



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XII PROMOCIÓN**

TEMA:

*CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VIRTUALIZACIÓN Y DIGITALIZACIÓN DE
DOCUMENTOS VIRTUALSCAN*

AUTOR:

LSI. Paúl Herrera González

Previa a la obtención del grado de:

MAGÍSTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TUTOR:

Ing. Andrea Salem, MBA.

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Licenciado en Sistemas Informáticos *Paúl Herrera González*, como requerimiento parcial para la obtención del Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas.

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Andrea Salem, MBA.

REVISORES

CPA. Laura Vera Salas

Ing. Elsie Zerda Barreno

DIRECTOR DEL PROGRAMA/CARRERA

Econ. María del Carmen Lapo, MBA.

Guayaquil, al 23 del mes de marzo del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Paúl Herrera González

DECLARO QUE:

La Tesis *Creación de una empresa de virtualización y digitalización de documentos Virtualscan* previa a la obtención del **Grado Académico de Magíster en Administración de Empresas**, ha sido desarrollada en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico de la tesis del Grado Académico en mención.

Guayaquil, al 23 del mes de marzo del año 2015

AUTOR

LSI. Paúl Herrera González



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN:

Yo, Paúl Herrera González,

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución de la **Tesis de Magíster en Administración de Empresas** titulada: *Creación de una empresa de virtualización y digitalización de documentos Virtualscan*, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 23 del mes de marzo del año 2015

AUTOR:

LSI. Paúl Herrera González

AGRADECIMIENTO

Quisiera agradecer a todos los que aportaron de manera directa e indirecta al trabajo de investigación, en especial a mi madre y mis hijas por su constante apoyo en la culminación en esta etapa de mi vida.

-Paúl Herrera González-

DEDICATORIA

A Dios, a mi madre, a mis hijas y a mi familia entera que siempre les llevaré en mi corazón.

-Paúl Herrera González-

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Andrea Salem, MBA.

PROFESOR GUÍA O TUTOR



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
SISTEMA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

CALIFICACIÓN

Ing. Andrea Salem, MBA.

PROFESOR GUÍA O TUTOR

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	V
DEDICATORIA	VI
ÍNDICE GENERAL	IX
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
ÍNDICE DE TABLAS	XIV
RESUMEN	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Preguntas de investigación.....	3
JUSTIFICACIÓN	4
OBJETIVO GENERAL.....	7
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	7
HIPÓTESIS.....	8
DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
CAPÍTULO 1.....	10
1. MARCO TEÓRICO	10
1.1. Teorías de Emprendimientos	10
1.2. El modelo de la maximización de la utilidad esperada	11
1.3. Liderazgo de los emprendimientos sociales	11
1.4. Orígenes de los sistemas de información	13
1.5. Las Tecnologías y Sistemas de Información	14
1.6. Clasificación de las Tecnologías de Información.....	14

1.7. Gestión documental de archivos y sus beneficios	15
1.8. Esquematización del funcionamiento de digitalización de información	16
1.9. Servicios de procesamiento de documentos transaccionales.....	17
1.10. Beneficios para el cliente	18
1.11. Enfoque probado.....	19
1.12. Transformación	20
1.13. Procesamiento de transacciones.....	20
1.14. Almacenamiento	21
1.15. Entrega	21
1.16. La innovación empresarial y el internet.....	21
1.17. Automatización de los procesos de negocio	23
1.18. La E-Economía	24
1.19. Ventajas y beneficios de los e-business para las empresas.....	26
1.20. Empresas tradicionales.....	28
1.21. Empresa digital	30
1.22. Diferencia entre empresa tradicional y empresa digital.....	31
1.23. El e-marketing en internet.....	34
1.24. Gestión del contenido y fácil uso para las empresas.....	34
1.25. Gobierno cero papeles.....	35
1.26. Comercio electrónico: estrategia en los negocios	36
2. MARCO CONCEPTUAL	38
3. MARCO LEGAL.....	39
Resumen Capítulo I.....	42
CAPÍTULO II.....	43
2. MERCADO DIGITAL Y VIRTUAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL	43

