 (0.50) (0.50)}{(0.05)^2 * (5.747 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$ | $n = \frac{(1.96)^2 (0.25)}{(0.05)^2 * (5.747 - 1) + (1.96)^2 * 0.25}$ | $n = \frac{(1.96)^2 (5.747)}{(0.05)^2 * (5.747 - 1) + (1.96)^2 * 0.50 * 0.50}$ | $n =$ |
| (5.747) | (5.747) | $5.517.12$ | $n = 400.37$ |

Tamaño de la muestra n: 361

2.5. Operacionalización de variables

| VARIABLE INDEPENDIENTE | DEFINICION DE VARIABLE | DIMENSIONES QUE PUEDEN SER VARIAS | INDICADORES MINIMO 1 X DIMENSION | TECNICA O INSTRUMENTO QUE SE VA UTILIZAR PARA RECOGER LA INFORMACION | FUENTE DE INFORMACION |
|--|---|---|---|---|------------------------------|
| SERVICIO POSTAL INTEGRADO | Integración de operadores de servicios postales nacionales e internacionales en un espacio físico común, que permita satisfacer las necesidades de los clientes postales de Guayaquil, en correspondencia con su capacidad de pago. | | Espacio físico común Integración de Operadores de servicios postales nacionales e internacionales. | | |
| VARIABLE DEPENDIENTE SATISFACCION DE LAS NECESIDADES DE SERVICIO POSTAL DE LOS CLIENTES DE GUAYAQUIL. | Los aspectos que los clientes de Guayaquil consideran necesarios para la satisfacción de sus necesidades son: acceso, ambiente e información sobre operadores y servicios | Accesibilidad Condiciones ambientales Operador Característica del servicio | Acceso Distancia Confort Privacidad Cantidad de operadores Alcance Precio Tiempo de entrega Cobertura | ENCUESTA ENTREVISTA | CLIENTES |

Cuadro de Operacionalización de Variables

2.6. Gestión de datos

Para el análisis del servicio postal integrado para envíos nacionales e internacionales, se recopilaron datos de fuentes primarias y fuentes secundarias. Los métodos de recolección de información que se utilizaron en el proyecto, tienen mucha importancia, ya que es necesario tener presente las diversas fuentes que nos pueden ser útiles en la tarea de recabar información para nuestra investigación. Primeramente se utilizó fuentes bibliográficas o documentales, como son libros, tesis, reglamentos, páginas web, revistas, etc., que ayudaron a esclarecer los temas relacionados con el servicio de Courier doméstico y el tráfico postal internacional. Consecutivamente se aplicaron encuestas a usuarios postales que realizan frecuentemente envíos postales en la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas y que utilizan actualmente a los diferentes proveedores que ofertan el servicio convencional de Courier y envíos postales nacionales o internacionales. Además se investigó a las páginas web que contienen información diversa sobre la industria postal en general.

En relación a las fuentes secundarias se recolectó información de:

- Agencia de Control y Regulación Postal.
- Banco Central del Ecuador.
- SRI.
- Superintendencia de Compañías.
- Libros, boletines, documentos, revistas, leyes, reglamentos.

Finalmente se utilizó la observación, ya que se efectuó el uso sistemático de los sentidos orientados a la captación de la realidad que es el comportamiento de las personas que utilizan el servicio postal nacional con los diversos proveedores que existen actualmente en la ciudad de Guayaquil, herramientas tales que ayudan y permiten obtener información necesaria y pertinente para la investigación y tomar decisiones apropiadas para conseguir resultados más precisos.

2.6.1. Estudio de Mercado

Mediante el estudio de mercado se pretende determinar la posible oferta y demanda en la industria postal bajo esta modalidad, es decir quiénes serían los posibles clientes o usuarios del servicio postal integrado, para lo cual se diseñó varias estrategias que permitan conocer cuáles son las necesidades del mercado y cuáles son las necesidades particulares de los clientes de dicho mercado, como en este caso de los clientes postales en general que realizan actividades comerciales diariamente entre una ciudad de origen y una de destino, mismas que necesitan agilidad y rapidez en la entrega de sus diversos envíos de mercancías para lo cual se pretende demostrar que mediante la implementación del servicio postal integrado en donde el usuario postal podrá escoger el proveedor postal de su preferencia, se logrará tener una mayor satisfacción de necesidades insatisfechas respecto a elegibilidad de operadores postales bajo un esquema técnico y características básicas de accesibilidad, distancia, comodidad, discreción y servicio tales como tiempo de entrega, precio, cobertura, seguridad, seguimiento, especialización y la individualización o servicio personalizado de los servicios postales integrados. Para tal propósito se cuenta con los resultados que se obtuvo de las encuestas realizadas en la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, mismo que son los siguientes:

