Proyecto de Ampliación de cobertura en la entrega de valija postal para la Ciudad de Quito: Caso Empresa XL Worldwide.

Teresa del Rocío Rodríguez Galiano
Susana Carolina Torres Pico
Daisy María Toala Amador
Ing. Marco Tulio Mejía
Facultad de Economía y Negocios (FEN)
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 Vía Perimetral
Apartado 09-01-5863. Guayaquil – Ecuador
terrodri@espol.edu.ec
sctorres@espol.edu.ec
datoala@espol.edu.ec
mmejia@espol.edu.ec

Resumen

Este proyecto tiene como objetivo evaluar las posibles alternativas las cuales contribuirán al crecimiento de la compañía XL WORLDWIDE dentro del país, en la demanda actual de este servicio en las rutas Guayaquil – Quito, Quito – Guayaquil.

Aquellas alternativas son: Alianza Comercial con la compañía Padilla S.A., una nueva sucursal en la Capital y subarriendo del servicio de Currier, estas alternativas son analizadas y desarrolladas con profundidad para seleccionar la mejor opción para la compañía XL WORLDWIDE basadas en análisis financiero, mercado y nuevas oportunidades las cuales otorgan mayor rentabilidad con el objetivo de mejorar su servicio y reducir costos.
Por lo que se evalúa la situación ex antes y ex post de la compañía XL WORLDWIDE, para determinar las ventajas económicas que nos provee dicho proyecto.

Este proyecto a su vez analiza posibles nuevos mercados y nuevas formas de mejorar el servicio de correo postal a nivel nacional con el objetivo de ser una compañía líder y así mantenerse en el nivel competitivo de las demás.

Palabras Claves: Ampliación de cobertura en la entrega de valija postal para la Ciudad de Quito: Caso Empresa XL Worldwide.

Abstract

This project aims to evaluate the possible alternatives which will help grow the company XL WORLDWIDE within the country, in the current demand for this service on routes Guayaquil - Quito, Quito - Guayaquil.

Those alternatives are: Alliance Padilla Company SA, a new subsidiary in the capital and sublease service Currier, these alternatives are analyzed and developed in depth in order to select the best option for the company based XL WORLDWIDE financial analysis, market and new opportunities which give higher returns in order to improve service and reduce costs.
Thus the actual situation and future performance will be evaluated of the company XL WORLDWIDE, to determine the economic benefits this project provides us.

This project in turn discusses possible new markets and new ways to improve the postal service nationwide with the goal of being a leading and well maintained in the competitive level of the others.

Keywords: Extending coverage for postal delivery for the City of Quito: Company Case XL Worldwide.

CAPITULO 1.- LA EMPRESA XL WORLDWIDE

1 INTRODUCCION

XL WORLDWIDE es una empresa que tiene más de 20 años en América del Norte, y desde el año 2000 están prestando servicio en la ciudad de Guayaquil, la cual fue formada pensando en acomodar el servicio a las necesidades del cliente, brindando una logística basada en eficiencia, experiencia y confianza.
El servicio como compañía de Courier se realiza puerta a puerta Nacional e Internacional, con un sistema de crédito que le permite cancelar sus envíos mensualmente, así como también el asesoramiento para el manejo de documentos de importación, exportación y reexportación.
Pensando en el crecimiento de la compañía dentro del país, y debido a la gran demanda actual de este servicio en las rutas Guayaquil – Quito, Quito – Guayaquil, se ha creído conveniente analizar las posibles alternativas que indicarán cual es más rentable, con el objetivo de mejorar nuestro servicio y reducir costos.
Debido a lo mencionado es necesaria la evaluación ex antes y ex post de la compañía XL Worldwide, para determinar las ventajas económicas que nos provee dicho proyecto.
Como conclusión podemos decir que este es un servicio necesario en el medio, por el cual existe una gran oferta de este tipo de servicios; los que en su mayoría carecen de algo muy importante como es el despacho puerta a puerta de dichas correspondencias, por esta razón se cree que XL Worldwide tiene una gran ventaja sobre la competencia. Por tanto se ha establecido algunas alternativas para la entrega de un servicio excelente.