2.1. Guayaquil: historia y generalidades	43
2.2. Contexto geográfico	44
2.3. División política	45
2.4. Contexto demográfico	48
2.5. Contexto social y económico.....	49
2.5.1. Aporte social.....	49
2.5.2. La actividad informal.....	51
2.5.3. Aporte económico y tributario.....	52
2.5.4. El aporte tecnológico	55
Resumen Capítulo 2.....	56
CAPÍTULO III.....	58
3. MARCO METODOLÓGICO	58
3.1. Estudio del mercado	58
3.1.1. Análisis de la demanda	58
3.1.2. Análisis de la competencia y la oferta	59
3.2. Análisis de precios.....	60
3.3. Análisis situacional FODA.....	62
3.4. Definición del servicio	63
3.5. Estudio de comercialización del servicio	63
3.6. Posicionamiento en el mercado local	63
3.7. Metodología de la investigación.....	64
3.8. Diseño de la investigación.....	65
3.9. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos.....	68
3.10. Población y muestra.....	69
3.10.1. Población	69

3.10.2. Muestra	70
3.11. Análisis e Interpretación de los resultados.....	72
Resumen Capítulo 3.....	77
CAPÍTULO IV.....	79
4. LA PROPUESTA.....	79
4.1. Título de la propuesta	79
4.2. Justificación de la propuesta.....	79
4.3. Objetivo general de la propuesta	80
4.4. Objetivos específicos de la propuesta.....	80
4.5. Hipótesis de la propuesta.....	80
4.6. Desarrollo de la propuesta	80
4.7. Costo - beneficio de la propuesta	83
4.8. Detalle de inversión inicial	84
4.9. Ventas Proyectadas.....	85
4.10. Flujo de ingresos proyectados.....	85
4.11. Detalle de gastos de personal	86
4.12. Egresos proyectados.....	87
4.13. Flujo de Caja consolidado.....	88
4.14. Tabla de Amortización.....	89
4.15. Cronograma de implementación de la propuesta.....	90
Resumen del Capítulo 4	92
Conclusiones	93
Recomendaciones	95
Referencias.....	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Esquema de digitalización de información	17
Figura 2 Población en edad de trabajar Provincia del Guayas Año 2010	50
Figura 3 Población Económicamente Activa, por sexo Provincia del Guayas Año 2010	50
Figura 4 Población Económicamente Inactiva Provincia del Guayas por sexo Año 2010	52
Figura 5 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria en la provincia del Guayas 2009 – 2011 en US dólares	54
Figura 6 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria en la ciudad de Guayaquil 2010– 2012 en US dólares	55
Figura 7 Provincia del Guayas - Acceso a internet 2008 – 2011 en habitantes	55
Figura 8 Provincia del Guayas – Uso de computador 2008 – 2011 En habitantes	56
Figura 9 Esquema de digitalización de documentos	82
Figura 10 Esquema de documentos en la Nube	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Ventajas y beneficios para las empresas de los e-business	27
Tabla 2 Ventajas y beneficios para los consumidores de los e-business	28
Tabla 3 Diferencias entre empresa digital y tradicional.....	33
Tabla 4 Habitantes de la ciudad de Guayaquil	48
Tabla 5 Población Económica Provincia del Guayas Año 2010.....	49
Tabla 6 Ciudad de Guayaquil Población Económica Activa 2012-2013.....	52
Tabla 7 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria de la Región Litoral	53
Tabla 8 Comparación entre las ofertas del mercado y la propuesta.....	60
Tabla 9 Análisis Situacional FODA.....	62
Tabla 10 Población.....	70
Tabla 11 Muestra.....	72
Tabla 12 Detalle de inversión.....	84
Tabla 13 Detalle de cálculo en ventas proyectadas	85
Tabla 14 Detalle de flujo de ingresos operacionales	86
Tabla 15 Gastos del personal	86
Tabla 16 Detalle de egresos proyectados	87
Tabla 17 Flujo de caja consolidado.....	88
Tabla 18 Tabla de amortización del crédito	89
Tabla 19 Cronograma de la implementación de la propuesta	91

RESUMEN

En la actualidad, muchas de las empresas que buscan mejorar sus procesos están conscientes de que deberán apoyarse en muchas áreas especialmente en las tecnológicas. Esto ayuda indudablemente a mejorar los recursos es decir, aumentando la comunicación y mejorando las tareas diarias de todo el personal ahorrando tiempo y dinero. No obstante, a medida que las empresas aumentan sus actividades ya sea por un incremento de clientes la documentación aumenta y es necesario obtener ventaja sobre la ocupación del espacio físico que en muchas empresas privadas y sobre todo públicas es limitado.

