



Universidad Autónoma de Querétaro  
Facultad de Ingeniería  
Maestría en Sistemas de Transporte y Distribución de Carga

**El Servicio Postal en México frente a la Mensajería Privada con caso aplicado a las empresas de Mensajería en el Municipio de Querétaro**

**TESIS**

Que como parte de los requisitos para obtener el grado de

Maestro en Ingeniería en  
Sistema de Transporte y Distribución de Carga

**Presenta:**

Gabriel Ruiz Garcia

**Dirigido por:**

Dr. Eduardo Betanzo Quezada

*SINODALES*

Dr. Eduardo Betanzo Quezada  
Presidente

Dr. Fernando Barraquán Naranio  
Secretario

Dra. Lilia Ojeda Toche  
Vocal

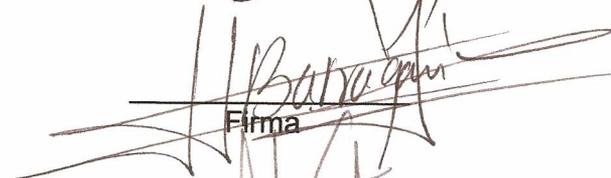
Dr. Juan José Méndez Palacios  
Suplente

M.I. Ramón Jiménez Ramírez  
Suplente

Dr. Gilberto Herrera Ruiz  
Director de la Facultad



Firma



Firma



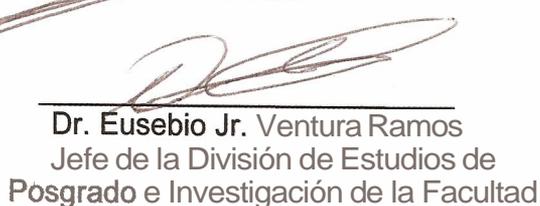
Firma



Firma



Firma



**Dr. Eusebio Jr. Ventura Ramos**  
Jefe de la División de Estudios de  
Posgrado e Investigación de la Facultad

## Resumen

La comunicación es un proceso por medio del cual se transmiten mensajes de una persona a otra. Para los seres humanos, esta interacción es fundamental ya sea por aspectos de evolución o por la sobrevivencia misma. Las posibilidades de recibir información escrita, personalizada y rápida, se cumplen al establecerse como servicio público el correo postal. En nuestro país, este servicio se establece de manera formal en el año 1821 y se transformó lo que hasta hoy en día se conoce como Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX). En la ciudad de Querétaro no deja de ser la excepción como una entidad que cuenta con los servicios de esta empresa para efectos de distribución de correspondencia, sin embargo, es claro que esta organización no es la única que se dedica a esta actividad, sino por el contrario, son decenas de empresas privadas que en los últimos años, emergen para operar con probado éxito en este sector, hasta llegar a establecerse como una franca y sólida competencia para la empresa del sector público. Esta situación es de particular interés y motivo por el cual, el objetivo principal de esta investigación es la realización de un análisis comparativo entre las empresas de ambos sectores con la finalidad, de encontrar aquellos factores que están motivando el incremento en la creación de nuevas empresas de capital privado. Para este análisis, fue necesario crear un marco teórico donde se describe la evolución de ambas empresas para posteriormente realizar una investigación de campo, mediante la aplicación de un cuestionario que nos permita conocer cómo está integrada la infraestructura de cada una de las empresas que trabajan en este sector de la entidad. Conforme a la información obtenida, se encontró que la empresa del sector público está situada en un bajo nivel de infraestructura y por lo tanto, de operación en comparación con las empresa del sector privado.

## Summary

The communication is a process by means some messages are transmitted from a person to other person. For human beings this interaction is essential to survive and evolve. The possibilities of receiving personal written information are fulfilled with postal service establishment. In this country this institution begins on 1821 its name is SEPOMEX (Servicio Postal Mexicano ) like company of the government. Queretaro city all of those of this country also use the services of this institution for correspondence distribution. Nevertheless exist many companies but private sector who offer the same type of services that in last years settle down successful like a strong competition for the company of the government. The situation is the main reason for this investigation where the main objective is the elaboration of a comparative analysis between companies of both sectors public and private with the purpose of finding those factors that motivate the increase of new companies of the private sector.. For this analysis was necessary create a reference frame where it describes the evolution of companies mentioned later to make an field investigation whit questionnaire application that allows us to know like this conformed infrastructure of each one of the companies that work in this activity. According receiving data we find that the company of the government has a low level infrastructure and therefore of operation in comparison with the companies of the private sector.

## Dedicatoria

A mi familia, por su incondicional apoyo, amor y fortaleza para conmigo.

## Agradecimientos

Un sincero agradecimiento y reconocimiento al Dr. Eduardo Betanzo Quezada por su tiempo y consejos en la realización de esta tesis; así también, al Dr. Ovidio González Gómez por todo su apoyo y confianza durante la maestría.

Por último a todas y cada una de las empresas por facilitarme la información necesaria para la elaboración de esta investigación.

## ÍNDICE

	Página
Resumen	i
Summary	ii
Dedicatorias	iii
Agradecimientos	iv
Índice	v
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	ix
Abreviaturas	x
INTRODUCCIÓN	1
1.MARCO REFERENCIAL	12
1.1. El Servicio Postal en México	13
1.2 .Evolución del Sistema Postal en México	15
1.3 La Mensajería Privada en México	17
1.4 Evolución de la Mensajería Privada en México	19
2. METODOLOGÍA PARA EL TRABAJO DE CAMPO: CASO APLICADO A LAS EMPRESAS DE MENSAJERÍA EN EL MUNICIPIO DE QUERÉTARO	22
2.1 Selección de las Empresas a estudiar	23
2.2 Determinación Estadística de la Muestra	24
2.3 Objetivo de la Investigación	26
2.4 Diseño del Cuestionario	26
2.4.1 Cuestionario para establecer un análisis de la operación en empresas de Mensajería y Paquetería en el Municipio de Querétaro	27
2.5 Evaluación del Cuestionario	32
3. RESULTADOS Y DISCUSION	39
3.1 Introducción	40
3.2 Respuestas de las empresas al cuestionario	40

3.2.1 Nivel de servicio	40
3.2.2 Logística	48
3.2.3 Tamaño de la Empresa	56
3.2.4 Tecnología	59
3.2.5 Sistemas de Información	64
3.3 Evaluación General	69
Conclusiones y Recomendaciones	70
Literatura citada	76
Referencias Electrónicas	77

## ÍNDICE DE TABLAS

	Página
2.1 Empresas a evaluar	24
2.2 Evaluación del cuestionario ( Sección 1 )	33
2.3 Evaluación del cuestionario ( Sección 2 )	34
2.4 Evaluación del cuestionario ( Sección 3 )	35
2.5 Evaluación del cuestionario ( Sección 4 )	36
2.6 Evaluación del cuestionario ( Sección 5 )	37
3.1 Mencione cuál de los siguientes servicios son los que actualmente oferta la empresa	41
3.2 Gráfica 3.2	42
3.3 De la siguiente lista, indique quién demanda en mayor parte su servicio	43
3.4 Gráfica 3.4	43
3.5 Mencione cuál de los siguientes factores considera es de mayor importancia para sus clientes	44
3.6 Gráfica 3.6	45
3.7 De las opciones mencionadas indique cuál (es) incluye la cobertura de sus servicios	45
3.8 Gráfica 3.8	46
3.9 Si ofrece cobertura Inter-estatal, señale cuáles son los estados que atiende	47
3.10 Gráfica 3.10 Evaluación sección 1	48
3.11 De las siguientes opciones , indique cuál maneja en su mayoría, dentro de su operación diaria:	49
3.12 Gráfica 3.12	50
3.13 ¿Utiliza el servicio de alguna empresa " integradora " ?	51
3.14 Gráfica 3.14	52
3.15 Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad aproximada de envíos por mes	53

3.16	Gráfica 3.16	54
3.17	¿Utiliza el servicio de apoyo "Outsourcing" para reparto de sus mercancías ?	54
3.18	Gráfica 3.18	55
3.19	Gráfica 3.19 Evaluación sección 2	56
3.20	Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad de empleados que actualmente trabaja en su organización	57
3.21	Gráfica 3.21	58
3.22	Gráfica 3.22 Evaluación sección 3	58
3.23	¿Cuál de los siguientes tipos de vehículos utiliza para la transportación de sus mercancías?	60
3.24	Gráfica 3.24	61
3.25	¿Cuál de los siguientes tipos de sistemas, utiliza para el control y seguimiento de las mercancías?	62
3.26	Gráfica 3.26	63
3.27	Gráfica 3.27 Evaluación sección 4	63
3.28	¿Utiliza algún sistema de calidad en su operación?	65
3.29	Gráfica 3.29	66
3.30	¿Utiliza algún sistema de información en particular del tipo ERP para control interno?	67
3.31	Gráfica 3.31	68
3.32	Gráfica 3.32 Evaluación sección 5	68
3.33	Gráfica 3.33 Evaluación general por empresa	69
3.34	SEPOMEX (observación y recomendación).	74

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
1.1 Resumen acerca de la Estadística	5
1.2 Etapas del Proceso de Investigación	6
1.3 Mensajero Azteca	13
1.4 Valija Postal a Caballo	14
1.5 Pieza Postal	14
1.6 Oficina Postal	15

## **ABREVIATURAS**

### **CAPÍTULO 2**

GPS : Global Position System (Sistema de Posicionamiento Global )

GPRS : General Packet Radio Service ( Transferencia Móvil de Datos )

RFID: Radio Frequency Identification (Identificación por Radio Frecuencia )

ERP: Enterprice Resource Planning ( Planeación de los Recursos de la Empresa)

EMS : Express Mail Service ( Servicio de Correo Expreso ).

# ***INTRODUCCIÓN***

## INTRODUCCIÓN

Correo, viene de correr y se remonta a épocas en que los portadores de nuevas eran verdaderos atletas, dedicados a llevar y traer noticias y documentos para la nobleza, casta sacerdotal y preferentemente, para los militares, donde la información que trasmitían era de vital importancia logística para el movimiento de sus tropas.

En la actualidad, la industria de la mensajería y paquetería maneja diariamente millones de documentos y paquetes que se transportan tanto a nivel nacional como internacional, en ella operan diversas empresas privadas (Transnacionales y Mexicanas) y una pública Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX).

La importancia del desarrollo de este trabajo denominado: “El Servicio Postal en México frente a la Mensajería Privada con caso aplicado a las empresas de Mensajería en el Municipio de Querétaro”, radica principalmente, en el análisis de la información referente a distintos aspectos de la infraestructura en general de los dos elementos principales de esta investigación; Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX) y las empresas de Mensajería Privadas, estas últimas ante el supuesto incremento de organizaciones en este sector.

## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Haciendo mención sobre el marco legal que contempla la actividad sobre la prestación del servicio público del correo, esta es una actividad que conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su Artículo 28, deberá ser proporcionada por el Estado en todo el país por considerarse como un área estratégica para el desarrollo nacional.

Así también, es de importancia el mencionar que la Ley de Servicio Postal reserva para el correo la mensajería que va de 0 gramos hasta un kilogramo, así como todas aquellas cuyas dimensiones sean menores a un tamaño carta en promedio.

El servicio que actualmente presta el Estado para el envío de correspondencia es en términos de tiempo de entrega no-homogéneo, es decir, presenta una notoria variabilidad al momento de la entrega y aún más, en diferentes épocas del año. Lo anterior es uno de los principales problemas que enfrenta SEPOMEX.

Conforme al último estudio realizado por la Asociación Mexicana de Mensajería y Paquetería (AMMPAC, 2006), este sector transportó 60 millones de piezas en 2004 con un crecimiento anual de niveles del 10 %. Conforme estadísticas de esta asociación, 90% del volumen de envíos internacionales son operados por empresas transnacionales, 80% de los envíos nacionales interestatales son operados por empresas mexicanas. Asimismo, 80% de los envíos locales o metropolitanos (en la misma ciudad) son manejados por empresas de cobertura nacional y 20% restante por empresas locales o metropolitanas.

Considerando este último dato referente a las empresas locales, se encontró una diferencia marcada (80 contra 20) a favor de las empresas transnacionales y nacionales, sin perder de vista que este 20% que actualmente manejan las empresas locales significan 12 mil millones de piezas y si a esto se le agrega un crecimiento anual del 10% representa un volumen de gran consideración.

Ante esta situación, es necesario revisar la evolución de SEPOMEX y al mismo tiempo, confrontarlo con el estado de la mensajería privada actual, tomando como muestra la situación de ambos elementos en la Ciudad de Querétaro en términos de oferta, demanda, tecnologías, sistemas, etc., que permitan tener un diagnóstico de este sector en la actualidad.

## **ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN**

Conforme a estudios de la propia SEPOMEX, sus estadísticas revelan una pérdida del mercado de un 30 % en el año del 2002, debido a la aparición de aproximadamente 6,000 empresas de mensajería privada que han surgido a la fecha mencionada.

Esta pérdida de participación en el mercado de la mensajería, comenzó según datos del mismo organismo a mediados de los 90's, lo cual al periodo 2002 se ha agudizado de tal manera, que confirmaron tener una pérdida de la tercera parte del mercado nacional.

Así también a manera de antecedente, SEPOMEX reporta que en la actualidad existen más de dos mil empresas privadas que ofrecen servicios de envío de documentos y paquetes, las cuales además se dedican a distribuir, importar, exportar, almacenar y gestionar todo tipo de mercancías.

## **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

El marco de referencia donde se ubica esta investigación corresponde a Técnicas Estadísticas y de Investigación de Mercados.

La Estadística se refiere a un conjunto de métodos para manejar la obtención, presentación y análisis de observaciones numéricas. Sus fines son describir al conjunto de

datos obtenidos y tomar decisiones o realizar generalizaciones acerca de las características de todas las posibles observaciones bajo consideración. (Chao, 2005:18).

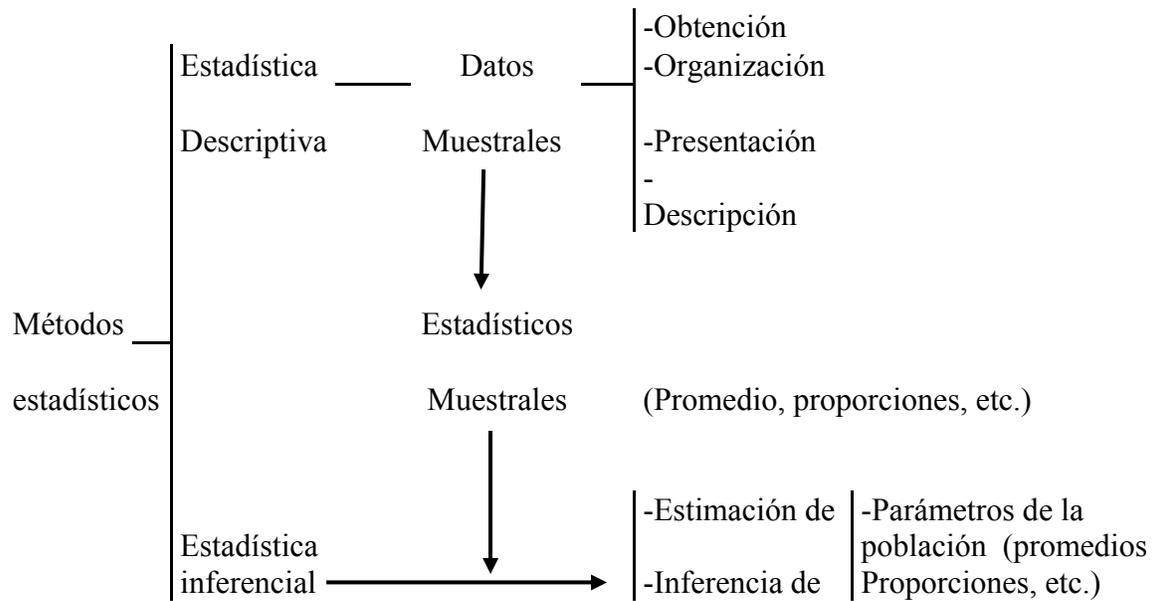


Figura 1.1 Resumen acerca de la Estadística

Definición de algunos conceptos:

**Población.-** es la totalidad de todas las posibles mediciones y observaciones bajo consideración en una situación dada de un problema. (Chao, 2005:20).