TABULACION DE DATOS DE LA ENCUESTA

MUESTRA: 361 USUARIOS POSTALES

PREGUNTAS

1. El acceso a la oficina del servicio postal que usted utiliza frecuentemente es:

FACIL – DIFICIL - INACCESIBLE

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 50% de los usuarios encuestados presentan dificultad en el acceso, mientras que el 37% menciona que es fácil llegar, el 13% restante, opina que es inaccesible, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha en este aspecto.

2. La distancia que debe recorrer desde su domicilio/Trabajo a la oficina postal más próxima es:

CORTA – MEDIA - LARGA

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 70% de los usuarios encuestados, deben recorrer largas distancias para llegar a la oficina postal de su preferencia, mientras que el 19% menciona que recorre distancias medias, el 11% restante, opina que recorre distancias cortas, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha respecto a ubicación de oficinas postales.

3. La oficina postal que usted utiliza, tiene comodidades?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 63% de los usuarios encuestados, opinaron que no tienen las debidas comodidades que debe tener una oficina postal, mientras que el 37% menciona que la oficina postal que utiliza, si cuenta con las debidas comodidades, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha respecto a comodidad.

4. La oficina postal que usted utiliza, tiene privacidad?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 68% de los usuarios encuestados, opinaron que no tienen la debida privacidad que debe tener una oficina postal, mientras que el 32% menciona que la oficina postal que utiliza, si cuenta con la debida privacidad, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

5. La oficina postal que usted utiliza, cuenta con más de un operador postal?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 90% de los usuarios encuestados, opinaron que no tienen más de un operador postal, mientras que el 10% menciona que la oficina postal que utiliza, si cuenta con más de un operador postal, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

6. Según su criterio, considera que la existencia de un solo operador en la oficina de servicios postales es: beneficioso o No beneficioso para la gestión que usted realiza en la oficina de servicios postales?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 81% de los usuarios encuestados, opinaron que no es beneficioso, mientras que el 19% menciona que si es beneficio, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

7. Argumente su respuesta anterior

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 92% de los usuarios encuestados, si argumentaron su respuesta, mientras que el 8% restante no argumentaron su respuesta, lo que afianza que existe una necesidad no satisfecha.

8. El alcance del operador postal que usted utiliza es nacional, Internacional o Ambos?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 74% de los usuarios encuestados, mencionan que el alcance del operador postal que utiliza es solo nacional, mientras que el 26% restante menciona que es internacional, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

9. La tarifa del servicio postal Nacional que usted utiliza es?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 56% de los usuarios encuestados, mencionan que la tarifa del operador postal que utiliza es costosa, el 11% menciona que es económica y el 33% restante, menciona que es medio, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

10. El tiempo de entrega del servicio postal nacional e Internacional es?

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 52% de los usuarios encuestados, mencionan que el tiempo de entrega del operador postal que utiliza es dentro de las 24horas, el 30% menciona que dentro de las 48horas, el 13% menciona que es dentro de las 72horas y el 5% menciona que es dentro de las 12horas, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

11. La cobertura nacional e internacional de su operador postal habitual

De acuerdo a la encuesta realizada, sobre una muestra de 361 usuarios encuestados, el 55% de los usuarios encuestados, mencionan que la cobertura del operador postal que utiliza es completa, mientras que el 45% restante menciona que es incompleta, lo que demuestra que existe una necesidad no satisfecha.

2.7 Criterios éticos de la investigación.

Consentimiento informado

El entrevistado fue informado respecto de la intencionalidad de la recolección de la información y el uso que se le iba a dar en la investigación, aceptando voluntariamente su participación para compartir su experiencia; al tener interés por los resultados de la misma, por afianzar un estudio que permita implementar un servicio postal integrador de forma más eficiente y efectiva.