La virtualización y digitalización del archivo físico, es una gran ventaja porque tendrá un acceso inmediato a la información, esto significa el ahorro en los costos de impresión y hora hombre, optimizar el tiempo de los recursos humanos en interminables búsquedas por las bodegas, con el avance de la gestión de procesos la obtención de información mejorará de manera considerable la situación en las actividades de las empresas.

Adicionalmente, es una enorme oportunidad para compartir los documentos digitales en una forma más rápida y controlada al colaborador dependiendo de su cargo y tarea. Entre tanto, la idea de este proyecto de investigación es impulsar el espíritu emprendedor y satisfacer una necesidad latente en la ciudad de Guayaquil, esto ayudará a que se resuelve un problema de almacenamiento e impulsará de una u otra forma la responsabilidad social ahorrando copias físicas con el uso del papel.

Palabras claves: digitalización, empresa, virtualización, nube, documentos, optimización y ahorro.

ABSTRACT

Today, many companies seeking to improve their processes are aware that should be supported in many areas especially in technology. This certainly helps to improve resources, such as increasing communication and improving the daily tasks of all staff saving time and money. However, as companies increase their activities either by an increase in customers increases and documentation necessary to obtain an advantage over the occupation of physical space in many private and especially public is limited.

The virtualization and digitalization of physical file, is a great advantage because you will have immediate access to information, this means saving on printing costs and man-hour time optimizing human resources endless searches for the wineries, with the advancement of process management information gathering considerably improve the situation in the activities of companies.

Additionally, it is a huge opportunity to share digital documents in a faster and more controlled way to partner depending on his position and task. Meanwhile, the idea of this research project is to promote entrepreneurship and meet a latent need in the city of Guayaquil, this will help resolve a storage problem and encourage some form of social responsibility saving physical copies the use of paper.

Keywords: digitization, enterprise, virtualization, cloud, documents, optimization and savings.

INTRODUCCIÓN

Analizando las diferentes actividades que se realizan a nivel nacional, existen pocas compañías que ofrecen el servicio de respaldo de información. De acuerdo a los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías, hasta octubre del año 2011, existían 428 empresas privadas dedicadas a las actividades de programación informática, consultoría de informática y actividades conexas. Este servicio es ofrecido a empresas privadas, empresas públicas o instituciones del Estado, que cuentan con archivos digitalizados tales como los documentos administrativos internos, comprobantes de ventas o documentos complementarios, documentos bancarios, o algún otro tipo de documento de suma importancia para las empresas, en varios casos ni están virtualizados, lo cual es una desventaja porque no se explota el avance diario de la Tecnología de Información y Comunicación (TIC's).

Además, las empresas deben tener almacenados sus archivos físicos de documentos por varios años, tal como lo demanda la normativa tributaria para las empresas privadas emitida por el Servicio de Rentas Internas SRI a través de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interna (LORTI) y su Reglamento, y las normas de control interno para las instituciones y empresas públicas emitidas por la Contraloría General del Estado del Ecuador, las mismas que señalan que dicha información debe ser guardadas por lo menos siete años en bodegas o archivos, lo cual expone a cualquier eventualidad por el paso del tiempo. Cabe mencionar que, con la digitalización y virtualización, existiría un respaldo de la mencionada documentación.

La virtualización y digitalización del archivo físico, es una gran ventaja porque tendrá un acceso inmediato a la información, esto significa el ahorro en los costos de impresión y hora hombre, optimizar el tiempo de los recursos humanos en interminables búsquedas por las

bodegas, con el avance de la gestión de procesos la obtención de información mejorará de manera considerable la situación en las actividades de las empresas.

Otro aspecto importante es que con este servicio se puede realizar el back up¹ o respaldo de la información, lo que en realidad es dar de baja a los documentos físicos de año anteriores y que estén por encima del tiempo señalado en la normativa vigente, disminuyendo espacio en sus archivos físicos, lo que significara muchas toneladas de papel para reciclar, lo cual será un gran aporte por el cuidado del medio ambiente y del ecosistema.