1.1 Misión y Visión

Misión
Nuestra empresa fue formada pensando en acomodar el servicio a las necesidades del cliente con la intención de satisfacerlas bajo un estándar de logística y comunicación integral dirigidos con un margen de eficiencia, experiencia y confianza.

De esta manera se está creando un trabajo productivo el cual permite un crecimiento personal, familiar y social del entorno bajo una disciplina de trabajo en equipo. Nuestra filosofía de trabajo es la lealtad, honestidad y el respeto.

Visión
Queremos que XL Worldwide sea un modelo de empresa líder en servicios de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia competitiva a nivel mundial.
Crear otras líneas de negocio alineadas con el servicio de correo, desarrollando un nuevo mercado con el objetivo de crear un mayor número de soluciones posibles para ser el mejor Courier del Ecuador.

La cobertura que mantiene Xl Worldwide, está dividida por tres sectores:

- Envío de correspondencia a provincias
- Despacho de correspondencia dentro de la ciudad de Guayaquil por envíos desde provincia e interno.
- Envíos y despacho de correspondencia internacional.

Cada uno de estos sectores tiene un porcentaje de participación en la actividad de la Empresa, la recepción de correspondencia o mercadería del exterior conforma nuestro gran porcentaje de entregas, pues es ahí el mercado al cual se ve reflejado el servicio a nivel local e internacional, a su vez actualmente se mantiene una alianza comercial con la compañía **Megatrans S.A** en la ciudad de Ambato, la cual ellos receptan el envío de la correspondencia y la distribuyen por toda la zona de acuerdo a las entregas, por tanto nosotros realizamos sus entregas en la ciudad de Guayaquil, este factor influye en nuestra actividad mensual en un 2,30%.

Adicional actualmente XL Worldwide mantiene un contrato anual con dos compañías en la Ciudad de Guayaquil, las mismas que no cuentan con el servicio de mensajería debido a la actividad de la empresa que por razones de costos no es conveniente contratar personal para la entrega de todos los documentos o mercaderías, por el cual subarriendan el servicio de Courier de Xl Worldwide para despachos diarios, este tipo de servicio representa un 41% de los clientes Criomed y AG Colsa.

Adicional, en la actual cobertura de mercado a provincias se denota que existe una gran demanda de envíos a la Capital en 68,49%, el cual en la actualidad no se cuenta con un servicio personalizado puerta a puerta XL Worldwide, sino mas bien se subarrienda el servicio con el objetivo de mantener la compañía en el mercado, por el cual se está viendo la posibilidad de mejorar este servicio.

1.2 ANALISIS DE LA OFERTA

Situación Actual
En la actualidad el crecimiento tecnológico ha afectado a muchas industrias de diferentes maneras y una de estas industrias es el correo tradicional o físico que se ha visto afectado por el correo electrónico pero este efecto ha sido relativo ya que a pesar de que se creyera que este era el fin de esta industria sigue siendo una forma muy importante de comunicación sobre todo para los grandes generadores de correo en la actualidad como son los bancos y empresas que no han sustituido sus envíos físicos por electrónicos, también es uso frecuente en personas naturales que residen lejos de sus familiares y usan este medio para enviar o recibir paquetes postales.

En el Ecuador existen 232 empresas de Courier legalmente constituidas y registradas por la Superintendencia de Compañías, de las cuales 140 están activas de acuerdo a la superintendencia y 61 de ellas registradas en la CAE según el informe del Banco Central del Ecuador en el año 2006.