Confidencialidad

No se presentará información de los usuarios postales ni sus opiniones reflejadas en las encuestas realizadas a boca de oficinas postales, mismas que serán de uso exclusivo para este estudio, se guardara la confidencialidad y reserva de la información.

Apego a la verdad

Toda la información recibida en las encuestas serán apegadas a la verdad, no se podrá realizar ninguna intención de cometer plagio, tampoco tergiversar información, ni incurrir en competencia desleal.

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1. Antecedentes de la unidad de análisis o población

Nuestro estudio científico se basa principalmente en poder analizar la posibilidad de implementar en la parroquia 9 de Octubre, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, un modelo de negocio postal que permita establecer un servicio postal integrado de recepción de paquetería y correspondencia, con forma de pago al contado en varias oficinas postales geográficamente y estratégicamente bien ubicadas, que presten un servicio y atención personalizada al cliente y con un ambiente acogedor y funcional que reúna características básicas de comodidad, accesibilidad y discreción en el momento de hacer los envíos postales.

El servicio postal integrado (SPI), se refiere exclusivamente a la Integración de operadores de servicios postales nacionales e internacionales en un espacio físico común, que permita satisfacer las necesidades de los clientes postales de la parroquia 9 de Octubre, cantón Guayaquil, provincia del Guayas, en correspondencia con su capacidad de pago y tiempos de entrega.

Los aspectos esenciales que los clientes postales de esta parroquia consideran necesarios para la satisfacción de sus necesidades son: acceso, ambiente e información sobre operadores y servicios.

Una vez consolidados estos aspectos y materializados en soluciones de satisfacción de necesidades insatisfechas, el cliente postal escogerá y seleccionará - bajo criterios de precio, tiempo y cobertura - el operador postal de su confianza de acuerdo a sus necesidades esenciales e individuales y capacidad de pago.

3.2. Diagnostico o estudio de campo

Las encuestas realizadas a los clientes postales y usuarios de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, nos dan como resultado que existe un alto nivel de necesidades postales insatisfechas, en especial en aspectos importantes de la cadena de servicios, ubicación e infraestructura de las oficinas postales actuales. Los aspectos que los clientes y usuarios consideran necesarios para la satisfacción de sus necesidades son:

- a) Accesibilidad y sus indicadores y referentes como acceso y distancia recorrida para llegar a la oficina postal más próxima.
- b) Condiciones Ambientales y sus indicadores y referentes como poco confort y poca discreción cuando ingresa a una oficina postal más próxima.
- c) Operadores postales, pocas o nulas opciones para escoger un operador con un óptimo alcance nacional e internacional
- d) Característica del servicio, indica un bajo nivel de aceptación respecto a precio, tiempo y cobertura.

Por lo tanto y debido al grado de necesidades insatisfechas presentadas por los clientes postales y tabulada en las encuestas que se expresan en párrafos que preceden, podemos afirmar con seguridad que el proyecto de implementación y plan piloto de ofrecer un servicio postal integrado a los clientes y usuarios de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, es viable.

CAPÍTULO 4

DISCUSION

4.1. Contratación empírica

Según la teoría de la Unión Postal Universal (UPU) el servicio postal sigue un procedimiento universal en todo el mundo, para transportar las cartas, bultos, paquetes pequeños y medianos, a través de las diferentes vías para hacerlo, por tierra que es el más común, por aire o mar y de acuerdo a las diversas categorías enmarcadas por contenido y peso.

Las ciudades principales como Guayaquil y Quito, son verdaderos escenarios comerciales, así como también se constituyen en fuentes de empleo e intercambio frecuente de mercancías las mismas que alimentan la economía no solo de esta ciudad sino también del país en general, es por esta razón que se considera importante encontrar soluciones a las necesidades insatisfechas respecto a servicios de calidad con varias opciones de proveedores al mismo tiempo que permitan la elegibilidad de los mismos.