**Muestra.-** es un conjunto de medidas u observaciones tomadas a partir de una población dada. Es un subconjunto de la población. (Chao, 2005:21).

**Datos cuantitativos.-** son los que representan la cantidad o el número de algo. (Menden, 1992:6).

**Datos cualitativos.-** son los que no tienen una interpretación cuantitativa, esto es, solo pueden clasificarse en categorías. (Menden, 1992:6).

**La Estadística Descriptiva:** Es la parte de la estadística que se ocupa de la recopilación de datos y la transmisión y análisis de los mismos. La estadística descriptiva incluye las técnicas que se relacionan con el resumen y la descripción de datos numéricos,

gráficos, tablas y diagramas que muestran los datos y facilitan su interpretación. (Weimer, 1993:10).

**Estadística Inferencial.**- comprende aquellos métodos y técnicas usados para hacer generalizaciones, predicciones o estimaciones sobre poblaciones a partir de una muestra. (Weimer, 1993:10).

La Investigación de Mercados como lo muestra la figura 1.2, es la identificación, recopilación, análisis y difusión de la información de manera sistemática y objetiva con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación, solución de problemas y oportunidades de una investigación. (Malhotra, 1997:8).

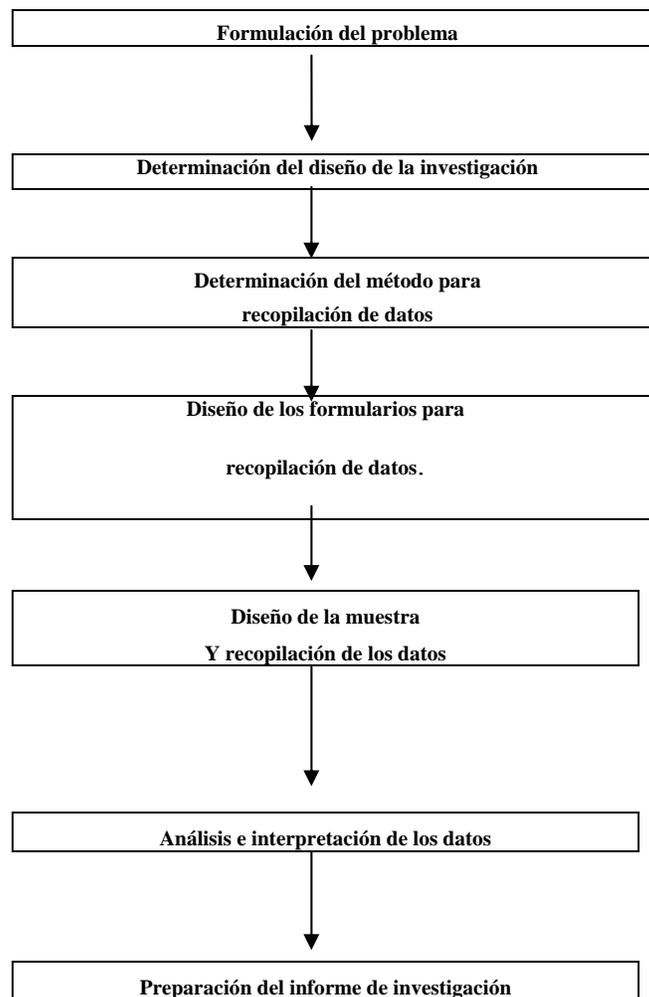


Figura 1.2 Etapas del Proceso de Investigación

### **Formulación del problema:**

Una de las funciones más valiosas de la investigación de mercados es, ayudar a definir el problema de mercadotecnia que debe solucionarse. Solo cuando el problema se define con exactitud, es posible diseñar una investigación que brinde una información significativa. Una parte del proceso para definir el problema consiste en especificar los objetivos del proyecto.

### **Determinación del diseño de la investigación:**

La elección del diseño de la investigación, depende de cuánto se conozca el problema. Si es relativamente poco de lo que se sabe acerca del fenómeno que se estudiará, se justifica la investigación exploratoria. Es habitual que esta se utilice cuando el problema que debe resolverse es amplio o vago y podría incluir la revisión de datos publicados, entrevistas con especialistas o creación de grupos de enfoque.

### **Determinación del método para recopilar datos:**

Es frecuente que la información que una empresa necesita para resolver su problema exista en forma de datos secundarios, es decir, los recopilados anteriormente con algún propósito distinto al problema en cuestión.

### **Diseño de los formularios para recopilar datos:**

Una vez que los investigadores han decidido el método que se usará en el estudio, deben determinar el tipo de forma de observación o cuestionario que mejor se adapte a las necesidades del proyecto.

### **Diseño de la muestra y recopilación de datos:**

Después de determinar cómo se recopilará la información necesaria, los investigadores deben de definir cuál grupo será observado o interrogado. De acuerdo con el tipo de estudio. El subconjunto específico de población elegido para el estudio se conoce como muestra.

### **Análisis e interpretación de datos:**

Los investigadores pueden amasar montañas de datos, pero resultan inútiles a menos que los resultados se interpreten a la luz del problema en cuestión. El análisis de datos incluye generalmente varios pasos, en primer término, se deben de revisar los formularios de recopilación de datos para cerciorarse de que estén completos y estos sean congruentes, este proceso se llama edición. Posteriormente se deben de codificar los formularios para lo cual es recomendable asignar número a cada una de las respuestas. El paso final es la tabulación, en el cual, se disponen ordenadamente los datos en una tabla u otro formato de resumen, mediante el conteo de la frecuencia de respuestas a cada pregunta.

### **Preparación del informe de investigación:**

El informe de investigación es el documento final en el cual se resumen los resultados y conclusiones de la investigación, el cual deberá ser claro y preciso ya que las personas que juzgarán dicha investigación comúnmente es lo único que perciben de la investigación general. (Churchill, 2003:46).

## **OBJETIVOS E HIPÓTESIS DEL TRABAJO**

El objetivo central de este análisis es, investigar cuáles son las causas que están permitiendo que emerjan las empresas de mensajería privada, lo cual, trae como

consecuencia la pérdida de mercado para la empresa, que actualmente el gobierno tiene designada para la prestación del servicio de envío de correspondencia en todo el país: SEPOMEX.

La hipótesis consiste en una aseveración que puede validarse estadísticamente (Schmelkes, 2005:38). La hipótesis central de esta tesis, partió de la idea que la empresa Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX), responsable por parte del Gobierno para el reparto de documentos y paquetes en todo el país, presenta en los últimos años serias deficiencias a su interior, lo que ha provocado en consecuencia una importante pérdida de mercado para esta empresa. Por lo anterior, recientemente se han establecido en el Municipio de Querétaro, empresas de mensajería y paquetería que igualmente distribuyen desde un sobre hasta un paquete de cualesquier dimensión. El establecimiento de estas organizaciones se ha incrementado considerablemente manteniendo una franca competencia por el mercado de la mensajería con SEPOMEX.

## **METODOLOGÍA**

El método a utilizar en esta investigación es el método de Medición debido a que, uno de los principales objetivos es obtener la información tanto cuantitativa como cualitativa que nos permitan obtener magnitudes medibles y conocidas acerca de un objeto o fenómeno a estudiar (López, 1984:7). Es decir, la aplicación de procedimientos estadísticos que permitirá identificar situaciones, tendencias, regularidades o relaciones en el fenómeno u objeto de estudio.

Para efectos de esta investigación, el objeto de estudio son las empresas que actualmente están dedicadas a la actividad de la mensajería y paquetería, así como sus procesos logísticos. Para obtener la información se realizará trabajo de campo, mediante cuestionarios aplicados a todas y cada una de las empresas de mensajería y paquetería existentes en el Municipio de Querétaro.

## **RESULTADOS ESPERADOS, POSIBLES APLICACIONES Y USO DEL PROYECTO**

Los resultados derivados de este proyecto de investigación son dos:

1. Un análisis comparativo de los dos elementos que operan en el sector de la mensajería y paquetería en el Municipio de Querétaro y que concretamente son SEPOMEX y las Empresas de Mensajería Privadas.
2. La presentación de un diagnóstico derivado de la investigación y análisis anteriores, que permita visualizar cuál es la problemática actual en este sector a nivel local, así como, la tendencia para el manejo de este tipo de carga en lo futuro.

Ambos productos podrán ser de utilidad para todas aquellas empresas de los sectores públicos y privado, que actualmente operan en el mercado de la mensajería y paquetería, así también para el público en general (universidades, gobierno, empresas, etc.) que estén interesados en conocer o estén involucrados en este sector.

Para ello la tesis se ha dividido en tres capítulos. En forma sintetizada a continuación se presenta una breve descripción sobre el contenido de cada una de las tres partes que la conforman.

En el capítulo I denominado Marco Teórico, se realizó una investigación documental, con la finalidad de obtener una descripción general de los dos elementos principales dentro de esta industria y determinar con mayor exactitud un contexto teórico a manera de punto de partida de este trabajo.

El capítulo II denominado como Metodología para el Trabajo de Campo, tiene como propósito definir el método con el cual se realizó la investigación de campo. Primeramente se menciona el cómo se realizó la selección de empresas a evaluar en el

Municipio, posteriormente se define el objetivo de esta investigación y la herramienta con la cual se obtendrá la información requerida para este análisis. Por último, se explica la forma en cómo se evaluará dicha información con la finalidad de cuantificar el desempeño de cada una de las empresas evaluadas.

En el capítulo III denominado Resultados y Discusión, trata sobre la recopilación de las respuestas al cuestionario aplicado a las diferentes empresas seleccionadas y a su posterior calificación, con respecto a las cinco secciones del cuestionario planteado. Este capítulo finaliza con una evaluación general mediante la cual se obtuvo un resultado final por empresa.

Por último se presentan Conclusiones y Recomendaciones, todo esto como producto del análisis comparativo de la información obtenida en el trabajo de campo, en conjunto con la información bibliográfica.

*Capítulo I*  
**“MARCO REFERENCIAL”**

## EL SERVICIO POSTAL EN MÉXICO

### 1.1. El Servicio Postal en México

En el México precortesiano, conocido por la tradición como azteca y cuya sede era la Ciudad de Tenochtitlán, tenían tres tipos de mensajeros: los painanis, los yciucatlantlis y los tequihuatitlantlis. Los painanis, que aunque transmitían información, en estricto sentido su oficio era más bien de tipo religioso y ceremonial, pregonaban el advenimiento de las Guerras Floridas. Los yciucatlantlis, mensajeros que llevaban datos urgentes, como fue el caso de comunicar a Tenochtitlán la llegada de los españoles. Y los Tequihuatitlantlis, mensajeros con cierto grado de jerarquía en el ejército, que informaban sobre el desarrollo de la guerra o la suerte de alguna batalla. Esta organización de mensajeros (Figura 1.3), mezcla de espías, guerreros y seudocomerciantes, nunca constituyeron un sistema de correos, sino, como en todos los pueblos mesoamericanos, eran parte de la logística y estrategia de la guerra.

{ INCLUDEPICTURE  
"http://www.sepomex.gob.mx/  
sepomex/images/h1-1.gif" \\*  
MERGEFORMATINET }



Figura 1.3 Mensajero Azteca

Durante la Guerra de Independencia, el correo jugó un papel primordial. La red postal que tenía una extensión de casi veinticinco mil kilómetros y contaba con 401 oficinas atendidas por 901 trabajadores, tan sólo en el año de 1801, movió un millón cien

mil piezas. En las valijas postales (Figura 1.4), a pie, a caballo o en carreta, viajaron por todo el territorio, de manera escrita, el sentimiento de libertad y los planes de conspiración que dieron origen al México Independiente.

{ INCLUDEPICTURE "http://www.sepomex.gob.mx/sepomex/images/h1-2.gif" \\*  
MERGEFORMATINET }

Figura 1.4 Valija Postal a Caballo

Durante 67 años el correo fue considerado importante renta del Estado, debido a los ingresos que por este concepto generaba. Al dejar de considerársele como tal pasa a ser reconocido, independientemente de los ingresos que generase, como un servicio público y el organismo adquiere el rango de Dirección General a partir del primero de julio de 1901. Es importante hacer notar que en esta época, la Historia del Correo Mexicano fluctúa y sufre los altibajos del convulsionado Siglo XIX, dadas las luchas internas por el poder y las distintas guerras de intervención de que fue objeto el país.

{ INCLUDEPICTURE "http://www.sepomex.gob.mx/sepomex/images/h7-1.gif" \\*  
MERGEFORMATINET }



Figura 1.5 Pieza Postal

Dada la creciente importancia del Servicio de Correos, que en el año de 1900 tuvo un movimiento anual de 134'631,009 piezas postales (Figura 1.5) y contaba con 1,972 oficinas postales (Figura 1.6) y un presupuesto de \$ 2'178,593.88, se contempló la conveniencia de contar con una serie de cartas postales por Estado y Territorio, para facilitar la operación, así como elaborar los correspondientes itinerarios.



Figura 1.6 Oficina postal

{ INCLUDEPICTURE  
"http://www.sepomex.gob.mx/s  
epomex/images/h10-1.gif" \\*  
MERGEFORMATINET }

Durante el sexenio de 1964-1970 se llevó a cabo un Programa Nacional de Correos, elaborándose para tal efecto un plan que constaba de las siguientes etapas:

- a) El análisis del mercado.
- b) El análisis de la operación.
- c) La administración postal general.

En 1979, por acuerdo secretarial publicado en el Diario Oficial el 16 de noviembre del mismo año, se realizan nuevos cambios en la Dirección General, iniciándose la desconcentración administrativa de algunas funciones, dando lugar a la creación de nueve Gerencias Postales Regionales.

A partir del 20 de agosto de 1986, se convierte en un Organismo Descentralizado y por mandato constitucional tenemos la encomienda de prestar el servicio público de correos en México.

## 1.2 Evolución del Sistema Postal en México

Por decreto presidencial publicado en el Diario Oficial el 20 de agosto de 1986, y por mandato constitucional se tiene la encomienda de prestar el servicio público de correos

en México. Se crea el organismo descentralizado denominado Servicio Postal Mexicano como respuesta a la necesidad de modernizar las prácticas operativas y administrativas en busca de una mayor productividad en la prestación de los servicios de comunicación. De esta forma, el organismo adquiere personalidad jurídica y patrimonio propio y pasa a formar parte de la administración pública paraestatal. Uno de sus primeros pasos como entidad paraestatal fue la determinación de una estructura de organización acorde a su nueva figura. De esta manera, en primer término, se lleva a cabo la sustitución de las nueve Gerencias Postales Regionales por 31 Gerencias Postales Estatales, estableciéndose mejores condiciones para beneficiar al máximo a los usuarios del servicio de correos, delegando facultades de decisión a dichas gerencias para dar trámite a los asuntos en el ámbito de su jurisdicción.

Con el fin de mejorar la estructura orgánica del Servicio Postal Mexicano, estableciendo un adecuado equilibrio entre sus áreas sustantivas, con fecha 1º de abril de 1989, se autoriza su reorganización, ampliándose las funciones existentes: se crea la Dirección Comercial, la cual absorbe las funciones de la Dirección de Planeación y Sistemas, misma que desaparece; se incorporan nuevas áreas a nivel departamental para el desarrollo de funciones básicas, en apoyo al logro de los objetivos del organismo, atendiendo aspectos relativos al aseguramiento de la calidad de los servicios, atención a los usuarios, relaciones laborales, promoción filatélica, proyectos, concurso y control de obras, entre otros, no cubiertos con anterioridad. Así también, se ofrece la posibilidad de realizar envíos nacionales e internacional urgentes, tanto de documentos como de paquetería, a través de su servicio de mensajería MEXPOST.

MEXPOST vincula los principales centros de actividad económica y cultural de México y del mundo, gracias a la amplia red de reparto de SEPOMEX y a la exclusiva red de convenios internacionales a través de la comunidad EMS (Express Mail Service).