1.2.1 Mercado Del Competidor

Debido a la posibilidad de la desaparición de la industria postal estas compañías han incorporado un nuevo sector, el de la paquetería, (envíos de cajas) en el que ya están tomando posiciones los operadores postales con la compra y creación de empresas de transporte.
En nuestro país existen un sin número de compañías que ofrecen el servicio postal y de paquetería para empezar tenemos a las compañías de transporte provinciales, también tenemos empresas como Servientrega, Marketing & Servicios S.A., Markeservi, Wm Courier, Mercometro, DHL, Laar Courier Express, Correos del Ecuador, Xl Worldwide, Padilla S.A., entre otros.
Entre las compañías ya mencionadas de Courier en nuestro país las cuatro más conocidas o renombradas vendrían a ser DHL, servientrega, Laar Courier Express, Correos del Ecuador y Agencia Guayaquil S.A. debido a este reconocimiento que dichas compañías poseen en nuestro país estas gozan de una importante demanda del servicio de Courier.

Grafico 1.1: Estadística de Paquetes por Empresas

1.2.2 Análisis de precios
Los precios del servicio varían muy poco en las diferentes compañías que ofrecen el servicio aquí se muestran algunos de los precios de las compañías mencionadas anteriormente, y la diferencia de precios con respecto a XL Worldwide.

Tarifas de Documentos y Paquetería		
Compañías	**Precio por Kilo**	**Diferencia con Xl Worldwide**
Xl Worldwide	$ 2,50	-
Correos del Ecuador	$ 2,60	$,10
Laar Courier Express	$ 2,55	$,05
Servientrega	$ 5,60	$ 3,10
DHL	$ 3,36	$,86

Cuadro 1.2: Tarifas de las empresas de Courier del Ecuador más importantes

XL Worldwide mantiene una tarifa fija de envíos a los diferentes destinos de las ciudades del Ecuador y el costo por kilo adicional, el cual se muestra a continuación:

Tarifas de Documentos y Paquetería		
Destino Nacional	**1º kilo**	**Kilo adicional**
Guayaquil	$ 2,50	$ 0,50
Quito	$ 2,50	$ 0,50
Ambato	$ 2,50	$ 0,50
Cuenca	$ 2,50	$ 0,50
Esmeraldas	$ 2,50	$ 0,50
Loja	$ 2,50	$ 0,50
Portoviejo	$ 2,50	$ 0,50
Manta	$ 2,50	$ 0,50
Santo Domingo	$ 2,50	$ 0,50
Machala	$ 2,50	$ 0,50
Milagro	$ 2,50	$ 0,50
Babahoyo	$ 2,50	$ 0,50
Playas	$ 2,50	$ 0,50
Libertad	$ 2,50	$ 0,50

Cuadro 1.3: Tarifas de XL Worldwide.

Lista de Precio de la Alianza entre Padilla S.A. y XL Worldwide para el envío de la correspondencia.

Tarifas de Documentos y Paquetería Alianza	
Más de 20 libras	$ 2,00
Menos de 20 libras	$ 1,00
Sobres	$ 0,50

Cuadro 1.4: Tarifas de alianza entre XL Worldwide y Padilla S.A.

Tasa de Crecimiento
Los estudios postales señalan que por cada 1.0% de crecimiento del Producto Interno Bruto PIB del país, se genera un crecimiento del tráfico postal que puede variar entre 0.8% y el 1.0%. También el crecimiento de la población se refleja en el sector ya que por cada 1.0% de aumento de la cantidad de familias se produce un 1.0% de crecimiento del tráfico postal. La reforma y el desarrollo postal, antes de reflejar la solución de problemas sectoriales, es una inversión para el desarrollo económico y social del país.

1.2.3 Situación futura: Mercado del competidor

Las compañías dentro de esta industria se han ido actualizando según la tecnología aprovechando cada mejora de esta en el ámbito de la mensajería postal por lo que se espera en el futuro un servicio más confiable y rápido.

También debido a que estas compañías se están enfocando en la paquetería postal y como no existe un modo diferente de envío de estas, a la industria le queda mucho tiempo en el mercado.

Demanda actual de XL Worldwide

Actualmente la empresa tiene una cobertura que abarca las siguientes Zonas:

Quito, Cuenca, Ambato, Santo Domingo, Manta, Loja, Esmeraldas.