Con la presente investigación se plantea a través del servicio de Courier y mensajería especializada,

crear estrategias de servicios postales que permitan mejorar esta condición que a través de los años se ha mantenido en las oficinas que prestan el servicio postal en parroquia 9 de octubre. Es importante destacar que de las encuestas realizadas nos dan como resultado que existe un alto nivel de necesidades postales insatisfechas, en especial en aspectos importantes de la cadena de servicios, ubicación e infraestructura de las oficinas postales actuales. Por lo tanto y debido al grado de necesidades insatisfechas presentadas por los clientes postales y tabulada en las encuestas, podemos afirmar con seguridad que el proyecto de implementación y plan piloto de ofrecer un servicio postal integrado a los clientes y usuarios de la parroquia 9

de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, que cumpla especialmente con soluciones de precio, tiempo y cobertura es viable desde la perspectiva empírica y del diagnóstico, lo que nos permite poder afianzar el presente estudio y estructurar un plan de implementación del proyecto a esta parroquia de la ciudad de Guayaquil.

4.2. Limitaciones del estudio

Podemos determinar que el presente estudio presenta limitaciones en su alcance demográfico y geográfico, respecto a la profundidad y cobertura como tal, pues solo se circunscribe a una sola parroquia de la ciudad de Guayaquil, la parroquia 9 de octubre, de un universo de 16 parroquias urbanas que conforman la ciudad de Guayaquil.

4.3. Líneas de Investigación

A partir de este estudio, podemos estudiar nuevos emprendimientos comerciales relacionados con la industria postal nacional e internacional, como por ejemplo el servicio integrado de tracking, seguimiento integrado de los envíos postales desde una plataforma moderna en la nube, esto ayudará a guardar espacios en la memoria interna en los servidores principales y dinamizará el tiempo de consulta en línea y seguimiento de los envíos en las diferentes etapas del proceso o comúnmente denominado trazabilidad del envío. Otro emprendimiento postal, será la ampliación de este servicio en las demás parroquias urbanas de la ciudad de Guayaquil.

4.4. Aspectos relevantes

- a) Los aspectos esenciales que los clientes postales de la parroquia 9 de Octubre, cantón Guayaquil, provincia del Guayas consideran necesarios para la satisfacción de sus necesidades son: acceso, ambiente e información sobre operadores y servicios

Una vez consolidados estos aspectos y materializados en soluciones de satisfacción de necesidades insatisfechas, el proveedor postal escogerá y seleccionará - bajo criterios de precio, tiempo y cobertura - el operador postal de su confianza de acuerdo a sus necesidades esenciales e individuales y capacidad de pago.

- b) Las encuestas realizadas a los clientes postales y usuarios de la parroquia 9 de octubre, perteneciente al cantón Guayaquil, provincia del Guayas, nos dan como resultado que existe un alto nivel de necesidades postales insatisfechas, en especial en aspectos importantes de la cadena de servicios, ubicación e infraestructura de las oficinas postales actuales.
- c) Dentro de los aspectos más relevantes respecto a las encuestas realizadas, se presentan los porcentajes más altos y más bajo por cada necesidad, son:
 - Oficina postal con más de un operador: El 90% de los encuestados coincidieron en que la oficina postal que utiliza, solo cuenta con un solo operador. Esto evidencia claramente que 9 de cada 10 personas encuestadas, opina que no existen opciones postales adicionales.
 - Oficina postal con más de un operador: El 10% de los encuestados coincidieron en que la oficina postal que utiliza, cuenta con más de un operador. Este resultado indica que apenas 1 de cada 10 personas encuestadas, opina que existe más de una opción postal.
 - Oficina postal con un solo operador: El 81% de los encuestados coincidieron en que no es beneficioso mantener un solo operador y que se requiere más opciones.
 - En cuanto a accesibilidad hacia la oficina postal, el 50% coincidieron que es de difícil acceso y un 13% de inaccesibilidad completa llegar a las oficinas postales de su preferencia, otro grupo manifiesta que el 70% es muy larga la distancia que debe recorrer para encontrar una oficina postal más próxima.