Sin embargo las finanzas del SEPOMEX enfrentan una crisis financiera desde el año del 2001 donde cerraron con un déficit de 700 millones de pesos en su operación.

Las razones principalmente son las siguientes:

- a) Disminución de los ingresos por el decremento en el volumen de envíos generada por la pérdida de mercado frente a la mensajería privada.
- b) Incremento en los costos de operación debido a que la población sigue creciendo y este organismo, tiene la obligación de otorgar el servicio a las nuevas zonas sean habitacionales, industriales o comerciales.
- c) Pesada carga laboral que absorbe aproximadamente un 80 % de los recursos federales que recibe anualmente.

En la actualidad esta delicada situación financiera y operativa, deriva en una clara falta de competitividad frente a empresas de correo y mensajería privadas, las cuales se encuentran en permanente desarrollo. Lo anterior, se establece como objeto principal de estudio en esta investigación.

### **1.3 La Mensajería Privada en México**

La Asociación Mexicana de Mensajería y de Paquetería Asociación Civil (AMMPAC), se constituyó en la Ciudad de México a comienzo de la década de los noventa, con diez socios.

En la actualidad, agrupa a casi un centenar de empresas de toda la República Mexicana de diversos tamaños, desde empresas locales con una decena de empleados hasta grandes empresas que dan empleo a cientos o miles de trabajadores.

Entre sus principales objetivos se encuentran los siguientes:

- Promover y fomentar la prestación de los servicios de mensajería y paquetería, dentro y fuera de la República Mexicana.
- Proteger y vigilar intereses gremiales de la Industria Mexicana

prestadora de los servicios de mensajería y paquetería en todos aquellos asuntos que la puedan afectar, esto en México como en el extranjero.

- Actuar como representante de sus asociados en cualquier asunto que pudieran afectar sus actividades, independientemente de que cualquier asociado lo pueda hacer por si mismo.
- Impulso ante las autoridades competentes de la promulgación de leyes y normas que regulen adecuadamente las actividades de sus miembros y sus clientes.
- Los demás fines lícitos y habituales en asociaciones de su género, acordes a lo dispuesto por la ley.

La Asociación contempla cinco zonas en la República Mexicana donde se establecen coordinaciones regionales, cada una de las cuales cuenta con un presidente.

- AMMPAC OCCIDENTE
- AMMPAC NOROESTE
- AMMPAC CENTRO
- AMMPAC SUR
- AMMPAC MÉXICO.

Entre sus miembros los hay que disponen de aeronaves, trailer, camiones, coches, motocicletas y bicicletas para adaptarse a cada necesidad.

## 1.4 Evolución de la Mensajería Privada en México

Durante el año 2004 esta industria registro más de 4,500 empresas que ofrecen servicios de envío de documentos y paquetes, las cuales además se dedican a distribuir, importar, exportar, almacenar y gestionar todo tipo de mercancías.

En el mismo periodo, este sector facturó más de 10 mil millones de pesos por concepto de transporte de 60 millones de piezas de aproximadamente 400 mil usuarios, con un crecimiento anual de 10% respecto del año anterior y se estima obtener un aumento de 8% para el año 2005, según datos de AMMPAC.

Conforme estadísticas de esta asociación, 90% del volumen de envíos internacionales son operados por empresas transnacionales; 80% de los envíos nacionales interestatales son operados por empresas mexicanas. Asimismo, 80% de los envíos locales o metropolitanos (en la misma ciudad), son manejados por empresas de cobertura nacional y 20% restante por empresas locales o metropolitanas.

Conforme a su cobertura se clasifican como:

a) Internacional

b) Nacional

c) Regionales

d) Locales o metropolitanas

Así también, se pueden identificar por el tipo de transporte predominante que utilizan (aéreo o terrestre). Por ejemplo, Ómnibus de México es terrestre y Aeromexpress es aéreo.

También pueden contar con puntos de recepción propios (sucursales) o franquicias. Incluso hay empresas receptoras especializadas, como Packmail, que ofrecen al consumidor el servicio de diversas empresas en un mismo lugar.

Cabe mencionar que, aparte de los sitios de recepción tradicionales, se pueden encontrar ubicadas en casas de cambio y lugares de fotocopiado, entre otros.

Los servicios de mensajería y paquetería, en general, se pueden clasificar en:

- a) **Servicio a domicilio.** Tiene cobertura internacional y nacional y se entrega en la dirección convenida. Paga quien realiza el envío en el lugar de origen.
- b) **Local o metropolitano.** Se envía y entrega en la misma ciudad y/o municipios conurbados en la dirección convenida. Paga quien realiza el envío en el lugar de origen.
- c) **Ocurre.** Cuenta con cobertura internacional y nacional, realizando la entrega en las oficinas del proveedor del servicio. Paga quien realiza el envío en el lugar de origen.
- d) **Cóbrese o devuélvase (C.O.D.).** Con cobertura internacional y nacional, el envío se entrega en el domicilio convenido. Paga quien lo recibe.
- e) **Entrega a detalle.** Cuenta con cobertura internacional y nacional. Puede ser servicio a domicilio o puede ser servicio ocurre. En este se revisa cada uno de los artículos que son enviados.
- f) **Entrega garantizada.** Cobertura internacional y nacional, donde se garantiza la entrega en un tiempo determinado. Paga quien realiza el envío en el lugar de origen.

Según la AMMPAC, las empresas de mensajería y paquetería en México cuentan con la infraestructura necesaria para llegar en un día al 68% de la población, en 48 horas a 75%, y en 3 días a 90%.

Como se ha comentado anteriormente, el sector de la mensajería privada se encuentra en constante desarrollo, es importante subrayar que estas empresas se encuentran trabajando en violación a la constitución, debido a que conforme al artículo 28, la prestación del servicio del correo es una actividad propia del Estado.

Así también la Ley del Servicio Postal, reserva para el correo la mensajería que va de cero gramos hasta un kilogramo y toda aquella cuyas dimensiones sean menores a un tamaño carta en promedio.

En la practica diaria las empresas privadas no cumplen con esta reserva debido a que están trabajando diariamente con mercancías de peso y dimensiones como las mencionadas en dicha ley. Estas empresas han entrado al mercado del correo y le han quitado a la empresa estatal, clientes importantes como los bancos con la entrega de estados de cuenta, una mensajería que por ley debe de ser exclusiva del Servicio Postal Mexicano.

## *CAPÍTULO II*

# **“METODOLOGÍA PARA EL TRABAJO DE CAMPO: CASO APLICADO A LAS EMPRESAS DE MENSAJERÍA EN EL MUNICIPIO DE QUERÉTARO”**

### **2.1 Selección de las Empresas a Estudiar**

El propósito de este segundo capítulo, es el definir el procedimiento mediante el cual se realizará la investigación de campo.

Los objetos de estudio para esta investigación son dos: SEPOMEX y las empresas de Mensajería Privada, ambos en su contexto de operación en el Municipio de Querétaro.

Para el primer elemento de estudio SEPOMEX, se tiene una oficina central en el Estado, sin embargo, para el caso de las empresas de mensajería privada, se consideró la totalidad de las empresas que ofertan este servicio en el Municipio de Querétaro. Las fuentes de información fueron dos, El directorio DIME ABC proporcionado por la Secretaría de Desarrollo Sustentable (SEDESU) correspondiente al Estado de Querétaro y el directorio conocido como Sección Amarilla correspondiente de igual manera a esta Entidad Federativa.

Es importante hacer mención sobre la imposibilidad de aplicar dicho cuestionario a las 31 empresas que conforman el universo, esto debido a que, diez de ellas mencionaron no estar en posibilidad de recibir al encuestador por razones tales como: carga de trabajo, ausencia del personal autorizado y falta de interés por el proyecto. El total de elementos a evaluar está comprendido por 21 empresas las cuales se muestran en la tabla 2.1.

---

**Tabla 2.1 Empresas a evaluar**

---

No.	Nombre de la empresa
1	Air Borne Express
2	Fedexp
3	Mail Boxes
4	Siayec del Bajío
5	Montiel Asociados
6	Multipack
7	Red Pack
8	Aeroflash
9	Flecha Amarilla
10	Auto líneas JR
11	Paquetería y Mensajería en Movimiento
12	Paquete Express
13	Mensajería y Servicios Complementarios
14	Mexpress
15	Transportes ALMS
16	PCP
17	GSM Express
18	Transportes Industriales del Bajío
19	Transportes Castores
20	Estafeta
21	SEPOMEX

## 2.2 Determinación Estadística del Tamaño de Muestra

Para calcular el tamaño de una muestra hay que tomar en cuenta tres factores:

- a) La Desviación Estándar
- b) El Nivel de Confianza
- c) El Error de Muestreo.

La **Desviación Estándar** es un término estadístico que mide la desviación de los datos de una muestra respecto a su valor medio.

La Media y la Desviación Estándar se determinan por las siguientes formulas. (Berenson, 1996, 259):

$$\text{Media } \mu_x = n p = 21 * 0.5 = 10.5 \approx 11$$

$$\text{Desviación estándar } \sigma_x = \sqrt{np(1-p)} = \sqrt{21 (0.5)(0.5)} = 2.29$$

El **Nivel de Confianza** se refiere al porcentaje con el cual se quiere generalizar los datos, desde la muestra hacia la población total. Comúnmente en las investigaciones sociales se trabaja con un 95% (Larios, 1998).

El **Error de Muestreo** indica la cantidad de error que estamos dispuestos a aceptar, en la estimación de la porción de la población (Berenson, 1996:366). Dicho error de muestreo se pudo obtener desarrollando las fórmulas:

$$e = Z \sigma_x / \sqrt{n}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Intervalo de confianza.

e = Error de muestreo

Debido a que conocemos por anticipado el tamaño de la muestra y aplicando la fórmula mencionada obtenemos:

$$e = (1.96) (2.29) / \sqrt{21} = 4.48 / 4.58 = 0.97 \approx 1$$

Una vez que obtenemos el error estándar podemos confirmar el tamaño de muestra

$$n = Z^2 \sigma_x^2 / e^2 = (1.96)^2 (2.29)^2 / 1^2 = (3.84) (5.24) / 1 = 20.16 \approx 21$$

n = 21 significa el número de encuestas a aplicar, con lo cual, se garantiza un nivel de confianza del 95 % .

### **2.3 Objetivo de la investigación**

El servicio para el envío de paquetería y mensajería en el país, consiste en el envío de cartas y paquetes desde un origen hasta su destino final, ambos entre el mismo país y fuera de el. En esta industria, operan diversas empresas privadas (transnacionales y mexicanas) y una pública (Servicio Postal Mexicano).

La prestación del servicio de correo, es una actividad que conforme a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo 28, deberá ser proporcionada por el Estado en todo el país. El servicio que actualmente presta el Estado para envío de correspondencia, es en términos de tiempo de entrega no-homogéneo, es decir, presentan una notoria variabilidad al momento de la entrega y aun más en diferentes épocas del año, este es uno de los principales problemas que enfrenta el SEPOMEX.

Sin embargo, en la actualidad se observa en operación y con mayor número de participación, las empresas de mensajería privada.

Ante esta situación, el objetivo de esta investigación es, realizar un análisis comparativo de ambas empresas (Públicas y Privadas); en términos tales como oferta de servicios, tamaño de la empresa, sistemas de calidad, sistemas de logística y tecnología. Esto con la finalidad de confrontar ambos sectores y poder detectar de alguna manera, aquellos elementos que nos permitan realizar una evaluación general, de todas estas organizaciones conforme a los aspectos mencionados.

### **2.4 Diseño del cuestionario**

Se elabora un cuestionario que arroje respuestas cerradas y abiertas. Para el caso de las preguntas cerradas, se proporciona una lista de opciones para que se escoja de entre

ellas una o varias respuestas. Para el caso de las preguntas abiertas, la respuesta estará basada conforme a la opción que el sujeto, objeto de estudio, considere pertinente.

El cuestionario se encuentra dividido en cinco secciones fundamentales, que permitirá ubicar a cada una de las empresas dentro de la escala de medición.

#### Sección 1

**Servicio:** Consiste en identificar un esquema general de la oferta de sus servicios. Sección 2

**Logística:** Pretende conocer cómo se integra en su operación logística interna la empresa en cuestión.

#### Sección 3

**Tamaño de la empresa:** Como su nombre lo indica, se busca determinar la cantidad de personas que intervienen en la operación de sus oficinas de la entidad.

#### Sección 4

**Tecnología:** Consiste en identificar el (os) tipo (s) de tecnologías que se emplean para el reparto de sus mercancías.

#### Sección 5

**Sistemas:** Se pretende ubicar el tipo de sistema para manejo de información interna y de calidad.

### **2.4.1 Cuestionario para establecer un análisis de la operación en empresas de Mensajería y Paquetería en el Municipio de Querétaro.**

El siguiente cuestionario ha sido levantado durante el mes de agosto del año 2006.

#### **Sección 1) Preguntas que identifican la oferta de sus servicios.**

1. Mencione cuál de los siguientes servicios son los que actualmente oferta la empresa:

- a) Servicio a domicilio
- b) Recolección a domicilio

- c) Ocurre
- d) C.O.D.
- e) Gestoría (Trámites, cobros, pagos)
- f) Aduanal
- g) Internacional
- f) Otros \_\_\_\_\_

2. De la siguiente lista, indique quién demanda en mayor parte su servicio:

- \_\_ Gobierno
- \_\_ Empresas
- \_\_ Particulares
- \_\_ Otros \_\_\_\_\_

3. Mencione cuál de los siguientes factores considera es de mayor importancia para sus clientes:

- \_\_ Servicio
- \_\_ Precio
- \_\_ Otro

4. De las opciones mencionadas indique cuál (es) incluye la cobertura de sus servicios:

- a) Estatal
- b) Inter-estatal
- c) Internacional

5. Si ofrece cobertura Inter-estatal, señale cuáles son los Estados que atiende:

---

**Sección 2) Preguntas que identifican cómo se integra la operación logística de la empresa**

6. De las siguientes opciones, indique cuál maneja en su mayoría, dentro de su operación diaria:

Paquetes

Sobres

7. Utiliza el servicio de alguna empresa “integradora” <sup>1</sup>?

Si  No  Cuál (es)?

a) UPS

b) Fedexp

c) DHL

d) Aeroflash

e) Estefeta

f) GM Express

g) Ómnibus de México

h) Otro \_\_\_\_\_

i) No

<sup>1</sup> Las Empresas “Integradoras” dentro de la industria de la mensajería y paquetería son aquellas tales como UPS, DHL, FEDEXP, ESTAFETA, entre otras, las cuales son fruto de la globalización de la economía. Estas mantienen oficinas propias a nivel nacional o internacional, con gran infraestructura de transporte y avanzados sistemas de logística que les permiten tener cobertura con infraestructura propia a nivel nacional o mundial. Los servicios de estas empresas son utilizados por otras empresas pequeñas dedicadas a la misma actividad.

8. Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad aproximada de envíos por mes:

- a) 100 a 1,000 pzas
- b) 1,000 a 5,000 pzas
- c) 5,000 a 10,000 pzas
- d) 10,000 a 100,000 pzas
- e) 100,000 a 1'000,000 pzas
- f) No contestó

9. ¿Utiliza algún servicio de apoyo “Outsourcing”<sup>2</sup> para el reparto de sus mercancías?

- a) Si
- b) No

<sup>2</sup>Outsourcing se refiere a la externalización de servicios. Modalidad de contratación en que una organización exterioriza determinadas actividades de la empresa, susceptibles de funcionar independiente, con el objetivo de reducir costes y mejorar servicios.

### **Sección 3) Preguntas que identifican el tamaño de la empresa**

10. Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad de empleados que actualmente trabaja en su organización :

- a) De 1 a 15 empleados
- b) De 16 a 100 empleados
- c) De 101 a 250 empleados

### **Sección 4) Preguntas que identifican el uso de la tecnología de transporte y rastreabilidad.**

11. ¿Cuál de los siguientes tipos de vehículos utiliza para la transportación de sus mercancías?