DEMANDA ACTUAL POR PROVINCIAS - MENSUAL			
ZONAS	ENVIOS	RECIBIDOS	# PAQUETERIA
QUITO	X		150
CUENCA	X		20
SANTO DOMINGO	X		10
AMBATO	X	X	10 | 5
MANTA	X		5
LOJA	X		5
ESMERALDA	X		5
MACHALA	X		8
PORTOVIEJO	X		6
TOTAL			**209**
TOTAL AMBATOS - RECIBIDOS			**5**

Cuadro1.5: Demanda Actual por provincias de XL Worldwide

ENTREGAS MENSUALES EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL			
ZONAS	**SOBRES**	**PAQUETES**	**#ENTREGAS**
NORTE	60	40	100
SUR	60	60	120
CENTRO	100	60	160
AFUERAS DE GUAYAQUIL	40	40	80
TOTAL	**260**	**200**	**460**

Cuadro1.6: Entregas diarias en la Ciudad de Guayaquil

1.3 Oportunidades del Mercado

- Las oportunidades que ofrece el mercado a esta industria son varias por la demanda existente de este servicio en el país, las que se mencionan a continuación.

- El avance tecnológico ayuda a facilitar y mejorar el modo de ofrecer el servicio.

- Las empresas logran una mayor interacción con los residentes de una determinada comunidad logrando mayor interés de parte de los clientes.

- Realizar alianzas con compañías afines para el perfeccionamiento de las operaciones y el desarrollo del servicio postal

CAPITULO 2.- OPCIONES DE MERCADO

2.1 OPCIONES DE DISTRIBUCIÓN

En este capítulo se indicara las posibles opciones de distribución que logrará alcanzar el objetivo principal de XL Worldwide, en el cual se detallará y se explicará profundamente las ventajas y desventajas de cada una de las opciones.

Preámbulo de las opciones

- Alianza Comercial para envíos entre la Ciudad de Guayaquil y Quito
- Sucursal de XL Worldwide en la Ciudad de Quito
- Subarriendo del servicio de Courier.

Cualquiera de estas alternativas conllevan a ofrecer un servicio personalizado por la empresa XL Worldwide la misma que debe ser una empresa competitiva manejando estándares de distribución, los cuales permita ser eficiente y eficaz en la distribución y entrega de los correos y valijas, por tanto se ha realizado un análisis amplio y profundo sobre las alternativas para probar su rendimiento y de acuerdo a su funcionalidad y operación le conlleve a mantenerse en el campo del correo de forma eficiente.

I Alianza Comercial Guayaquil – Quito

Esta alianza comercial consiste en realizar un contrato con una compañía de Courier en la capital, actualmente se cuenta con una gran demanda de envíos de correspondencia y paquetes.
Actualmente se están incurriendo en altos costos de operación para servir a los clientes, por tanto esta alianza presenta los siguientes beneficios.

- Entrega de correspondencia personalizado puerta a puerta a la brevedad y agilidad posible con una eficiente canalización de distribución de las correspondencia.

- Crédito directo a 30 días.

- Disponibilidad de recursos operativos y mano de obra para una entrega eficiente y eficaz.

- Coordinación en el Centro de recepción de correspondencia de las empresas asociadas para su distribución de acuerdo a la hora y fecha de entrega del cliente.

Son unos de los beneficios importantes que se recalcaron para contraer la alianza.
Esta alianza sigue la siguiente coordinación de logística:

➢ **Envíos desde la ciudad de Guayaquil a quito**

- Se contrata el servicio de correo a una empresa de Courier en la Ciudad de Guayaquil.

- Se envía la valija diaria a sus oficinas.

- Ellos llevan la valija a su centro de distribución en la Ciudad de Quito.

- La empresa Padilla S.A. se encargara de retirar la valija en las oficinas de la compañía subarrendada por XL Worldwide para el servicio de correo para la ciudad de Quito.