Esta propuesta tiene el alcance de la facturación electrónica, implementada en el año 2014 en el Ecuador, cuya finalidad es eliminar por completo las facturas físicas y poder consultarlas en algún sitio web preestablecido entre la compañía y el cliente.

La razón por la que se propone este tema es porque ayuda a muchas empresas que necesitan cada vez más disminuir espacios físico y que de una u otra forma invierten en una oficina de espacio necesario pero al mismo tiempo manejan grandes volúmenes de documentos que no necesariamente lo necesitan de forma física y que indudablemente tienen la oportunidad de guardar esta información el tiempo que la requieran sin la necesidad frecuentemente gastar en papel o copias fotostáticas y que al final terminan siendo empresas no responsables socialmente con el medio ambiente.

En el capítulo uno, se desarrolló la fundamentación teórica relacionada con el tema de la tecnología de información y sobre el emprendimiento. En el capítulo dos, se realizó un análisis sobre el mercado digital y virtual en la ciudad de Guayaquil. En el capítulo tres, una investigación de mercado para conocer si existía la demanda y en el capítulo cuatro una

¹ Es la copia total o parcial de información importante del disco duro, CDs, bases de datos u otro medio de almacenamiento. Esta copia de respaldo debe ser guardada en algún otro sistema de almacenamiento masivo, como ser discos duros, CDs, DVDs o cintas magnéticas (DDS, Travan, AIT, SLR, DLT y VXA). Los backups se utilizan para tener una o más copias de información considerada importante y así poder recuperarla en el caso de pérdida de la copia original.

propuesta de factibilidad para la creación de una empresa de virtualización y digitalización de documentos ubicada en la ciudad de Guayaquil.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En las empresas públicas o privadas necesitan mejorar sus procesos de gestión la búsqueda de sus documentos almacenados en sus archivos físicos, sean estos archivos activos o pasivos. Se presume que, no solo se pide información del presente año, sino que en la actualidad las empresas dentro de su estructura organizacional cuentan con los departamentos de Auditoría Interna o Control de Gestión, y se presentaran eventos en los cuales se requiere información de años anteriores, lo que puede significar, varios días dedicados a la búsqueda de dichos documentos.

Esto va a depender mucho de que si los documentos se encuentran archivados de manera correcta, caso contrario sería un verdadero problema para la salud y gestión de la o las personas encargadas del archivo y riesgos en la salud por el paso del tiempo en los documentos. Estos archivos corren el riesgo de contraer plagas como las de los roedores, polillas y en el peor de los casos el hongo de papel.

Bajo este contexto, surge la problemática y para superar la misma en los actuales momentos se tiene como aliada a la Tecnología de Información y Comunicación (TIC), para poder tomar decisiones frente a esta situación, para lo cual se propone una solución viable que es la implementación de un sistema de digitalización y virtualización de documentos en todas las empresas, ofreciendo el servicio en la ciudad de Guayaquil.

Preguntas de investigación

1. ¿Cuál sería el objetivo de crear una empresa virtualización y digitalización de documentos?

2. ¿Qué servicios se ofrecería por parte de esta empresa en la ciudad de Guayaquil?
3. ¿Cuál es el marco legal para este tipo de empresas?
4. ¿Existe mercado para ofrecer los servicios de virtualización y digitalización de documentos?
5. ¿Qué aspectos técnicos se requiere para ofrecer estos servicios?
6. ¿Qué ventaja y desventaja existen en la implementación de este negocio?
7. ¿Cuál sería la inversión necesaria y que equipos se requiere para que exista un buen funcionamiento en el giro del negocio?
8. ¿Cuáles serían los clientes potenciales para el mercado y que percepción tienen los posibles interesados?

JUSTIFICACIÓN

La realidad económica y social de los últimos años en las empresas de los sectores públicos y privados ha cambiado sustancialmente, su enfoque y la importancia que le dan a ciertos activos empresariales es de mucha consideración, es decir; si antes primaban los activos materiales, ahora las empresas comienzan a dar un gran valor al capital humano que poseen la correcta gestión de este conocimiento ha provocado la diferencia y la supervivencia de varias empresas en los sectores económicos y sociales. Este nuevo entorno, obligando a utilizar las nuevas tecnologías y sus gestores con un papel muy importante.