- a) Avión \_\_\_\_\_
- b) Trailer \_\_\_\_\_
- c) Autobús \_\_\_\_\_
- d) Camión \_\_\_\_\_
- e) Camioneta \_\_\_\_\_
- f) Automóvil \_\_\_\_\_
- g) Motocicleta \_\_\_\_\_
- h) Bicicleta \_\_\_\_\_
- i) Otro \_\_\_\_\_

12. ¿Cuál de los siguientes tipos de sistemas, utiliza para el control y seguimiento de las mercancías?

- a) Sistema de Posicionamiento Global (GPS)
- b) Transferencia Móvil de Datos (GPRS)
- c) Identificación por Radio Frecuencia (RIFD)
- d) Otros \_\_\_\_\_

**Sección 5. Preguntas para identificar un sistema de tipo ERP y Sistema de Calidad.**

13. ¿Utiliza algún sistema de calidad en su operación?, si la respuesta es afirmativa señale de que tipo:

- a) Si
- b) No

14. ¿Utiliza algún sistema de información en particular del tipo ERP para control interno?, si su respuesta es afirmativa indique de que tipo:

- a) Si
  - b) No
- 

## 2.5 Evaluación del cuestionario

Para efectos de evaluación del cuestionario, se presentan en este capítulo una serie de escalas, las cuales son una propuesta personal con el único objetivo de otorgar un valor a cada una de las respuestas obtenidas en el campo de trabajo.

Cada escala asigna un valor numérico para cada una de las opciones dentro de la respuesta, a cada una de las preguntas que conforman las cinco diferentes secciones.

Al final de cada sección los resultados que se obtengan de cada una de las preguntas serán acumulados para obtener una calificación final por sección; posteriormente la calificación de cada sección será igualmente acumulada para una evaluación final, con el propósito de obtener específicamente una evaluación final general, que nos permita realizar un comparativo entre los elementos de esta investigación.

Tabla 2.4 Evaluación del cuestionario

<b>Sección 1</b>		
Pregunta No.	Respuesta	Calificación de la respuesta
1	Servicio a domicilio	1
	Recolección a domicilio	1
	Ocurre	1
	C.O.D.	1
	Gestoría (Trámites, cobros, pagos)	1
	Aduanal	1
	Internacional	1
	Otro	1
2	Gobierno	1
	Empresas	1
	Particulares	1
3	Servicio	5
	Precio	2
	Otro	1
4	Estatad	1
	Inter-estadad	1
	Internacional	4
5	Cualquier Estado(s) de la República Mexicana	1

En la tabla 2.4. Se muestra cómo se compone la calificación total en la sección 1 esta es de 21 puntos, los parámetros para evaluar van de la escala 1-8, lo que nos indica es de nivel básico. Escala 9-18 nivel intermedio y de 19-21 nivel avanzado. Se considera que menos de 8 puntos es una calificación baja, debido a que esto evidencia que su sistema de servicio es muy limitado, en caso contrario; el obtener una calificación de 19 a 21 puntos significa que la organización tiene una amplia variedad y orientación del servicio hacia sus clientes.

Tabla 2.5 Evaluación del cuestionario

<b>Sección 2</b>		
Pregunta No.	Respuesta	Calificación de la respuesta
6	Paquetes	1
	Sobres	1
7	UPS	2
	FEDEXP	2
	DHL	2
	AEROFLASH	2
	ESTAFETA	2
	AIRBORNE EXPRESS	2
	GM EXPRESS	2
	ÓMNIBUS DE MÉXICO	2
	Ninguno	1
8	100 a 1,000 pzas	2
	1,000 a 5,000 pzas	3
	5,000 a 10,000 pzas	4
	10,000 a 100,000 pzas	5
	100,000 a 1'000,000 pzas	6
	No contestó	1
9	Si	2
	No	1

En lo que respecta a la sección 2, la tabla 2.5 muestra que el total de la calificación es de 11 puntos y para efectos de evaluación de 1-4 es de nivel básico, 5-8 es de nivel intermedio y 9-11 es de nivel avanzado. Una calificación menor de 4 puntos es una calificación baja que muestra una reducida operación de logística y una calificación entre 9–11 puntos revela una operación logística de nivel avanzado debido a su volumen de mercancía y a la integración de apoyos externos, para ofrecer un servicio de mayores alcances.

Tabla 2.6 Evaluación del cuestionario

<b>Sección 3</b>
------------------

Pregunta No.	Respuesta	Calificación de la respuesta
10	De 1 a 15 empleados	1
	De 16 a 100 empleados	1
	De 101 a 250 empleados	1

La calificación total en la sección 3, conforme a la tabla 2.6, da un total de un punto y en esta, lo que se pretende es ubicar el tamaño de la organización es decir, la cantidad de personal humano que interviene en su operación local. De acuerdo al Instituto Mexicano del Seguro Social de 1-15 empleados se le denomina Microempresa, de 16-100 es Pequeña Empresa y de 101–250 se le conoce como Mediana Empresa.

Tabla 2.7 Evaluación del cuestionario

**Sección 4**

Pregunta No.	Respuesta	Calificación de la respuesta
11	Avión	3
	Trailer	1
	Autobús	1
	Camión	1
	Camioneta	1
	Automóvil	1
	Motocicleta	1
	Bicicleta	1
Otro	1	
12	Sistema de Posicionamiento Global (GPS)	2
	Transferencia Móvil de Datos (GPRS)	2
	Identificación por Radio Frecuencia (RIFD)	2
	Internet	2
	Ninguno	1

La calificación total en la sección 4 tabla 2.7 es de 19 puntos en total. Para efectos de evaluación una calificación entre 1-10 corresponde a un nivel básico, de 11-15 es de nivel intermedio y de 16-19 es de nivel avanzado, una calificación menor de 10 puntos, indica un bajo nivel en el empleo de las tecnologías aplicadas para la distribución y rastreabilidad de sus mercancías. La calificación más alta está entre 16-19 puntos, caso contrario al anterior refleja que la empresa cuenta con un alto nivel tecnológico en su infraestructura, lo cual le permite reducir tiempos de entrega así como, la flexibilidad de llegar a conocer en cualquier momento cuál es la posición de sus mercancías en la distribución diaria.

Tabla 2.8 Evaluación del cuestionario

<b>Sección 5</b>		
Pregunta No.	Respuesta	Calificación de la respuesta
13	Si	3
	No	1
14	Si	2
	No	1

La sección 5, conforme a la tabla 2.8 tiene una calificación total de 5 puntos. Sus parámetros son de 1-2 nivel básico, entre a 3-4 nivel intermedio y 5 nivel avanzado. Para la calificación de nivel básico, se entiende que la empresa carece de alguno de los sistemas, esto es, del sistema tipo ERP o del sistema de calidad. Para una calificación igual a 5 puntos, revela que la organización trabaja con los dos sistemas mencionados y que por lo tanto, toda la información generada producto de su operación diaria está controlada y disponible en cualquier momento para sus distintos usuarios en la organización.

Por último, se hará la evaluación final, es decir, se hará una comparación entre los dos elementos principales de esta investigación: Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX) y las Empresas de Mensajería Privada establecidas en el Municipio.

Se realizará una ponderación general por cada una de las cinco secciones, con la finalidad de obtener un parámetro, que determine el nivel de cada una de las empresas evaluadas. Estos parámetros, están definidos de la siguiente manera: entre 1- 5 puntos se considera que la empresa en cuestión, tiene un nivel básico, de 6-10, le corresponderá una calificación de nivel intermedio y aquellas empresas cuya parámetro numérico se encuentre entre 11-15 puntos, obtendrán una calificación de nivel avanzado.

A manera de conclusión, podemos observar que las escalas que como se había mencionado son una propuesta personal, permitirán evaluar de forma objetiva el comportamiento de cada de cada una de las empresas evaluadas conforme a los criterios señalados.

*CAPÍTULO III*

**“RESULTADOS Y DISCUSION”**

### **3.1 Introducción**

En este capítulo se muestran los resultados derivados de un cuestionario compuesto por 14 reactivos. Dicho cuestionario, fue aplicado en campo durante el mes de agosto del 2006. El total de la muestra, consta de 21 elementos de un universo de 31 empresas, todas ellas pertenecientes al sector de la mensajería y paquetería en el Municipio de Querétaro.

El análisis de información, consiste en una evaluación por cada sección que conformó el cuestionario y que al mismo tiempo, muestra una situación actual sobre la empresa públicas y las empresas privadas que actualmente atienden el mercado de la mensajería y paquetería en la entidad.

### **3.2 Respuestas de las empresas al cuestionario**

Una vez que se recolectaron los resultados del cuestionario aplicado a las empresas que componen la muestra del estudio, se procede a presentarla en forma de tablas y por cada una de las secciones que dividen el cuestionario, estas son preguntas enfocada al análisis de aspectos tales como: nivel de servicio, operación logística interna, tamaño de la empresa, nivel de tecnología, uso de sistemas de tipo ERP y Calidad.

#### **3.2.1 Nivel de servicio**

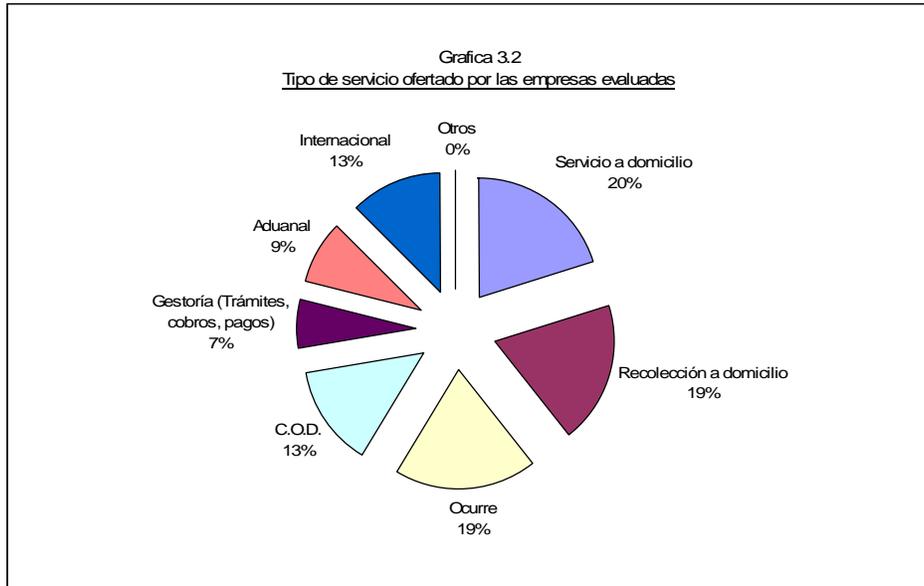
Las preguntas correspondientes a la sección 1 del cuestionario, tienen como finalidad identificar el nivel de servicio que en este momento están ofertando las empresas en la localidad. En términos concretos se evalúan aspectos tales como variedad de servicios, clientes principales, área de cobertura, entre otros.

En la tabla 3.1 podemos observar que la empresa con menor cantidad de servicios ofertados es SEPOMEX, siendo esta uno de los elementos principales a evaluar en esta investigación. Dicha empresa únicamente oferta 4 de 7 que componen la totalidad de los

servicios. Otra observación a considerar es en el servicio de recolección a domicilio el cual no es ofertado por la empresa pública mencionada en cuestión y sí por el resto de las 20 empresas que componen el sector privado, esto de alguna manera evidencia, que este servicio es de un alto nivel de demanda y que por razones propias de esta organización no le es posible cubrir este sector de la demanda.

1. Mencione cuál de los siguientes servicios son los que actualmente oferta la empresa:									
	1	1	1	1	1	1	1	1	Calificación
	Servicio a domicilio	Recolección a domicilio	Ocurre	C.O.D.	Gestoría (Trámites, cobros, pagos)	Aduanal	Internacional	Otros	
Air Borne Express	x	x	x	x	x	x	x		7
Fedexp	x	x	x			x	x		5
Mail Boxes	x	x	x	x	x	x	x		7
Siayec del bajío	x	x	x						3
Montiel Asociados	x	x			x				3
Multipack	x	x	x	x			x		5
Red Pack	x	x	x		x	x	x		6
Aeroflash	x	x	x	x			x		5
Flecha Amarilla	x	x	x	x					4
Autolíneas JR	x	x	x	x	x	x			6
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x	x	x	x					4
Paquete Express	x	x	x	x	x				5
Mensajería y Servicios Complementarios	x	x	x	x			x		5
Mexpress	x	x	x			x	x		5
Transportes ALMS	x	x	x	x		x	x		6
PCP	x	x	x		x				4
GSM Express	x	x	x	x			x		5
Transportes Ind. del Bajío	x	x	x	x					4
Transportes Castores	x	x	x	x		x	x		6
Estafeta	x	x	x			x	x		5
SEPOMEX	x		x	x			x		4

En lo que respecta a la variedad de servicios la grafica 3.2 se observa que los 3 servicios que se ofertan con mayor frecuencia son: servicio a domicilio, recolección a domicilio y ocurre. Por el contrario, es decir, dentro de los servicios que se ofertan con menor frecuencia es el servicio gestoría (trámites, cobros, pagos).



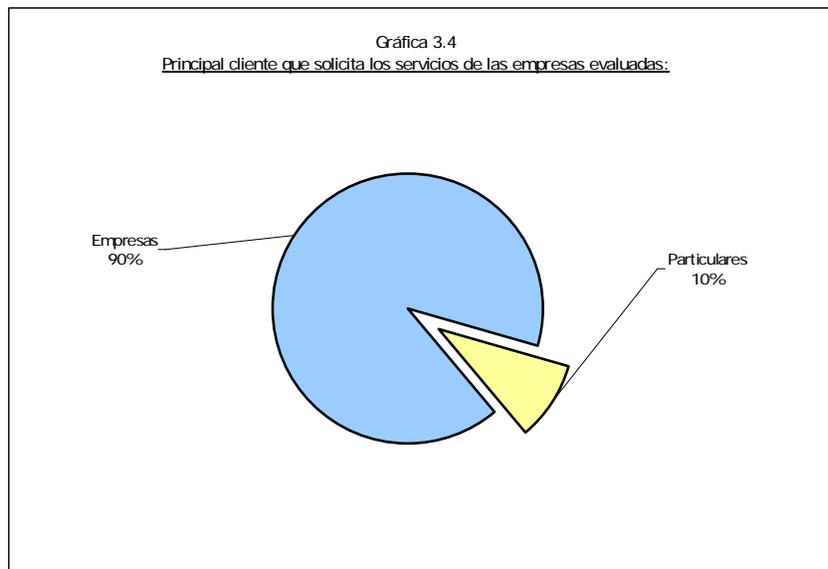
La tabla 3.3 muestra cuál sector de la sociedad es aquel que demanda con mayor frecuencia los servicios de cada una de las empresas mencionadas y el resultado es que 19 de las 21 empresas evaluadas mencionan como principal requisitor, al sector empresarial.

Aun cuando en número el sector empresarial es menor comparado con el sector particular, es este el que maneja un mayor volumen de mercancías.

Tabla 3.3
2.De la siguiente lista, indique quién demanda en mayor parte su servicio:

	1	1	1	1	Calificación
	Gobierno	Empresas	Particulares	Otros	
Air Borne Express			x		1
Fedexp			x		1
Mail Boxes		x			1
Siayec del bajo		x			1
Montiel Asociados		x			1
Multipack		x			1
Red Pack		x			1
Aeroflash		x			1
Flecha Amarilla		x			1
Auto líneas JR		x			1
Paquetería y Mensajería en Movimiento		x			1
Paquete Express		x			1
Mensajería y Servicios Complementarios		x			1
Mexpress		x			1
Transportes ALMS		x			1
PCP		x			1
GSM Express		x			1
Transportes Ind. del Bajío		x			1
Transportes Castores		x			1
Estafeta		x			1
SEPOMEX		x			1

En términos de porcentaje como lo muestra la grafica 3.4 el 90% de la demanda de los servicios de paquetería y mensajería en esta Entidad, la integra el sector privado.