- La empresa Padilla S.A. de acuerdo a la información recibida vía mail anticipadamente, deberá a proceder a la entrega.

- En la valija contendrá los paquetes, sobres y un reporte de dirección, nombres, teléfonos y datos de entrega como hora, fecha y la persona encargada de recibir el documento.

- Una vez realizada la entrega de acuerdo al informe, deberá notificar a XL Worldwide de cualquier acontecimiento al departamento de distribución.

- Al finalizar la semana XL Worldwide emite un reporte de los envíos con su respectivo número de guías emitidos durante la semana.

➢ **Envíos desde la ciudad de quito a Guayaquil**

- La empresa aliada deberá un día antes enviar vía mail la información de los paquetes o sobres que se van a enviar con su respectiva información.

- La empresa Padilla S.A. enviara en sus propios transportes la valija, las cuales se entregarán en oficinas de XL Worldwide.

- XL Worldwide procede a la entrega de acuerdo a la información de la correspondencia con datos tales como: Teléfono, dirección, nombre de la persona encargada de recibir la mercadería.

- Xl Worldwide deberá una vez entregada toda la correspondencia, notificar al departamento de distribución, los mismos que se encargaran de informar a Padilla S.A. sobre cualquier acontecimiento.

- Al finalizar la semana Padilla debe emitir un reporte con los respectivos números de guías de las mercaderías enviadas durante la semana.

El realizar una alianza estratégica, implica ciertas desventajas tales como:

- La disposición de la compañía Padilla S.A de velar siempre por sus intereses y no por los de la compañía Xl Worldwide.

- La calidad de servicio para con los clientes de Xl Worldwide que se entrega en la ciudad de Quito será evaluado según la entrega de la mercadería mas no por la atención.

- El servicio de entrega de la correspondencia siempre será de acuerdo a la relación laboral, personal que se mantengan con la compañía.

II SUCURSAL EN LA CIUDAD DE QUITO

Otra posibilidad que se planteará en la matriz será el colocar una sucursal en la Ciudad de Quito debido a la demanda actual que Xl Worldwide maneja, por consecuente esto determina la posibilidad de ingresar en el mercado del correo en la ciudad de Quito, pero hay que analizar ciertos puntos tales como: La Competencia Actual, La demanda, Precios, etc.

Adicional, existen ciertos aspectos que caben recalcar como: la inversión en infraestructura, la tasa de retorno de esta inversión, rentabilidad de colocar una sucursal, factores macroeconómicos y microeconómicos que se deben tomar en cuenta para determinar si sería una excelente alternativa de mejora.

La sucursal en la capital, conlleva realizar una inversión en varios aspectos anteriormente mencionados, también en incurrir costos de contratación de mano de obra, costos operativos; todos estos parámetros necesitan ser revisados mediante un análisis del entorno, aceptación o ingreso en el mercado, puesto que todos los gastos e inversiones a realizar deberán ser cubiertos por la operación de la empresa, y obtener una tasa de rentabilidad aceptable en un tiempo conservador.

Beneficios:

- Representación de Xl Worldwide en la capital.

- Calidad de servicio eficiente; servicio personalizado.

- Un servicio ágil y eficaz.

- Bajos costos de despachos de sobres y paquetes en las provincias cercanas a la capital.

- Incremento de nuestro mercado tanto en la Capital como en la Ciudad de Guayaquil.

Por tanto al desarrollar la idea de colocar una sucursal habría que analizar factores de localización, donde los recursos estén disponibles y donde la empresa se localice en un punto estratégico donde le permita agilidad en entrega o recepción personalizada de la correspondencia.

III SUBARRENDAR EL SERVICIO DE COURIER

Actualmente Xl Worldwide de acuerdo a la demanda del mercado, subarrienda el servicio de Courier a otras empresas de correo nacional, que abarcan un gran mercado en las provincias principales. Y que les permiten llegar a todos los destinos aun menor costo debido a su volumen de envíos.