Para conseguir que una empresa disponga de un buen Sistema de Gestión de la Información, es preciso que previamente desarrolle un método de gestión documental. Esto significa que se debe estudiar cómo conseguir y ordenar sistemáticamente la gran cantidad de papeles que pueden llegar a generarse en las empresas, más aún si son empresas o instituciones públicas, donde la demanda de estos documentos supera las expectativas.

Esto es aplicable de manera similar en aquellas organizaciones que ya han comenzado con algún sistema de digitalización mediante escáner, donde es importante digitalizar y virtualizar los archivos de las empresas sean estas públicas o privadas. A continuación y del análisis de la problemática, se mencionan aspectos positivos:

1. Al digitalizar los archivos significará un ahorro de espacio físico en las bodegas de las empresas.
2. Significará evitar que esta información sea blanco de plagas sean estas roedores o insectos como polillas con lo cual se perdería información valiosa para la empresa.
3. Entra en operación una correcta gestión de procesos porque al utilizar información digitalizada evitará interminables búsquedas en el archivo y la ejecución ágil de todos los procesos que anteriormente demandaban tiempo considerable a los recursos humanos.
4. El acceso a la información es seguro. Con esto se evitará la pérdida de documentos con alguna eventualidad o percance.

Uno de los aspectos más importantes que se determinó en la encuesta realizada en el mercado, es que existen pocas empresas que se encuentran en el mercado nacional ofreciendo este servicio, de acuerdo a los datos proporcionados por la Superintendencia de Compañías del Ecuador, sólo el 33% de las empresas dedicadas a las actividades de la tecnología de la información y comunicación se dedican a la digitalización y respaldo magnético de la información (Superintendencia de Compañías, 2015). Estas empresas se dedican sólo a digitalizar documentos, y por separado ofrecen al cliente el software o aplicación, permitiendo la digitalización de los documentos, y complementan con la venta de los equipos de hardware como los escáneres, servidores para el almacenamiento de la información, la base de datos, encareciendo el producto y sus costos de administración.

A diferencia que al contratar los servicios que se quieren ofrecer a través de la creación de esta empresa, lo único que tendrán es que firmar el contrato anual de los servicios de digitalización y virtualización por mínimo un año hasta un plazo máximo de cinco años, con lo cual cada vez que necesite ver su información ingresarán al aplicativo o programa por medio del browser² del navegador de su computador con el acceso de una clave previamente proporcionado al cliente, la misma que por seguridad debe ser modificada por el cliente cada treinta días, es decir, sus documentos estarán en un *servidor en la nube*. Adicional, existirá el compromiso ambiental al reciclar toda la información que se digitaliza y virtualiza, siendo los pioneros en ofrecer este servicio adicional a cero costos y con el programa en la web.

Para llevar a cabo un sistema de gestión documental se debe tener claro que esto facilita el trabajo de las personas con los documentos y la información en general, también se valor a la precisión de cada documento a conservar, se debe clasificar previamente para ponerla al alcance de aquellos empleados a los que corresponda la administración de la misma; cuando se facilita el flujo de información entre los empleados, entendiendo que se trata de un recurso colectivo, por lo cual necesitan disponer de la información con independencia de quienes estén trabajando en ese momento, la documentación se crea y se registra en el sistema con el fin de conservarse en la empresa para que pueda ser utilizada por aquellos que la requieran y estén al frente de las obligaciones en cada ocasión, de esta manera la organización dispone de un conocimiento propio que la haga viable y duradera en el tiempo por sí misma.

Por su parte, un sistema de gestión documental actual y moderno, ha de procurar a la desmaterialización de la información que significa digitalizar (escanear) la documentación,

² *Navegador*. Aplicación para visualizar documentos WWW y navegar por Internet. En su forma más básica son aplicaciones hipertexto que facilitan la navegación por los servidores de navegación de Internet. Los más avanzados, cuentan con funcionalidades plenamente multimedia y permiten indistintamente la navegación por servidores WWW, FTP, Gopher, acceso a grupos de noticias, la gestión del correo electrónico, etc.

transformar los signos gráficos escritos en el papel a unidades de información. Esto no se trata únicamente por cuestión ecológica y de optimización de costos sino que la empresa podrá obtener mayores niveles de eficacia si comienza a implementar sistemas corporativos digitales de la información.