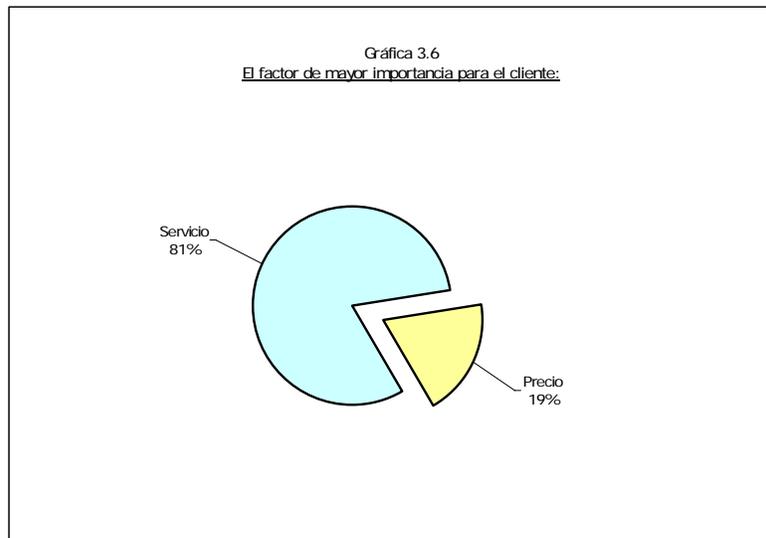


La tabla 3.5 muestra la percepción que las empresas evaluadas tienen sobre la importancia que sus clientes otorgan a factores tales como: servicio, precio o algún otro si

es que lo hubiera. De acuerdo al estudio 17 de las 21 empresas evaluadas consideran que el factor de mayor importancia para el cliente es el servicio.

Tabla 3.5				
3.Mencione cuál de los siguientes factores considera es de mayor importancia para sus clientes:				
	5	2	1	Calificación
	Servicio	Precio	Otro	
Air Borne Express	x			5
Fedexp	x			5
Mail Boxes	x			5
Siayec del bajío		x		2
Montiel Asociados	x			5
Multipack	x			5
Red Pack	x			5
Aeroflash		x		2
Flecha Amarilla	x			5
Auto líneas JR		x		2
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x			5
Paquete Express	x			5
Mensajería y Servicios Complementarios		x		2
Mexpress	x			5
Transportes ALMS	x			5
PCP	x			5
GSM Express	x			5
Transportes Ind. del Bajío	x			5
Transportes Castores	x			5
Estafeta	x			5
SEPOMEX	x			5

Es importante mencionar, que al momento de aplicar dicho cuestionario la gran mayoría de los entrevistados afirmó de manera contundente, que es el factor servicio sobre el cual se está concentrando la competencia en el mercado y por consecuencia, es en este aspecto sobre el cual están concentrando toda su fuerza organizacional, en términos porcentuales la gráfica 3.6 muestra cómo se inclinaron las respuestas hacia este sector.



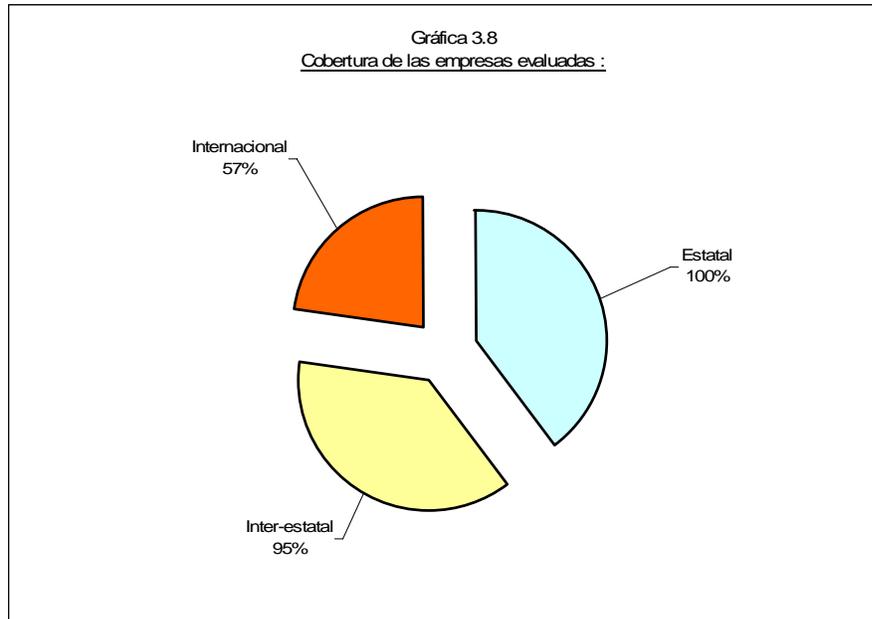
Otro de los aspectos evaluados en esta sección, es el que se refiere a la cobertura geográfica de sus servicios. En la tabla 3.7 se observa que la totalidad de las empresas tienen por lo menos cobertura local.

Tabla 3.7

4. De las opciones mencionadas indique cuál (es) incluye la cobertura de sus servicios:

	1	1	4	Calificación
	Estatal	Inter-estatal	Internacional	
Air Borne Express	x	x	x	6
Fedexp	x	x	x	6
Mail Boxes	x	x	x	6
Siayec del bajo	x	x		2
Montiel Asociados	x			1
Multipack	x	x	x	6
Red Pack	x	x	x	6
Aeroflash	x	x	x	6
Flecha Amarilla	x	x		2
Auto líneas JR	x	x		2
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x	x		2
Paquete Express	x	x		2
Mensajería y Servicios Complementarios	x	x	x	6
Mexpress	x	x	x	6
Transportes ALMS	x	x	x	6
PCP	x	x		2
GSM Express	x	x	x	6
Transportes Ind. del Bajío	x	x		2
Transportes Castores	x	x		2
Estafeta	x	x	x	6
SEPOMEX	x	x	x	6

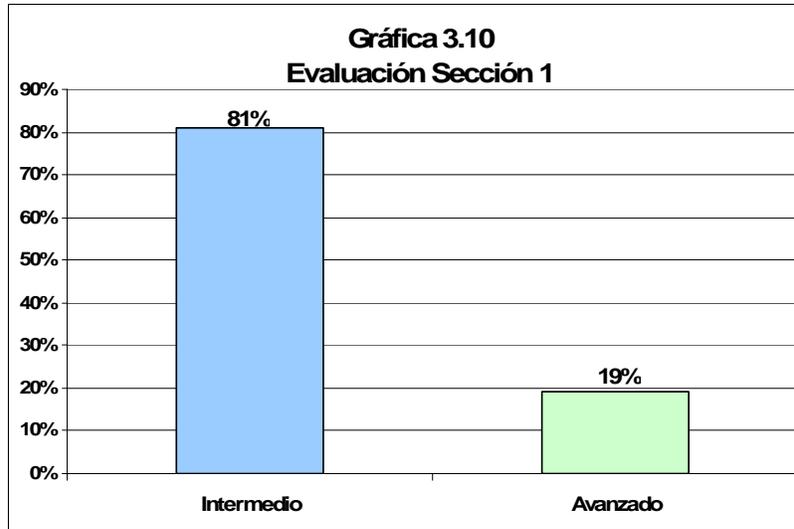
La gráfica 3.8 muestra el contraste de la situación mencionada anteriormente, las empresas que ofertan cobertura internacional, reflejan un porcentaje muy bajo del orden del 57 % ligeramente más de la mitad de las empresas evaluadas, el resto de ellas únicamente ofrecen cobertura estatal e inter-estatal.



La tabla 3.9 muestra con mayor detalle en relación con la cobertura inter-estatal, en la que únicamente dos de las empresas evaluadas no ofrecen el servicio en algún otro Estado. El resto de las empresas como lo muestra la tabla, tienen cobertura solo en algunas zonas tal es el caso de las líneas de autobuses y de auto transporte de carga en general, en donde el traslado de mercancías consideradas como mensajería y paquetería, son consideradas actividades secundarias debido a que sus destinos son cubiertos por la actividad de su giro principal, ya sea pasajeros para las líneas de autobuses o de carga general para las líneas de auto transporte.

Tabla 3.9		
5. Si ofrece cobertura Inter-estatal, señale cuáles son los estados que atiende:		
	1	Calificación
Air Borne Express	Todo el País	1
Fedexp	Todo el País	1
Mail Boxes		0
Siayec del bajo	Querétaro, Ciudad México y Distrito Federal	1
Montiel Asociados		0
Multipack	Todo el País	1
Red Pack	Todo el País	1
Aeroflash	Todo el País	1
Flecha Amarilla	Zona Bajío y Zona Norte	1
Auto líneas JR	Zona Bajío y Zona Norte	1
Paquetería y Mensajería en Movimiento	Sinaloa, Sonora, Durango, Coahuila, Nuevo León, S.L.P., Jalisco, Nayarit, Guanajuato, México, D.F., Aguascalientes	1
Paquete Express	Todo el País	1
Mensajería y Servicios Complementarios	Todo el País	1
Mexpress	Todo el País	1
Transportes ALMS	Todo el País	1
PCP	Jalisco, Sinaloa, Sonora, Querétaro	1
GSM Express	Todo el País	1
Transportes Ind. del Bajío	Zona Sureste, bajo	1
Transportes Castores	Todo el País	1
Estafeta	Toda la República	1
SEPOMEX	Toda la República	1

La evaluación final correspondiente a la sección 1 del cuestionario, se muestra en la Gráfica 3.10. En esta gráfica se identifica que son 17 empresas de las 21 evaluadas, las que obtuvieron una calificación de nivel intermedio y únicamente 4 de ellas registraron un nivel avanzado en cuanto a infraestructura de servicio.



Dentro de las empresas calificadas con el nivel intermedio existen 2 que obtuvieron una calificación de 9 puntos, esta es una calificación baja dentro de su rango mencionado en el capítulo anterior. Esto debido a dos razones principales, la primera es debido a que su variedad de servicios es mínima y la segunda es en relación a su baja cobertura geográfica, ya que solo ofrecen cobertura en esta localidad y en el Estado de México.

Por otra parte, las empresas que están calificadas con nivel avanzado que son únicamente 4 de las 21 que componen el total de la muestra, obtuvieron una mayor puntuación debido a la variedad de sus servicios en número así como a su mayor cobertura geográfica.

### **3.2.2 Logística**

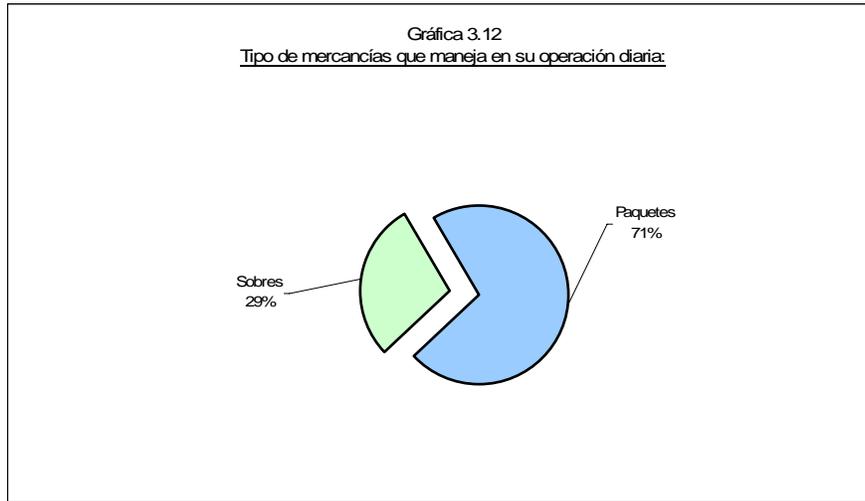
Las preguntas correspondientes a la sección 2 del cuestionario, tienen como objetivo conocer cómo se integra la empresa en su logística interna. Para ello se evaluaron aspectos tales como: tipo de mercancías que manejan, uso de empresas “integradoras”, uso de empresas “outsourcing”, volúmenes de mercancías por mencionar solo algunos.

La tabla 3.11 muestra cómo se compone el tipo de mercancías que maneja de manera general, es decir, a cada empresa se les cuestionó de entre 2 opciones que fueron paquetes y sobres, cuál de ellos manejan con mayor frecuencia en su operación diaria.

Tabla 3.11			
6. De las siguientes opciones , indique cuál maneja en su mayoría, dentro de su operación diaria:			
	1	1	Calificación
	Paquetes	Sobres	
Air Borne Express	x		1
Fedexp	x		1
Mail Boxes		x	1
Siayec del bajo		x	1
Montiel Asociados		x	1
Multipack	x		1
Red Pack	x		1
Aeroflash		x	1
Flecha Amarilla	x		1
Auto líneas JR	x		1
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x		1
Paquete Express	x		1
Mensajería y Servicios Complementarios	x		1
Mexpress	x		1
Transportes ALMS	x		1
PCP	x		1
GSM Express		x	1
Transportes Ind. del Bajío	x		1
Transportes Castores	x		1
Estafeta	x		1
SEPOMEX		x	1

Para la clasificación de las mercancías por las empresas de mensajería y paquetería usualmente las dividen en dos categorías, que son los sobres y paquetes. Por sobres se entiende como el contenido de documentos en general. Para el caso de de las mercancías denominadas como paquetes, estas empresas manejan criterios específicos tales como peso y dimensión para identificarlos como paquetes y a su vez si es necesario, aquellos envíos de mercancías que incurran en operaciones de importación o exportación, establecer su clasificación, codificación y destino final para efectos de trámites aduanales.

Conforme a la gráfica 3.12 en términos de porcentaje el 71% de las empresas evaluadas maneja la mercancía denominada como paquetes y el 29 % maneja en su mayoría sobres.



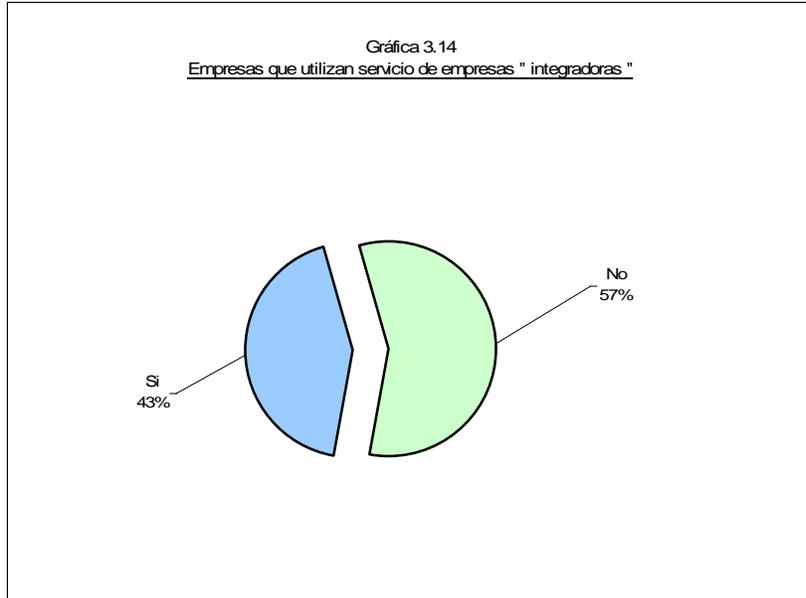
En la tabla 3.13 podemos observar cuáles son las empresas que utilizan como recurso el empleo de empresas “integradoras” y con que empresas lo realizan.

Tabla 3.13

7. ¿Utiliza el servicio de alguna empresa “integradora”?