La alternativa de subarrendar el servicio conlleva a un ahorro en costos de operación e inversión, es un parámetro de importancia debido a que no se necesita investigación de mercado, contratos a plazo con sanciones de incumplimiento; es una forma de servir a los clientes a una fácil operación administrativa.

Adicional, el subarrendar el servicio de Courier no logra ofrecer un servicio de calidad, y tampoco un reconocimiento de imagen, puesto que el cliente recibe el servicio de manos de la otra empresa de Courier y estos factores evita un inconveniente con la calidad de servicio, rapidez de entrega y uno de los factores más importante la lealtad de los consumidores.

También, esta alternativa se trata de costear en todas las empresas de Courier y analizar la reputación, seguridad, precios y servicio al cliente; estas son las variables de decisión al momento de escoger la empresa; este análisis dependerá mucho del volumen de envíos y destino ya que existen varios destinos que unas empresas no realizan entregas.
Esta alternativa ofrece cero inversiones, cero costos administrativos ni de ventas.

2.2 MATRIZ DE ALTERNATIVAS

Factores	PESO	ALIANZA COMERCIAL		SUCURSAL		SUBARRENDAR EL SERVICIO DE COURRIER	
Calidad del servicio	0,09	3	0,27	5	0,45	2	0,18
Rapidez de entrega	0,10	4	0,4	5	0,5	2	0,2
Lealtad del consumidor	0,10	3	0,3	4	0,4	2	0,2
Poder del precio	0,08	3	0,24	2	0,16	2	0,16
Localización	0,09	1	0,09	5	0,45	1	0,09
Capital de Trabajo	0,15	5	0,75	3	0,45	2	0,3
Inversión operativa	0,15	4	0,6	3	0,45	5	0,75
Ahorro en costos de operación	0,11	5	0,55	2	0,22	5	0,11
Financiamiento	0,08	3	0,24	2	0,16	1	0,08
Procedimiento Administrativo	0,05	2	0,1	5	0,25	1	0,05
TOTAL	**100 %**	**33**	**3,54**	**36**	**3,49**	**19**	**2,12**

Cuadro 2.1: Matriz de Alternativas – Resultados

Los factores indicados anteriormente, son puntos indispensables para análisis de las 3 alternativas, su peso depende del nivel de importancia para la empresa, por tanto probablemente los factores con mayor peso relativo son los que determinarán que alternativa será la mejor.

Entre los factores se analizara y se comparará el grado de importancia para cada alternativa, en la cual demostrará que factores son importantes para las diferentes alternativas.
El total del peso de los factores debe sumar 100%, por tanto estos factores se resumen a una visión global del entorno de la empresa.

A continuación la matriz con los respectivos factores y las 3 alternativas planteadas para la compañía XL Worldwide.

2.3 ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA MATRIX

En nuestra matriz se evaluó los siguientes factores con su correspondiente peso relativo de acuerdo a su grado de importancia, para el análisis de acuerdo a las necesidades de Xl Worldwide.

El capital de Trabajo, la inversión operativa y el ahorro en costos de operación son las variables de gran importancia, las mismas que nos conlleva a la toma de decisión para poder alcanzar el objetivo principal.
Los factores con un mayor peso relativo son:

- Capital de Trabajo 15%
- Inversión Operativa 15%
- Ahorro en costos de Operación 11%

Los factores mencionados, son los parámetros que marcarán y medirán mejor opción de decisión, por tanto si analizamos los resultados de las 3 alternativas, nos indica que realizar una alianza comercial es más conveniente entre las demás opciones.

Si el parámetro de importancia sería el factor de procedimientos administrativos .La mejor opción sería el de colocar una sucursal debido que se tendrá un control directo en el funcionamiento y logística de despacho, de esta forma se podrá establecer una imagen corporativa de nuestro servicio y mantener una lealtad de nuestros clientes debido al contacto directo con ellos.