CAPÍTULO 5

PROPUESTA

En correspondencia con los resultados del diagnóstico realizado, los aspectos esenciales de la presente propuesta son:

1. Determinar mediante mapeo logístico la ubicación geográfica de las oficinas de servicios postales integrados. Con lo que se debe lograr satisfacer la necesidad de distancia a recorrer por los clientes para llegar a las oficinas que prestan los servicios postales integrados.
2. Crear condiciones para que el acceso a las oficinas del servicio postal integrador cumpla los requisitos planteados actualmente para personas con capacidades especiales y adultos mayores. Lo que implica un mínimo de escaleras, construcción de rampas de acceso y parqueos adecuados.
3. Crear condiciones que permitan la discrecionalidad al realizar la entrega de los envíos postales.
4. Las oficinas deben tener la cantidad de asientos necesarios para que los clientes esperen su turno sentados con equipos de climatización, oferta de agua y bebidas refrescantes.
5. Un prototipo de oficina con Servicio Postal Integrado (SPI), debe contar esencialmente con tres operadores postales nacionales y tres operadores postales internacionales (Legalmente amparado en contratos de servicios postales bajo un modelo comercial de franquicias). que cubran todas las posibles necesidades y variantes de envíos en cuanto a precio, tiempo y cobertura.
6. La Logística del local debe contar con un software integrador transaccional que permita el procesamiento de la recepción de los envíos, la posterior elaboración de la guía de remisión y las correspondientes facturas.
7. Dicho Software también debe hacer posible la revisión, monitoreo y controlar la trazabilidad de los envíos de cada cliente en los diferentes servicios postales. El servidor que sustente este

proceso debe encontrarse en la nube con todas las medidas de seguridad recomendables en estos casos.

8. La oficina de Servicios Postales Integrados debe contar con servicios complementarios de impresiones digitales, fotocopias y servicios de internet pagado al que puedan acceder los clientes en casos necesarios.
9. La oficina postal debe cumplir con la exigencia de la Agencia Nacional Postal (ANP), respecto a la publicación de los servicios ofertados, precios referenciales y cobertura.
10. Cada local debe contar mínimo con un administrador y en casos necesarios debido a la afluencia de clientes, máximo dos. Adicional.
11. El tiempo estimado que se toma en procesar un envío postal es de cinco minutos.
12. La persona que administra el local comercial debe recibir un plan de entrenamiento y capacitación en el manejo del software y en las normas y procedimientos impartidos por la ANP, para realizar envíos postales al público.
13. Cada oficina postal debe constar con un certificado de operación emitido por la ANP que avala los permisos de funcionamiento y operación postal en cada oficina.

Conclusiones.

1. El sistema postal tradicional tiene una dinámica propia entre los procesos de recepción, transporte y distribución de los envíos. Lo que genera nuevas necesidades relacionadas con el acceso, distancia, discrecionalidad, comodidad, precio, tiempo y cobertura en los clientes de la parroquia urbana 9 de octubre, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
2. La integración de los principales proveedores postales en un mismo local comercial facilita la satisfacción de las necesidades diagnosticadas sobre los servicios postales relacionadas con acceso, distancia, discrecionalidad, comodidad, precio, tiempo y cobertura.
3. La utilización de infraestructura y capacidad instalada en locales que pueden ser adaptados a la comercialización de servicios postales, disminuye el monto de la inversión de la propuesta de servicios postales integrados. Lo que la convierte en atractiva y viable.
4. La presente propuesta demuestra que es posible la generación de nuevas ideas y estrategias para la innovación que genera mejoramiento y modernización en los servicios postales tradicionales.

Recomendaciones

1. Aplicar y perfeccionar la propuesta de servicios postales integrados en la parroquia urbana 9 de octubre, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas.
2. Valorar la generalización de la propuesta a las demás parroquias de la ciudad de Guayaquil, a partir de los resultados de su aplicación y perfeccionamiento.

BIBLIOGRAFÍA

*MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR. (2015).

Plan Estratégico de Logística Internacional. Guayaquil.

*ADUANAS DEL ECUADOR. (10 de ABRIL de 2014).

<http://www.aduana.gob.ec/pro/courier.action>. Obtenido de

<http://www.aduana.gob.ec/pro/courier.action>: <http://www.aduana.gob.ec>

*ADUANAS, O. M. (2015). *Marco Normativo SAFE*. NARA: OMA.

*Agencia de Regulación y Control Postal. (10 de SEPTIEMBRE de 2016).

<http://www.regulacionpostal.gob.ec/operadores-certificados.p.1>. Recuperado el 10 de SEPT.

de 2016, de <http://www.regulacionpostal.gob.ec/operadores-certificados.p.1>:

<http://www.regulacionpostal.gob.ec/operadores-certificados.p.1>

*ÁLVAREZ, G. (2012). *Satisfacción de los clientes y usuarios con el servicio ofrecido en redes*. Caracas.