Se beneficiarían con los resultados las empresas que busquen una oportunidad de ofrecer estos servicios, los empresarios que tengan el interés de cambiar su estructura de documentos físicos ya sea parcial o total. Por otro lado, la sociedad en general se beneficiaría enormemente ya que a medida que aumenta la tecnología empresas buscan adaptar sus necesidad con las herramientas tecnológicas cambiando hábitos vanguardistas para lograr un mundo mejor, en este caso, ayudaría a mejorar la necesidad de no contar con varios juegos de copias del mismo documento sino que más bien se pueda almacenar en una nube y en el caso de requerir se compartiría.

La relevancia es directamente hacia las personas y las empresas ubicadas en la ciudad de Guayaquil, Ecuador y paulatinamente a medida que se cree una cultura empresarial con responsabilidad social con la introducción de este tipo de servicio se podría expandir a otras ciudades.

OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio para analizar la factibilidad de una empresa que entregará una solución virtual y digital para los documentos de las compañías en la ciudad de Guayaquil.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Analizar los fundamentos teórica sobre las tecnologías de sistemas de información y el emprendimiento.

2. Estudiar el mercado digital y virtual en la ciudad de Guayaquil.
3. Investigar, analizar e identificar las características de los archivos físicos de las empresas a través de una investigación de campo.
4. Evaluar la factibilidad financiera de una empresa al servicio de la digitalización y virtualización de documentos.

HIPÓTESIS

La virtualización y digitalización de documentos apoyados en la tecnología permitirá ayudar a optimizar a las empresas.

- **Variable independiente:** el desarrollar estudio de factibilidad y viabilidad de digitalizar y virtualizar a las empresa.
- **Variable dependiente:** ayudará a conocer las necesidades que tienen las empresas en la ciudad de Guayaquil para buscar soluciones efectivas tanto de ahorro de espacio físico y productividad.

DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se delimitará al estudio de mercado sobre la virtualización y digitalización de documentos para brindar ayuda a las empresas a través de herramientas tecnológicas para que puedan contar con un fácil acceso sin la necesidad de espacio físico y el uso frecuente del papel. Entre tanto, se investigará a un mercado de sociedades naturales que tengan la necesidad latente con las características de un alto crecimiento o volumen sobre información física (libros, formularios, reportes, actas, etc.) y que dada la importancia historia del documento es necesario almacenarla para su posterior visualización por parte de los usuarios o colaboradores de la entidad. Esta información contará con un levantamiento de

la información en el transcurso del año 2014, tiempo que se está desarrollando la presente tesis. Finalmente, la ubicación geográfica de la investigación será en la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO 1

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías de Emprendimientos

En torno de la teoría del emprendimiento, coexisten múltiples líneas de estudio que procuran explicar su naturaleza (Locke y Lathan, 1990); Chen, 1998; Baron, (1999). Las corrientes más representativas se ubican en los postulados de Albert Shapero, David McClelland, Jeffrey Timmons y Alan Gibbs (Macías González & Parada Ruiz, 2013).

La teoría de David McClelland

McClelland señala que existen tres variables motivadores en el ser humano: al número de afiliación, de poder y de logros. Estos tres factores son los que llevan al ser humano a comportamientos concretos frente a las diversas y complejas situaciones que enfrentan en la vida. La variable motivadora n-logro es una de las características representativas de los emprendedores, y la define como el *deseo expresado espontáneamente para ejecutar alguna labora en la mejor forma posible, para su propia causa más que para lograr un nuevo amor, reconocimiento o recompensa monetaria*. Este factor de logro puede estar potenciado por influencias indirectas como la condición física, la estructura familiar y el entorno, los cuales no son controlables a corto plazo. En la segunda instancia se encuentran movimientos ideológicos como la religión y la educación, que pueden determinar cambios en el grado de logro de una persona o pueblo a largo plazo. El valor agregado de la teoría de McClelland consiste en relacionar las teorías de la motivación humana con el proceso empresarial y con el desarrollo de los países; su postulado acerca del desarrollo económico

de los países se basa en el *emprendedor*, quien *es el hombre que organiza la unidad comercial y/o aumenta su capacidad productiva* (Macías González & Parada Ruiz, 2013).