	2							1	Calificación	
	UPS	FEDEXP	DHL	AEROFLASH	ESTAFETA	AIRBORNE EXPRESS	GM EXPRESS	ÓMNIBUS DE MÉXICO		Ninguno
Air Borne Express		x								2
Fedexp									x	1
Mail Boxes	x	x	x							2
Siayec del bajo				x				x		2
Montiel Asociados									x	1
Multipack		x								2
Red Pack	x	x	x		x					2
Aeroflash	x									2
Flecha Amarilla									x	1
Auto líneas JR									x	1
Paquetería y Mensajería en Movimiento									x	1
Paquete Express									x	1
Mensajería y Servicios Complementarios	x					x	x			2
Mexpress			x							2
Transportes ALMS									x	1
PCP									x	1
GSM Express		x								2
Transportes Ind. del Bajío									x	1
Transportes Castores									x	1
Estafeta									x	1
SEPOMEX									x	1

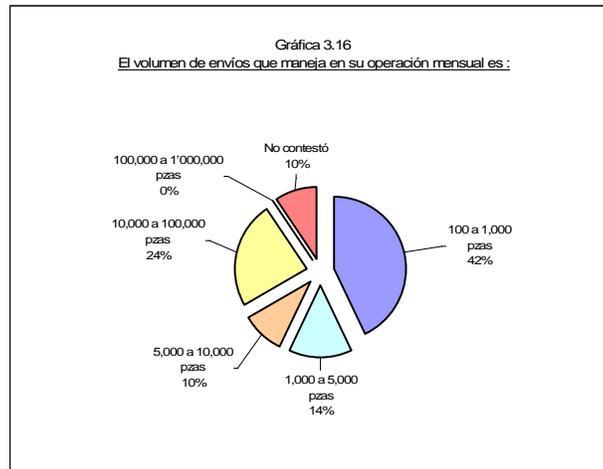
En resumen en la gráfica 3.14 encontramos que aproximadamente la mitad de las empresas evaluadas 43% recurren al servicio de las llamadas empresas “integradoras” todas ellas corresponden al sector privado, lo cual les permite tener una mayor presencia geográficamente hablando y una mayor competitividad frente a la empresa del sector público denominada como SEPOMEX.



En la tabla 3.15 se identifica la cantidad promedio de envíos que con su operación logística distribuyen mensualmente, en esta única pregunta cabe hacer mención que dos empresas se negaron a responder por considerar esta información como confidencial, las empresas son Estafeta y GSM Express.

Tabla 3.15							
8. Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad aproximada de envíos por mes:							
	2	3	4	5	6	1	Calificación
	100 a 1,000 pzas	1,000 a 5,000 pzas	5,000 a 10,000 pzas	10,000 a 100,000 pzas	100,000 a 1'000,000 pzas	No contestó	
Air Borne Express		x					3
Fedexp				x			5
Mail Boxes	x						2
Siayec del bajío	x						2
Montiel Asociados			x				4
Multipack				x			5
Red Pack				x			5
Aeroflash				x			5
Flecha Amarilla		x					3
Auto líneas JR		x					3
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x						2
Paquete Express	x						2
Mensajería y Servicios Complementarios	x						2
Mexpress	x						2
Transportes ALMS			x				4
PCP	x						2
GSM Express						x	1
Transportes Ind. del Bajío	x						2
Transportes Castores	x						2
Estafeta						x	1
SEPOMEX				x			5

La mayor parte de las empresas manejan un nivel promedio de entre 100-1,000 piezas que según la gráfica 3.16, representan un 42 % de la totalidad de las empresas evaluadas, entre las cuales, se encuentran aquellas que son de cobertura estatal o inter-estatal. En segundo lugar con un 24% se encuentran aquellas empresas que tienen cobertura nacional e internacional entre las cuales se encuentra SEPOMEX, compitiendo con otras 4 empresas del sector privado que son Fedexp, Multipack, Redpack y Aeroflash, estas 5 empresas son las que distribuyen el mayor número de unidades en la localidad.



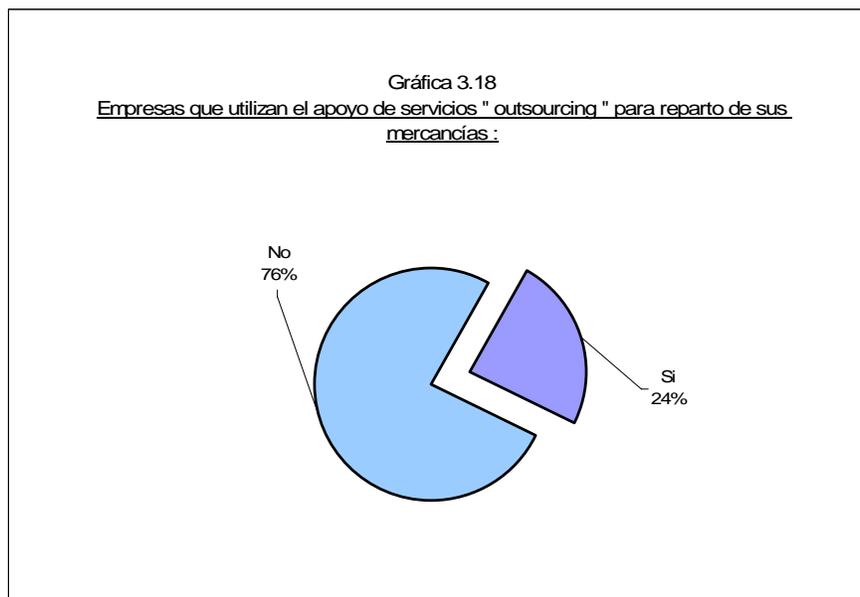
Otro de los recursos que manejan aquellas empresas, que en determinadas épocas del año y/o por limitaciones de infraestructura recurren al apoyo de particulares, es el concepto de “outsourcing” en el cual se contratan vehículos y personal para la distribución de sus mercancías. Conforme a la tabla 3.17 son 5 de las 21 empresas las que afirmaron utilizar este tipo de apoyo.

Tabla 3.17

9. ¿Utiliza algún servicio de apoyo “Outsourcing” para el reparto de sus mercancías?

	2	1	Calificación
	Si	No	
Air Borne Express		x	1
Fedexp	x		2
Mail Boxes		x	1
Siyec del bajío		x	1
Montiel Asociados		x	1
Multipack		x	1
Red Pack		x	1
Aeroflash	x		2
Flecha Amarilla	x		2
Auto líneas JR		x	1
Paquetería y Mensajería en Movimiento		x	1
Paquete Express		x	1
Mensajería y Servicios Complementarios		x	1
Mexpress		x	1
Transportes ALMS	x		2
PCP		x	1
GSM Express		x	1
Transportes Ind. del Bajío		x	1
Transportes Castores		x	1
Estafeta	x		2
SEPOMEX		x	1

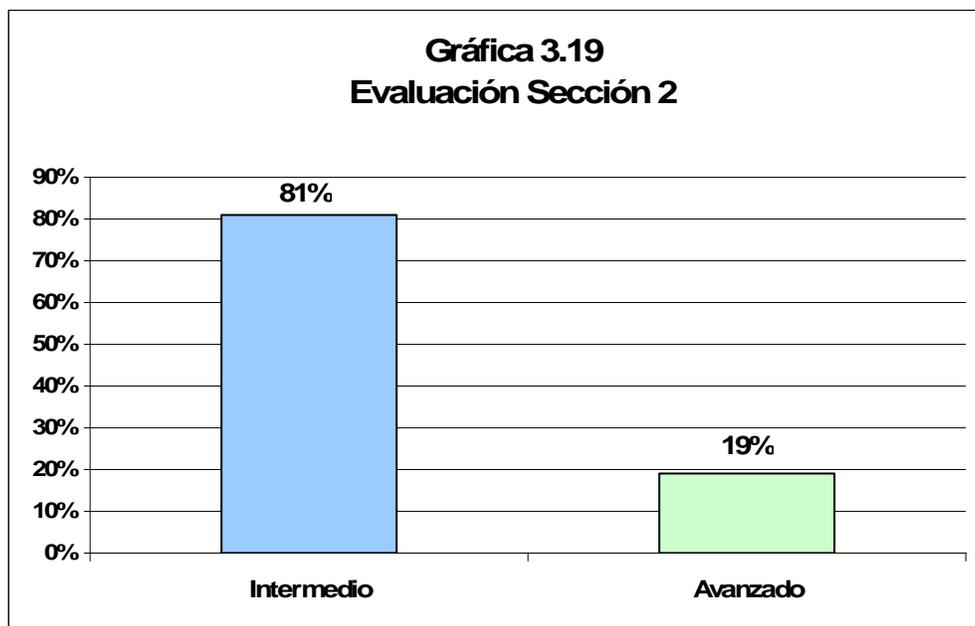
Conforme a la información reflejada en la gráfica 3.18 la mayor parte no recurren a este tipo de apoyos, aproximadamente un 76 % entre las que se encuentra la empresa denominada SEPOMEX. Esto significa que toda su distribución la manejan con su propia infraestructura. Si se considera que algunas empresas sí utilizan este tipo de apoyos, encontramos que este es un esquema que desfavorece a la empresa que para este fin tiene destinado el Gobierno ya que por políticas propias, está restringida a su propia capacidad e infraestructura. Lo anterior, les permite tener un alto nivel de competitividad en sus entregas, aun cuando los volúmenes de mercancías se eleven considerablemente como sucede en determinadas épocas del año.



La evaluación total para la sección 2 del cuestionario se muestra en la gráfica 3.19 las empresas que obtuvieron una calificación de nivel intermedio, fueron aquellas que presentaron un tamaño limitado en su operación logística, concretamente en aspectos tales como un bajo volumen de mercancías a distribuir en términos de unidades. Otro aspecto que marcó una limitante al momento de su calificación fue el aspecto de no trabajar con empresas de las denominadas “integradoras” u “outsourcing”, ya que esto les limita de alguna manera su cobertura geográfica y el cumplimiento con los compromisos de tiempo establecidos.

Es importante mencionar que en este rubro de calificación se encuentra situada SEPOMEX la cual como ya se había mencionado, por políticas de la empresa no le es posible utilizar este tipo de recursos externos que le obliga a estar limitada en lo que a su operación logística se refiere, ya que esta es una de las empresas con mayores volúmenes de distribución.

En una situación opuesta, se encuentran las empresas que obtuvieron una calificación de nivel avanzado, estas son aquellas que manejan un alto volumen de mercancías para su distribución y al mismo tiempo, mantienen acuerdos con empresas “integradoras” o “outsourcing” que finalmente vienen a solventar sus limitaciones de capacidad e infraestructura. Lo anterior les permite tener un alto nivel de competitividad ya que su oferta de servicios es más completa.



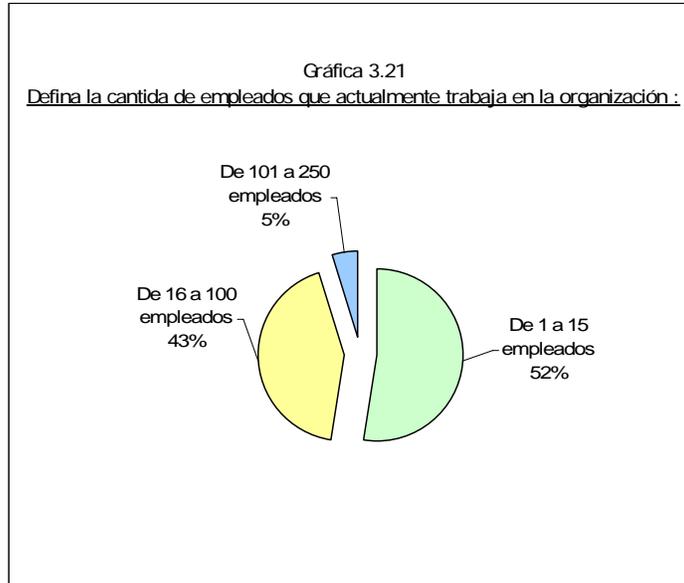
### 3.2.3 Tamaño de la Empresa

La pregunta correspondiente a la sección 3 del cuestionario, tiene como objetivo identificar el tamaño de todas las empresas que en la actualidad se encuentran operando en

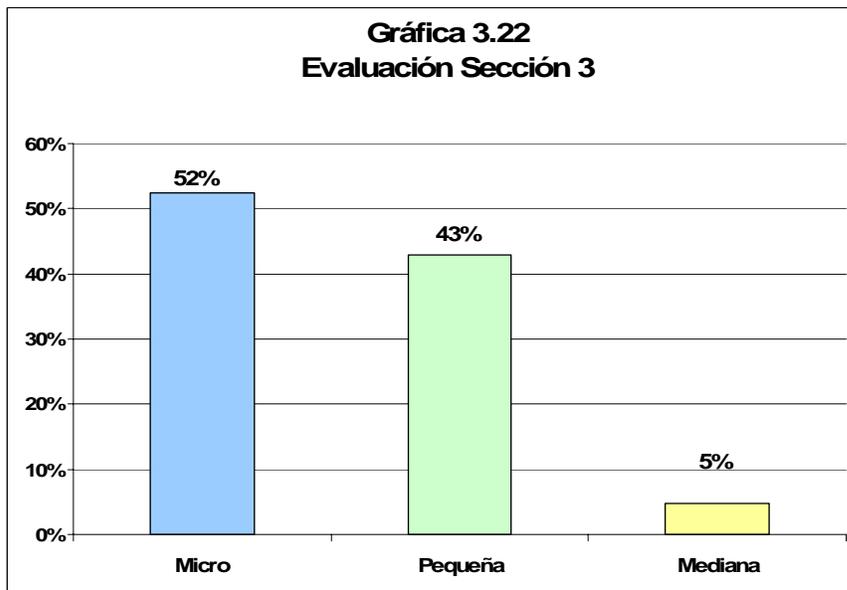
el sector de la mensajería y paquetería en el Municipio de Querétaro. Es importante aclarar que únicamente se refiere a la cantidad de empleados en su operación local.

La tabla 3.20 y gráfica 3.21 muestran la cantidad de personal que maneja su operación en la entidad para cada una de las empresas evaluadas. Como dato importante a mencionar la empresa con mayor número de empleados en el Municipio es la empresa del sector público SEPOMEX.

Tabla 3.20				
10. Seleccione una de las opciones mencionadas, para definir la cantidad de empleados que actualmente trabaja en su organización :				
	1	1	1	Calificación
	De 1 a 15 empleados	De 16 a 100 empleados	De 101 a 250 empleados	
Air Borne Express		x		1
Fedexp		x		1
Mail Boxes	x			1
Siayec del bajo	x			1
Montiel Asociados	x			1
Multipack		x		1
Red Pack		x		1
Aeroflash		x		1
Flecha Amarilla		x		1
Auto líneas JR	x			1
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x			1
Paquete Express		x		1
Mensajería y Servicios Complementarios	x			1
Mexpress	x			1
Transportes ALMS		x		1
PCP	x			1
GSM Express	x			1
Transportes Ind. del Bajío	x			1
Transportes Castores	x			1
Estafeta		x		1
SEPOMEX			x	1



La grafica 3.22 muestra que el tamaño de las empresas se encuentra dividido principalmente en dos partes, 11 de ellas son micro empresas y 9 son pequeñas empresas, siendo la empresa con mayor número de empleados SEPOMEX.



### 3.2.4 Tecnología

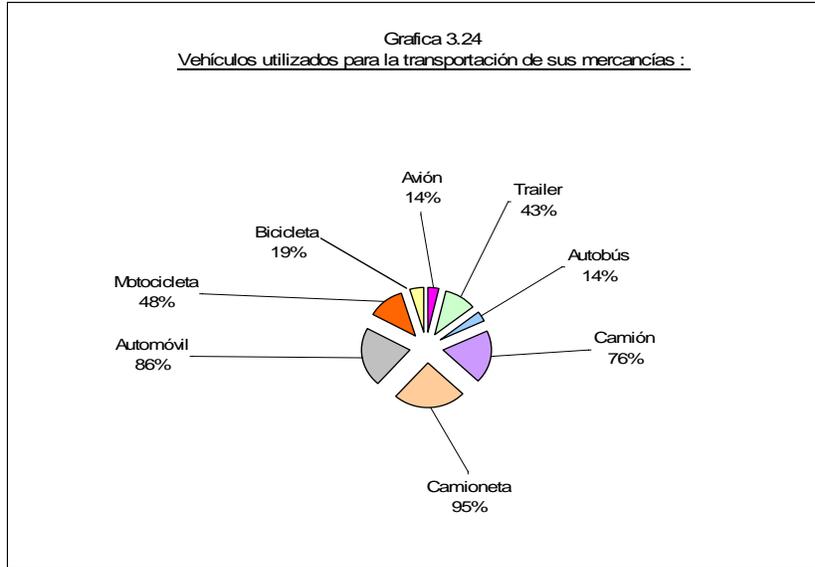
Las preguntas correspondientes a la sección 4 del cuestionario, tienen como objetivo identificar los medios tecnológicos que para la distribución de mercancías utilizan las empresas objeto de este estudio, concretamente en aspectos tales como tecnología de transporte y tecnología para control y seguimiento de sus mercancías.