*ANAYA, J. (2015). *EL transporte de Mercancías*. Madrid: ESIC.

*ANAYA, T. J. (2015). *Enfoque Logístico Comercial*. Madrid: ESIC.

*ANP. (13 de DICIEMBRE de 2013,P3). *WWW.AGENCIAPOSTAL.GOB.EC*. Obtenido de

WWW.AGENCIAPOSTAL.GOB.EC: [http://agenciapostal.gob.ec/wp-](http://agenciapostal.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Reglamento%20de%20los%20servicios%20postales.PDF#PAGE2)

[content/uploads/2013/07/Reglamento de los servicios postales.PDF#PAGE2](http://agenciapostal.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/Reglamento%20de%20los%20servicios%20postales.PDF#PAGE2)

*ANP. (24 de mayo de 2014). *www.regulacionpostal.gob.ec*. Obtenido de

www.regulacionpostal.gob.ec:

<http://www.regulacionpostal.gob.ec/biblioteca,informeestadisticoanual2014>

*ARAQUE, W. (2012). *Las Pyme y su situación actual*. Quito: Ecuador.

*Asamblea nacional 1er.debate sobre industria postal. (7 de Enero de 2015,p.4).

pplless.asambleanacional.gob.ec/.../Informe%20Primer%20Debate%20Tr.%20200605.

Obtenido de:

ppless.asambleanacional.gob.ec/.../Informe%20Primer%20Debate%20Tr.%20200605:

www.asambleanacional.gob.ec

*BLANCHARD. (2015). Ingeniería Logística. En C. Ángel, *Logística comercial internacional* (pág. 74). Barranquilla: UNINORTE.

*CASANOVAS, A. &. (2013). *Logística Empresarial*. Barcelona: Gestión.

*CASTELLANOS, R. Á. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Barranquilla:

*CDE - EP. (2010). *HISTORIA POSTAL*. Obtenido de www.cde.gob.ec:

www.correosdelecuador.gob.ec

*Cevalloz, P. (15 de MARZO de 2014,p.8).

repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8370/1/56804_1.pdf. Obtenido de

repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8370/1/56804_1.pdf: WWW.UTE.EDU.EC

*Chedlak Burbano, A. (2014). *TESIS SERVICIO POSTAL Y SU RELACION CON LAS TIC*.

Quito: Publicaciones en la web.

*COPCI. (15 de ENERO de 2009,p.165). www.proecuador.gob.ec/.../codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversione... Obtenido de [www.proecuador.gob.ec/.../codigo-](http://www.proecuador.gob.ec/.../codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversione...)

[organico-de-la-produccion-comercio-e-inversione...](http://www.proecuador.gob.ec/.../codigo-organico-de-la-produccion-comercio-e-inversione...): www.produccion.gob.ec

*CORTÉZ, A. (2015). Plan de Negocios para la Empresa. En C. R. Ángel, *Logística de la Empresa* (págs. 145-148). MADRID: EDI.

*EXTERIOR, M. D. (2015). *Plan Estratégico Logística Internacional*. Guayaquil.

*FREEMAN, R.E. (2015). Strategic Management, a Stakeholder Approach . En C. H, *Logistic in approach e-commerce and e-business* (págs. 315-321). Boston: RIO.

*GONZÁLES. (2015). Economía del Transporte Marítimo. En C. R. Ángel, *Logística Internacional de Mercancías* (págs. 89-91). Barranquilla: UNINORTE.

*HARO, J. V. (5 de Julio de 2014). repositorio.puce.edu.ec/.../TESIS-%20PUCE-

%20Verdeseto%20Haro%20Jeannette.pd. Obtenido de repositorio.puce.edu.ec/.../TESIS-%20PUCE-%20Verdeseto%20Haro%20Jeannette.pd: www.puce.edu.ec

*INEC. (15 de Abril de 2014). *Documentos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Obtenido de Documentos: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos:

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web>

*LASSAGNE, T. (2015). Objetivos y metas de la logística. En C. R. Ángel, *Logística Comercial Internacional* (págs. 259-263). Barranquilla: UNINORTE.