A su vez la matriz demuestra que el financiamiento cuenta con una bajo grado de importancia por lo que en ambas alternativas es indiferente guiarse por este factor, ya que el financiamiento de la alianza y subarrendar el servicio de Courier no incurren en este tipo de ejercicio debido a su naturaleza, pero aunque el colocar una sucursal en la capital conlleve a una inversión, esta inversión será financiada con fondos propios de la empresa.

En cuanto al factor del poder del precio, los precios están establecidos para la alternativa 2 y 3, pero en la alianza este factor es muy importante ya que deberá mantener un precio competitivo para los clientes en la Ciudad de Guayaquil, comparándose con otras agencias de Courier, y así ellos no se sientan incentivados por el servicio de empresas de correo en la Capital, por ello es de suma importancia tomarse en cuenta como uno de los riesgos de contraer esta alternativa.

CAPITULO 3.- ANALISIS FINANCIERO DE LA PROPUESTA

N°	DESCRIPCION	CANT	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Moto	1	$ 1.250	$ 1.250
2	Equipo de Computación	1	$ 750	$ 750
3	Muebles y Enseres	1	$ 300	$ 300
4	Caja de Reparto	1	$ 50	$ 50
			TOTAL DE LA INVERSION	**$ 2.350**

Cuadro3.1: Inversión – Alianza Comercial

3.2 Estimación de Costos Mensuales

Costos – Alianza Padilla S.A.

Costos Fijos:

COSTOS FIJOS	
SALARIO	$ 1.236,00
SERVICIOS BASICOS	$ 150,00
ARRIENDO DE OFICINA	$ 235,00
GASTOS DE COMBUSTIBLE	$ 220,00
OTROS GASTOS ADMINISTRATIVOS	$ 200,00
TOTAL COSTOS FIJOS	**$ 2.041,00**

Cuadro 3.2: Costos fijos de alianza de XL Worldwide

- El salario incrementará en $436.00 por la contratación de 2 personas para cubrir la demanda esperada de este proyecto.

- Los gastos de Combustible aumenta $40.00 debido a la compra de una moto para el nuevo personal que se encargara de la distribución y de recoger la correspondencia.

Costos Variables

Descripción	Margen de Costo	Costo Mensual
COSTO DE ENVIOS A PROVINCIAS	0,67	$ 115,58
COSTO DE ENVIOS INTERNACIONALES	0,5	$ 1.476,00
COSTO DE DESPACHO LOCALES	0,25	$ 192,00
COSTO DE ENVIO A QUITO - ALIANZA	0,25	$ 93,75
COSTOS VARIABLES		**$ 1.877,33**

Cuadro 3.3: Costos variables de XL Worldwide con alianza

Los Costos Variables de XL Worldwide se conforman de la siguiente manera: por costos de envío a nivel internacional y nacional por envíos de valija hasta un kilo, el costo del kilo adicional es de $5,00 y $0,50 respectivamente. Adicional incurre un nuevo rubro en costos variables definido por envíos a la Ciudad de Quito al momento de poner en marcha la alianza comercial con la compañía Padilla S.A., el cual genera otro margen de ganancia en comparación con el cuadro anterior

3.3. FLUJO DE CAJA

3.3.1 Flujo de Caja Incremental

En el Flujo de Caja Incremental, se añade los nuevos rubros tanto en la parte de ingresos por envíos de correspondencia a la Ciudad de Quito y por despacho en la Ciudad de Guayaquil enviados por la empresa asociada.

Por tanto al poner en marcha la alianza comercial también se incurre en costos anteriormente mencionados a los cuales se les añade el costo de envío de la correspondencia a la Ciudad de Quito y el costo de Despacho de los envíos de la Empresa Padilla S.A. para su entrega en la Ciudad de Guayaquil y en las afueras.

Por tanto en el presente Flujo de Caja se observa en cuanto aumenta los ingresos de la empresa XL Worldwide al momento de contraer la alianza, y si ello es capaz de cubrir los gastos que por su fluctuación provocara que se aumenten con el fin de obtener un buen efecto de eficiencia y eficacia, entonces el Flujo de Caja incremental indica la rentabilidad del proyecto de la alianza con la empresa Padilla S.A.