La tabla 3.23 muestra los diferentes medios de transporte con los cuales efectúan su operación de distribución, el medio que se le asignó una puntuación más alta es el avión debido a la tecnología y sus beneficios que trae consigo este medio, tal es el caso de su capacidad y velocidad para desplazar las mercancías de un punto a otro por mencionar solo alguno.

En consideración a este medio de transporte son únicamente 3 compañías las que cuentan con este recurso, dos empresas son del sector privado (Fedexp y Estafeta) y por el sector público lo es SEPOMEX. Precisamente es esta última empresa la que registró mayor puntuación por sobre el resto de las empresas en cuestión, esto es debido a que reportó el uso de todos los medios de transporte mencionados en la pregunta correspondiente.

11. ¿Cuál de los siguientes tipos de vehículos utiliza para la transportación de sus mercancías?										
	3	1	1	1	1	1	1	1	1	Calificación
	Avión	Trailer	Autobús	Camión	Camioneta	Automóvil	Motocicleta	Bicicleta	Otro	
Air Borne Express		x		x	x	x	x			5
Fedexp	x	x		x	x	x				7
Mail Boxes						x				1
Siayec del bajío					x	x	x	x		4
Montiel Asociados					x	x	x	x		4
Multipack				x	x		x			3
Red Pack		x		x	x	x	x			5
Aeroflash				x	x	x	x			4
Flecha Amarilla			x	x	x					3
Auto líneas JR		x		x	x					3
Paquetería y Mensajería en Movimiento					x	x				2
Paquete Express				x	x	x				3
Mensajería y Servicios Complementarios			x	x	x	x	x	x		6
Mexpress				x	x	x				3
Transportes ALMS		x			x	x				3
PCP				x	x	x				3
GSM Express				x	x	x	x			4
Transportes Ind. del Bajío		x		x	x	x				4
Transportes Castores		x		x	x	x				4
Estafeta	x	x		x	x	x	x			8
SEPOMEX	x	x	x	x	x	x	x	x		10

En la gráfica 3.24 se observa que los medios de transporte con los que operan la mayor parte de estas organizaciones son: el camión, camioneta, automóvil y motocicleta.



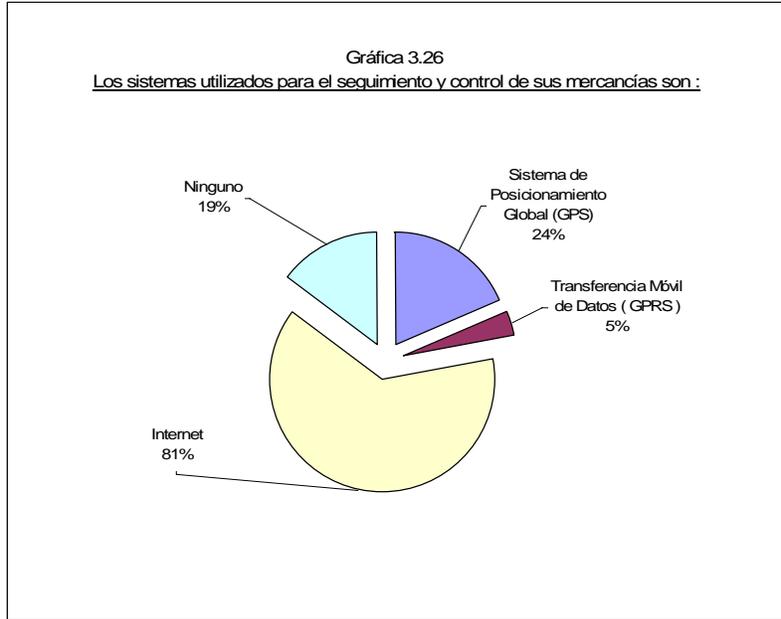
La tabla 3.25 tiene como objetivo, mostrar los diferentes sistemas tecnológicos que para efecto de control y seguimiento de las mercancías son utilizados en la operación diaria y que permite a su empresa como a sus clientes conocer su ubicación física dentro de la ruta logística origen-destino, en el momento que la empresa o el cliente así lo requieran.

Para el caso particular de SEPOMEX, esta aparece como una organización que utiliza el sistema de Internet para efectos de rastreabilidad, sin embargo; cabe hacer la aclaración que este servicio se da únicamente cuando el usuario lo requiere bajo sistema de mensajería con el concepto de Mexpost, para el cual tiene que pagar una tarifa adicional. Para todos los envíos que se realizan vía SEPOMEX no se cuenta con este servicio.

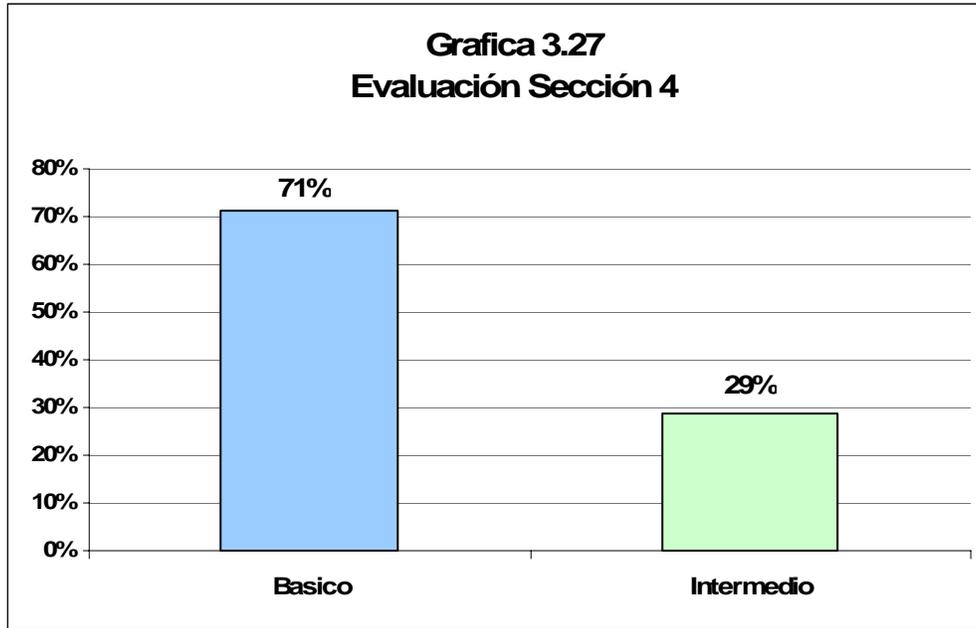
En esta tabla también se observa a 5 de las 21 empresas evaluadas que no utilizan ninguno de los sistemas mencionados, lo cual muestra que en lo que se refiere a infraestructura tecnológica para rastreabilidad de sus mercancías, estas se encuentran muy limitadas, entre ellas la empresa gubernamental evaluada en cuestión.

12. ¿Cuál de los siguientes tipos de sistemas, utiliza para el control y seguimiento de las mercancías?						
	2	2	2	2	1	Calificación
	Sistema de Posicionamiento Global (GPS)	Transferencia Móvil de Datos (GPRS)	Identificación por Radio Frecuencia (RIFD)	Internet	Ninguno	
Air Borne Express				x		2
Fedexp				x		2
Mail Boxes				x		2
Siayec del bajo					x	1
Montiel Asociados					x	1
Multipack	x			x		4
Red Pack	x			x		4
Aeroflash				x		2
Flecha Amarilla					x	1
Auto líneas JR					x	1
Paquetería y Mensajería en Movimiento				x		2
Paquete Express				x		2
Mensajería y Servicios Complementarios				x		2
Mexpress	x			x		4
Transportes ALMS				x		2
PCP	x			x		4
GSM Express	x			x		4
Transportes Ind. del Bajío				x		2
Transportes Castores				x		2
Estafeta		x		x		4
SEPOMEX				x		2

Conforme a la gráfica 3.26 el sistema comúnmente utilizado es el Internet seguido por el sistema GPS (Global Position System).



La evaluación total para la sección 4 del cuestionario se muestra en la gráfica 3.27. En general la mayoría de las empresas presentan un nivel básico y esto se debe a lo siguiente: en lo referente a medios de transporte únicamente 3 de ellas cuentan con la tecnología más avanzada como lo es el avión en términos de capacidad y tiempo, otro parámetro que tiene gran influencia, es la generalidad por el uso del Internet que gran parte de las empresas evaluadas lo presentan como único medio para el seguimiento de sus mercancías.



### 3.2.5 Sistemas de Información

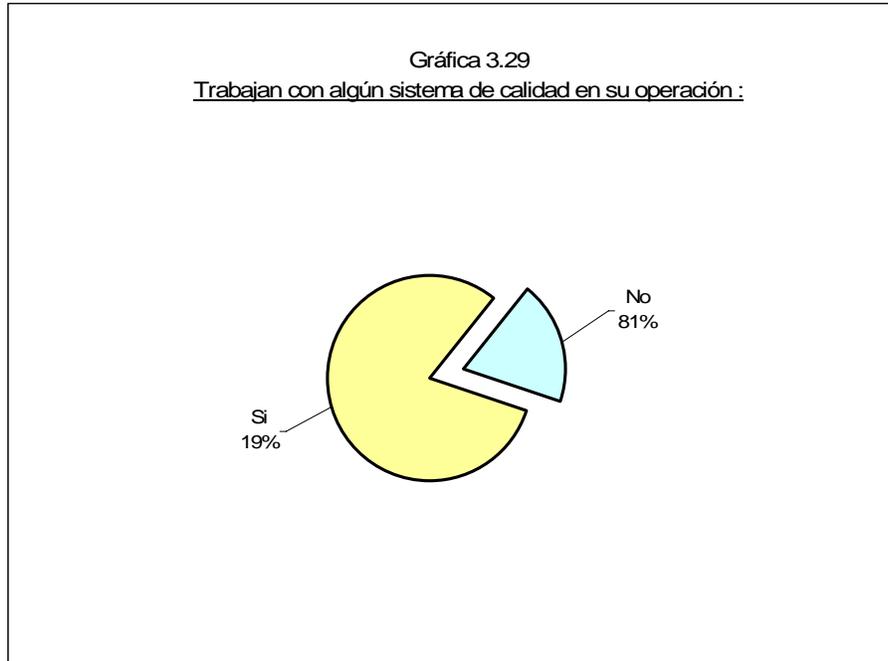
Las preguntas correspondientes a la sección 5 del cuestionario, tienen la finalidad de revisar si estas empresas cuentan con algún sistema para el control de calidad en sus servicios, así como el uso de algún sistema ERP que le permita tener a la organización una base única de datos, con la que trabajen todas sus áreas en el intercambio de información.

La tabla 4.28 muestra la respuesta al cuestionamiento referido a la utilización de algún sistema de calidad en sus procesos, que les permita asegurar el cumplimiento del servicio para con sus clientes.

Únicamente 4 de las empresas, confirmaron utilizar un sistema de calidad; 3 de ellas Fedexp, Siayec del Bajío, estafeta y SEPOMEX trabajan con ISO 9000-2000. Estafeta trabaja con un sistema desarrollado internamente denominado ciclos operativos.

Tabla 3.28			
13. ¿Utiliza algún sistema de calidad en su operación?			
	3	1	Calificación
	Si	No	
Air Borne Express		x	1
Fedexp	x		3
Mail Boxes		x	1
Siayec del bajío	x		3
Montiel Asociados		x	1
Multipack		x	1
Red Pack		x	1
Aeroflash		x	1
Flecha Amarilla		x	1
Auto líneas JR		x	1
Paquetería y Mensajería en Movimiento		x	1
Paquete Express		x	1
Mensajería y Servicios Complementarios		x	1
Mexpress		x	1
Transportes ALMS		x	1
PCP		x	1
GSM Express		x	1
Transportes Ind. del Bajío		x	1
Transportes Castores		x	1
Estafeta	x		3
SEPOMEX	x		3

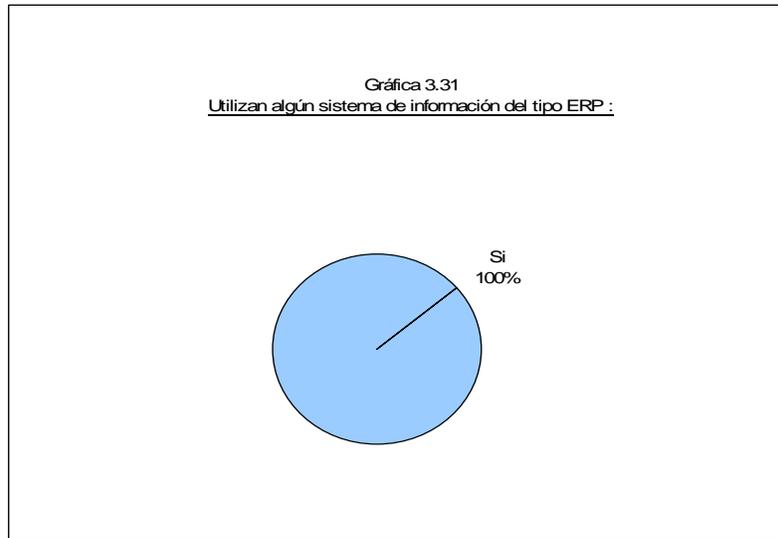
En la gráfica 3.29 podemos observar a manera de resumen, que únicamente el 81% del total de la muestra confirmaron no trabajar con algún sistema de calidad.



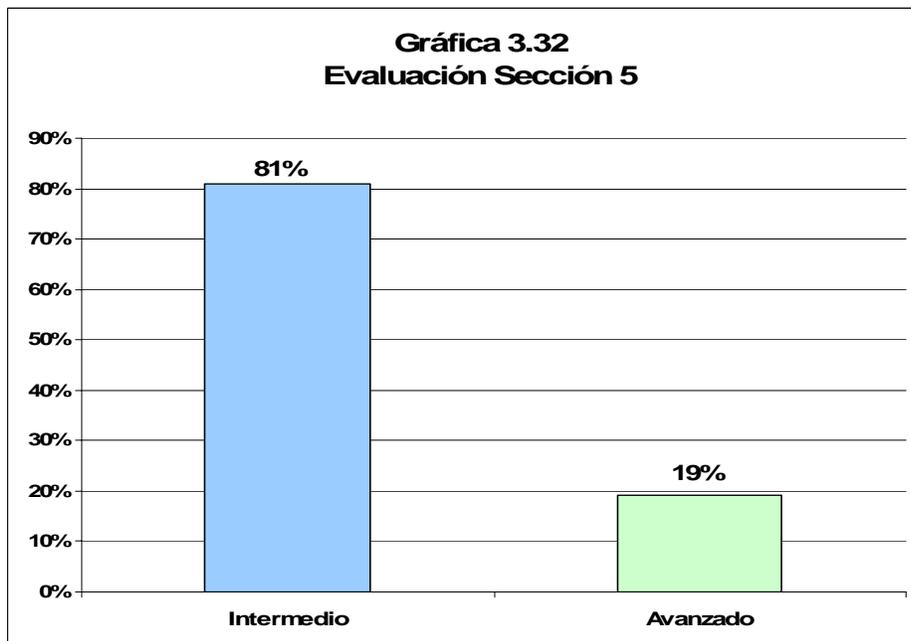
En la tabla 3.30 y Gráfica 3.31 se observa que en general, todas las empresas respondieron de forma afirmativa al cuestionamiento sobre el empleo de algún sistema tipo ERP para control de sus operaciones diarias, aun cuando es importante aclarar ninguno son de marca comercial, es decir, todas son bases de datos desarrolladas interiormente en la organización.