*LÓPEZ, Y.E. (2013). *Business Process Modeling: Evolution of the Concept in A University* *COntec*. New York.

*MINTEL. (5 de ENERO de 2016). <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/fortalecimiento-del-politicas-publicas-facilitan-el-crecimiento-del-sector-postal-del-ecuador/>. Obtenido de <http://www.telecomunicaciones.gob.ec/fortalecimiento-del-politicas-publicas-facilitan-el-crecimiento-del-sector-postal-del-ecuador/>: <http://www.telecomunicaciones.gob.ec>

*MULLINS, J. (2011). *What to do before you write a business plan*. New York: Business Strategy Review.

*MUNOZ, R. (16 de MARZO de 2005). DEFINICIONES EN EL SECTOR POSTAL. *DEFINICIONES EN EL SECTOR POSTAL*. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR: DEFINICIONES EN EL SECTOR POSTAL.

*OMA. (2014). *Guía de Procesos Arancelarios y Barreras para el comercio interno y externo*. New York.

*OMC. (01 de 10 de 1998,p2). *WWW.OMC.COM*. Obtenido de WWW.OMC.COM: <http://www.omc.com>

*ORGANICACION MUNDIAL DEL TRABAJO. (30 de SEPT. de 2002,p7). *WWW.ORGANIZACIONMUNDIALTRABAJO.COM*. Obtenido de:

WWW.ORGANIZACIONMUNDIALTRABAJO.COM: <http://www.omt.ocm>

*Pantoja, N. N. (20 de OCTUBRE de 2010,p.19). 072 EL SERVICIO DE COURIER Y EL DESARROLLO DE TRÁFICO POSTAL INTERNACIONAL EN LA ZONA FRONTERIZA

* PANTOJA PANTOJA, NOHORA. *SERVICIO DE COURIER Y TRAFICO POSTAL EN EL ECUADOR*. QUITO, PICHINCHA, ECUADOR: TESIS.

*PROECUADOR. (2014). *Logistica de Carga Aduanera*. Quito: Senplades.

*REASON WHY - ESPANA. (24 de 04 de 2016).

<http://www.reasonwhy.es/actualidad/empresa/correos-la-importancia-del-correo-postal-permanece-viva-2016-04-24>. Obtenido de :

<http://www.reasonwhy.es/actualidad/empresa/correos-la-importancia-del-correo-postal-permanece-viva-2016-04-24>: www.reasonwhy.ec

*RÍOS y Portugal. (2012). *Logística y Calidad*. México.

*SANCHO, L.E. (2011). *BARNDING&PYME: Un modelo de creación de marca de pymes y emprendedores*. México: Pearson.

*UPU. (30 de 11 de 2014,p29). www.unionpostaluniversal.com. Obtenido de www.unionpostaluniversal.com:

https://union_postal_universal/servicio_postal_universal/28spu,p29

ANEXOS

ANEXO 1

FORMATO DE ENCUESTA DE PREGUNTAS

1. El acceso a la oficina del servicio postal que usted utiliza frecuentemente es:

FACIL

DIFICIL

INACCESIBLE

2. La distancia que debe recorrer desde su domicilio/Trabajo a la oficina postal más próxima es:

CORTA

MEDIANA

LARGA

3. La oficina postal que usted utiliza, tiene comodidades?

4. La oficina postal que usted utiliza, tiene privacidad?

5. La oficina postal que usted utiliza, cuenta con más de un operador postal?

6. Según su criterio, considera que la existencia de un solo operador en la oficina de servicios postales es: beneficioso o No beneficioso para la gestión que usted realiza en la oficina de servicios postales?

BENEFICIOSO

NO BENEFICIOSO

7. Argumente su respuesta anterior.

8. El alcance del operador que usted utiliza es nacional, Internacional o Ambos?

NACIONAL

INTERNACIONAL

AMBOS

9. La tarifa del servicio postal Nacional que usted utiliza es?

CARO

BARATO

MEDIO

10. El tiempo de entrega del servicio postal nacional e Internacional es?

12HORAS

24 HORAS

48HORAS

72HORAS

+72HORAS.

11. La cobertura nacional e internacional de su operador postal habitual es?

COMPLETA

INCOMPLETA