Según los datos reflejados en el análisis del Flujo de Caja incremental, el proyecto tiene como resultado a 5 años de planeación con una inversión de $6268.33 a una tasa de descuento del 18% da como resultado de acuerdo a sus flujos anuales un VNA positivo de $4716.63 y una tasa interna de retorno (TIR) de 43%.

3.4. ANÁLISIS DE RIESGO

Este análisis muestra que la empresa al momento de implementar este proyecto (Establecer una alianza comercial con la empresa Padilla S.A.) para distribución de la correspondencia en la Ciudad de Quito, no refleja riesgo debido que es una forma de mejorar el servicio a un mínimo costo e inversión por tanto el riesgo de fracaso es mínimo debido a que esta alianza permite asociarse con una o mas empresas las mismas que serán de ayuda para brindar un servicio eficiente y eficaz.

CONCLUSION

Como conclusión de este proyecto, después de analizar cada alternativa de manera cualitativa y cuantitativa para alcanzar el objetivo general, dio como resultado que la mejor opción para la empresa XL Worldwide, es establecer una alianza comercial con la empresa Padilla S.A., debido a este tipo de negociación XL Worldwide logra mejorar el servicio puerta a puerta de los clientes para envíos a la Ciudad de Quito, el mismo que genera dos nuevos rubros en los ingresos dados por: Ingresos por despachos en la ciudad de Guayaquil de clientes de la compañía aliada y el otro es por ingresos por envío de correspondencia a la ciudad de Quito.

Esta alianza provoca un aumento en los flujos de ingresos de $ 8.833,88, dejando una utilidad neta para la empresa de $ 2.139,25.

De acuerdo a los índices financieros del flujo de Caja indica que esta opción es factible y es mejor de las otras alternativas ya que la TMAR de XL Worldwide es de 18% y la TIR es mayor, representando un 43% la cual es 25% más que la tasa atractiva y adicional este proyecto no involucra mayor inversión al momento de poner en marcha, la misma que se basarán en adquisición y adecuación de oficinas para lograr un incremento en la capacidad de trabajo. Finalmente el proyecto de la alianza comercial arroja un VAN positivo y un valor conservador para este nuevo paso que XL Worldwide desea emprender con el fin de mejorar y ganar mercado ofreciendo un servicio eficiente por todo el Ecuador, y no tiene riesgo debido a que es una empresa que se encuentra en el mercado por 9 años, por tanto sus inversiones para la nueva idea de negocio no son cifras altas puesto que es una inversión mínima para mejorar el servicio.

RECOMENDACIONES

- ✔ Se recomienda la inversión en un vehículo (en este caso una moto) para de esta manera agilitar la entrega y tener un servicio mas rápido y eficaz para los clientes de la compañía.

- ✔ Por ser el servicio de courrier en el país muy utilizado se recomienda implementar este proyecto en esta compañía para el aumento de su rentabilidad y la mejora del servicio que brinda, permitiendo el crecimiento como empresa.

- ✔ También se recomienda a esta compañía que realicen mas alianzas como la especificada en este proyecto en otras provincias a las que le presta el servicio para un mayor reconocimiento de la empresa y así tener un aumento en su cartera de clientes.

BIBLIOGRAFÍA

- José E. Ocampo Sámano (2002) Costo y Evaluación de Proyecto, México: Compañía Editorial Continental.

INFORMACION SECUNDARIA – INTERNET

- ✓ http://www.dhl.com.ec/publish/ec/es/services/mail_services_GM
- ✓ Servientrega página principal. www.servientrega.com.
- ✓ http://www.ups.com/europe/es/spaindex.html.
- ✓ Correos del Ecuador http://www.correosdelecuador.com.ec/.
- ✓ http://www.aduana.gov.ec.
- ✓ Banco Central del Ecuador link www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/ProyectosLey/informe_couries_remesadoras_0506.pdf.

Ing. Marco Tulio Mejía
Director de Tesis