Tabla 3.30			
14. ¿Utiliza algún sistema de información en particular del tipo ERP para control interno?			
	2	1	Calificación
	Si	No	
Air Borne Express	x		2
Fedexp	x		2
Mail Boxes	x		2
Siayec del bajo	x		2
Montiel Asociados	x		2
Multipack	x		2
Red Pack	x		2
Aeroflash	x		2
Flecha Amarilla	x		2
Auto líneas JR	x		2
Paquetería y Mensajería en Movimiento	x		2
Paquete Express	x		2
Mensajería y Servicios Complementarios	x		2
Mexpress	x		2
Transportes ALMS	x		2
PCP	x		2
GSM Express	x		2
Transportes Ind. del Bajío	x		2
Transportes Castores	x		2
Estafeta	x		2
SEPOMEX	x		2

La utilización de sistemas de este tipo benefician en gran parte a la organización, debido a que les permite una mayor integración en todas sus áreas, derivado del registro e intercambio de su información hacia todos los niveles, proporcionándoles mayores elementos para la toma de decisiones en su operación diaria.



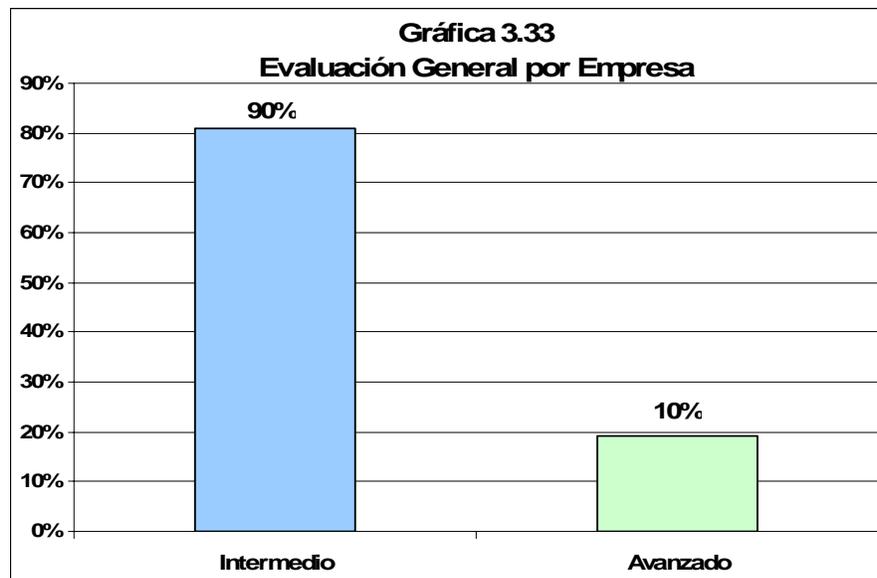
La evaluación final para la sección 5 del cuestionario gráfica 3.32, refleja que 17 de las 21 empresas evaluadas, presentan una calificación de nivel intermedio esto es debido a que todas y cada una de ellas confirmaron trabajar con algún sistema del tipo ERP, lo cual refleja que existe integración de su información diaria al interior de la organización. Aquellas empresas que obtuvieron la calificación de nivel avanzado, se debe a que adicionalmente a lo comentado anteriormente, trabajan con un sistema de calidad lo cual demuestra que son empresas que operan con sistemas de información de vanguardia.



### 3.3 Evaluación General

La evaluación general de las empresas evaluadas se muestra en la Gráfica 3.33, en la cual se observa que la mayor parte (19 empresas), obtuvieron una calificación de nivel intermedio, entre las cuales se encuentra SEPOMEX. Esto significa que se encuentra en un nivel de calificación promedio conforme a los criterios evaluados en este trabajo de investigación tales como: oferta de servicios, tamaño de la empresa, sistemas de calidad, sistemas de logística y tecnología.

Las compañías que obtuvieron la más alta calificación son las empresas (transnacional) Fedexp y (nacional) Redpack, ambas fueron las que mostraron una mayor hegemonía de alta calificación en todas y cada una de las áreas mencionadas en esta investigación.



## Conclusiones y Recomendaciones

## Conclusiones y Recomendaciones

La hipótesis central de esta tesis partió de la idea de que la empresa Servicio Postal Mexicano (SEPOMEX), responsable por parte del Gobierno para la repartición de documentos y paquetes en todo el país presenta en los últimos años serias deficiencias en su interior, lo que ha provocado en consecuencia una importante pérdida de mercado para esta empresa gubernamental. Por lo anterior, en los últimos años se han establecido en el Municipio de Querétaro empresas de mensajería y paquetería, que igualmente distribuyen desde un sobre hasta un paquete de cualesquier dimensión. El establecimiento de estas organizaciones, se han incrementado considerablemente manteniendo una franca competencia por el mercado de la mensajería con SEPOMEX.

El objetivo de esta investigación, fue el análisis comparativo de los dos elementos que operan en el sector de mensajería y paquetería en el Municipio de Querétaro y que concretamente son SEPOMEX y las Empresas de Mensajería Privadas.

Se considera que el objetivo se cumplió, ya que a través del trabajo de campo, es decir, la aplicación del cuestionario, los resultados mostraron elementos que marcan una clara diferencia entre los diferentes aspectos evaluados en este análisis y que a continuación se explican con mayor detalle.

En la primera sección de esta investigación, referente a la infraestructura de servicio, una vez que se confrontaron las respuestas finales se encontró que el organismo gubernamental SEPOMEX, es la empresa con la menor cantidad de servicios ofertados , llamando particular atención el servicio de recolección a domicilio, el cual no es ofertado por esta empresa y sí por las empresas del sector privado, la falta de cobertura de esta parte de la demanda general, trae como consecuencia directa una importante pérdida de mercado para esta empresa.

El mercado de la mensajería y paquetería es susceptible a fuertes variaciones en sus volúmenes para distribución, esto derivado de periodos estacionales como lo son las épocas navideñas o simplemente incrementos naturales de la población, que traen como consecuencia incrementos de las zonas urbanas y sub-urbanas.

Ante estas situaciones, las empresas de capital privado con la finalidad de llegar a cumplir con los compromisos de entrega preestablecidos previamente, recurren a los servicios de empresas “integradoras” y/o empresas “outsourcing”, las cuales son parte de su infraestructura en el momento que así lo requieran y esto con el objetivo de cumplir con los compromisos de entrega pactados con los clientes.

SEPOMEX por política institucional, no le es permitido operar con este tipo de recursos, es decir, toda la distribución de sus mercancías se realiza bajo su propia capacidad e infraestructura, aun en aquellos periodos en los que la demanda se incrementa considerablemente, lo cual quiere decir, que sus envíos los entregan conforme al ritmo que su capacidad se los permita. Ante esta situación, se entiende que las empresas privadas tengan un mejor nivel de competencia en los tiempos de entrega.

En referencia a la parte de sistemas de información, si bien es cierto, SEPOMEX ha logrado recientemente una certificación de una de las normas de calidad internacional, sin embargo, en lo que se refiere a sistemas de rastreo electrónico, la empresa cuenta con este tipo de sistema pero de forma parcial, esto significa que únicamente lo ofrecen cuando el usuario lo requiere bajo el concepto de mensajería (Mexpost) lo cual le genera un cargo adicional, para todos los envíos que se realizan de forma normal vía SEPOMEX no se cuenta con este tipo de sistema para efectos de rastreabilidad, lo cual les impide conocer de manera permanente la ubicación física del envío en su ruta de entrega. Así también, la carencia de este tipo de sistemas les imposibilita tener un sistema de medición debido a que no conocen cuáles son los tiempos de entrega reales para cada envío y al mismo tiempo, genera incertidumbre entre muchos de los usuarios al no contar con información por parte de la empresa sobre la fecha exacta para la entrega de su envío.

Caso contrario, 16 de las 21 empresas evaluadas, cuentan como mínimo con Internet como sistema de rastreo y en algunas empresas adicionalmente, cuentan con sistemas como GPS (Sistema de Posicionamiento Global) y/o GPRS (Transferencia Móvil de Datos).

En referencia a las empresas del sector privado, es importante mencionar lo siguiente: las empresas de transporte de pasajeros y auto líneas de carga en general, aun cuando difícilmente obtuvieron una calificación de nivel intermedio; presentan algunas áreas de oportunidad sobre las cuales tendrán que trabajar y muy posiblemente invertir, por ejemplo, en área de cobertura, calidad en el servicio y rastreabilidad de sus mercancías. En situación similar, se encuentran las empresas de tipo local.

Al integrar los resultados generales de la investigación de campo, observamos que la empresa SEPOMEX obtuvo una calificación de nivel intermedio (Gráfica 4.33). Este nivel está por debajo de 2 empresas que obtuvieron una calificación de nivel avanzado, siendo una de ellas de capital nacional Redpack y la segunda una empresa transnacional denominada Fedexp.

La conclusión general de esta investigación es en referencia al Servicio Postal Mexicano, tabla 4.34, esta es una empresa que presenta algunas limitaciones tales como: no ofertar toda la gama de servicios que ofrece su competencia, no contar con tiempos homogéneos de entrega y carecer de sistemas de rastreo en sus envíos, lo anterior la colocan en una posición de clara desventaja ante organizaciones del sector privado, que cuentan con una sólida infraestructura de servicio y que las colocan en nivel muy superior de competitividad.

<b>Tabla 3.34</b>	
<b>SEPOMEX</b>	
<b>Observación</b>	<b>Recomendación</b>
Incompleta Oferta de Tipos de Servicio	Inversión para incrementar la cantidad en la variedad de sus servicios
Tiempos de Entrega sujetos a su propia capacidad e infraestructura	Considerar el apoyo de empresas “outsourcing” en épocas de demanda extraordinaria
Falta de Sistemas para rastreo electrónico para todos y cada uno de los envíos que manejan.	Invertir en recursos tecnológicos que permita un mayor control de sus envíos en forma electrónica.

A manera de recomendación, se establece que como primera etapa, esta empresa debe analizar con seriedad y profundidad, el esquema de trabajo sobre el cual están trabajando las empresas del sector privado, en términos de infraestructura de servicio y tecnología, es decir, el desarrollo de servicios que demanden los usuarios, la incorporación de tecnologías de vanguardia y acuerdos con empresas externas, que les permita tener una mayor flexibilidad y capacidad de respuesta en sus tiempos de entrega.

Posiblemente lo anterior invite a sugerir una fuerte inversión en términos de tiempo y dinero, que los lleve a una reestructuración orientada a ofrecer un servicio que cumpla al 100 % con las expectativas de los usuarios.

Ante la inminente pérdida de mercado, por la cada vez más presente creación de empresas privadas en sector de la mensajería y paquetería, es de alta prioridad generar un cambio radical al interior de esta empresa del Sector Público ya que de seguir esta tendencia de falta de servicio al usuario, terminará por abandonar el uso del sistema público del correo.

Aunado a lo anterior, es importante mencionar que para la apertura de empresas del sector privado desde un marco legal, no existe ningún requerimiento especial. Esto significa que, por una parte de forma legal esta actividad le corresponde al Estado, por otro

lado, es este mismo quien permite la apertura de empresas dedicadas a esta actividad. En lo particular las empresas transnacionales entran a competir con todo su capital e infraestructura de forma directa con la empresa gubernamental en el mismo marco de competencia.

Por ultimo, siguiendo el tema de esta investigación, una posible línea de investigación que se permite recomendar, es el desarrollo de un análisis de la cadena logística en las operaciones de importación y exportación realizadas por empresas de mensajería y paquetería, esto ante la influencia cada vez mayor, del Internet y el comercio electrónico en el desarrollo económico de las empresas y de la sociedad en general.

## Literatura Citada

Apics, Diccionario. (1994). American Production and Inventory Control Society, Inc.

Baca, Gabriel. (1990). Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill. México.

Berenson, Mark L. Levine, David M... (2001). Estadística para Administración. Prentice Hall. México

Cesarman, Carlos. (1974). Diccionario de Sinónimos en Castellano, Pax- México

Churchill, Gilbert A. (2003). Investigación de Mercados. Thompson. México.

Levin, Richard. (1998). Estadística para Administradores, Prentice-Hall Hispanoamericana. México

Lincoln L. Chao. (2005). Introducción a la Estadística, CECSA. México.

Malhotra, Narres K. (1997). Investigación de Mercados. Prentice Hall. México.

Menden, William H. (1992). Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias. Prentice Hall México

Newbold, Paul. (1997). Estadística para los Negocios y la Economía. Prentice Hall. México.

Schmelkes, Corina. (2005), Manual para la Presentación de Anteproyectos e Informes de Investigación, Oxford, México.

Weimer, Richard C. (1993). Estadística. Cecs. México

## Referencias Electrónicas

Universidad Autónoma de Querétaro (Documento web) 2005.

{ HYPERLINK "http://www.uaq.mx/investigacion/posgrado/invguia.doc  
15" } de noviembre del 2006

PROFECO. Mensajería y Paquetería en México. (Documento web). 2005

{ HYPERLINK  
"http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj\_2005/b03\_menypaquete.asp" }  
07 de septiembre del 2006

Servicio Postal Mexicano. (Documento web).2006.

{ HYPERLINK "http://www.sepomex.gob.mx/Sepomex" }  
02 de septiembre del 2006

Serrano N. El Universal. (Documento web).2005

{ HYPERLINK "http://www.eluniversal.com.mx/finanzas/49136.html" }  
06 de septiembre del 2005

Negocios. Reforma. (Documento web).2006.

{ HYPERLINK  
"http://www.caaarem.com.mx/COM/SPRENSA.NSF/fa67c5db78b2273206256c67006a0c  
58/84e9cd8a9f0fc0078625718e0057daab?OpenDocument" }  
14 de enero del 2006

Asociación Mexicana de Mensajería y Paquetería A.C. (Documento web) 2004.

{ HYPERLINK "http://www.ammpac.org.mx/html/ammpac\_set.html" }  
07 de septiembre del 2006

PROFECO. Mensajería y Paquetería. (Documento web) 2005

{ HYPERLINK  
"http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj\_2005/b03\_menypaquete.asp" }  
07 de septiembre del 2006

Wikipedia. La enciclopedia libre. (Documento web) 2005.

{ HYPERLINK "http://es.wikipedia.org/wiki/GPRS" }  
14 de diciembre del 2006

Wikipedia. La enciclopedia libre. (Documento web) 2005.

{ HYPERLINK "http://es.wikipedia.org/wiki/GPRS" }  
14 de diciembre del 2006

Wikipedia. La enciclopedia libre. (Documento web) 2005.

http://{ HYPERLINK  
"http://www.google.com.mx/url?sa=X&start=43&oi=define&q=http://es.wikipedia.org/wiki/GPS&usg=\_\_V26mSkwaiCheY3\_SuIJ0SAbMo70=" }  
14 de diciembre del 2006

Wikipedia. La enciclopedia libre. (Documento web) 2005.  
http://{ HYPERLINK  
"http://www.google.com.mx/url?sa=X&start=33&oi=define&q=http://es.wikipedia.org/wiki/RFID&usg=\_\_OW10vY8kkGb6ivnhA\_C14W2pvHE=" }  
14 de diciembre del 2006

Área RH. Glosario. (Documento web) 2006.  
{ HYPERLINK "http://www.arearh.com/glosario/OP.htm" }  
13 de enero del 2006

UNAM. Instituto de Investigaciones Jurídicas. (Documento web) 2003.  
{ HYPERLINK "http://info4.juridicas.unam.mx/ijure/fed/9/29.htm?s" }  
09 de febrero del 2007

Larios V. Estadística. (Documento web) 1998  
{ HYPERLINK "http://www.uaq.mx/matematicas/estadisticas/xu5.html" }  
13 de febrero del 2007

Congreso de los Estados Unidos Mexicanos. Ley del Servicio Postal Mexicano. (Documento web).1986.  
{ HYPERLINK  
"http://www.ordenjuridico.gob.mx/Federal/PL/CU/Leyes/24121986(2).pdf" }  
13 de febrero del 2007

Jaudol P. Comisión Intersecretarial de Política Industrial. (Documento web) 1999.  
http://www.cipi.gob.mx/Biblioteca\_Digital\_CIPI/bibliografiabasica/Observatorios\_PYME/metodo-mex-obsPYME.pdf  
18 de febrero del 2007.