1.2. El modelo de la maximización de la utilidad esperada

Este modelo propuesto por Douglas y Shepherd (2000) explica la intención de desarrollar la carrera profesional a través del autoempleo como resultado de una decisión racional realizada por sujetos racionales. Como señala Valencia (1994), el término racionalidad se aplica a la relación entre las decisiones y las consecuencias esperadas, por lo tanto, es un concepto utilitario basado en la comparación de costes y beneficios esperados. Por lo que la decisión de elección de la carrera profesional hecha por el individuo. En otras palabras, las personas eligen desarrollar su carrera profesional a través del autoempleo si la utilidad total que ellos esperan obtener (vía ingresos, independencia, toma de riesgos o esfuerzo laboral) es mayor que en la alternativa como empleados asalariados (Douglas y Shepherd, 2000, 2002; Levesque et al., 2002).

El concepto clave de este modelo es la utilidad esperada que se diferencia del valor esperado por permitir que un mismo resultado objetivo sea evaluado de manera diferente personas en diferentes situaciones (Valencia, 1994). Por lo tanto, lo que predice la decisión de desarrollar la carrera profesional como autoempleado no es el valor esperado objetivo en sí, sino la utilidad esperada por la persona. A su vez, la utilidad esperada es función de las actitudes hacia los siguientes aspectos: esfuerzo laboral, riesgo, independencia e ingresos (Alcover de la Hera, Moriano León, Segovia, & Topa Cantisano, 2012, pág. 215).

1.3. Liderazgo de los emprendimientos sociales

Los emprendimientos sociales surgen como iniciativa de uno o varios individuos. Pero: ¿qué permite que sean las ideas de estos – y no de otros- las que logren materializarse y

consolidarse como emprendimientos que contribuyen al mejoramiento de las condiciones sociales y económicas de la población? ¿Qué capacidades particulares sirven para atender de manera simultánea y congruente a los objetivos económicos y altruistas en una organización? ¿Qué habilidades, roles y estilos de gestión son relevantes para lograr el crecimiento y la consolidación de un emprendimiento social? Las respuestas a estos interrogantes giran alrededor del tema del liderazgo (Harvard University, 2006, pág. 21).

El liderazgo en emprendimientos sociales se entenderá como la capacidad para hacer transformaciones y obtener resultados sobresalientes. Algunas de las derivaciones de la *teoría carismática* son las que mejor explican el papel del liderazgo en los emprendimientos estudiados. Estas teorías tratan de explicar cómo los líderes son capaces de realizar cambios profundos en sus organizaciones o realizar reformas sociales exitosas en medio de circunstancias adversas, y cómo ellos consiguen desarrollar motivación y efectividad entre sus seguidores. Igualmente, estas teorías destacan la habilidad de los líderes para establecer marcos de trabajo, infundir valores y promover el compromiso dentro de las organizaciones. En otras palabras, la tarea del líder consiste en impulsar las transformaciones organizaciones que permitan el crecimiento y la consolidación de los emprendimientos sociales a lo largo del tiempo. Una revisión detallada de 40 casos sobre emprendimientos sociales en América Latina y España respaldan las bases conceptuales que emergen de la bibliografía sobre liderazgo. El enfoque utilizado aquí va y viene entre la deducción y la inducción, y entre la teoría y la práctica. Los casos de estudio sirven para ilustrar y mostrar ideas sobre el tipo de liderazgo requerido para desarrollar buenas prácticas en los emprendimientos sociales (Harvard University, 2006, pág. 21).

1.4. Orígenes de los sistemas de información

El origen de los Sistemas de Información se puede rastrear tan atrás como los censos (en donde se recopila, almacena, procesa y recupera información que posteriormente se usa para la toma de decisiones) que realizaban los babilonios y egipcios 4000 años antes de Cristo. Actualmente, se piensa en Sistemas de Información con sustento en las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Centro de Posgrado y Actualización en Informática, 2013, pág. 1).

Este concepto que también se llama sociedad de la información se debe principalmente a un invento, apareció en 1969 Internet que se gestó como parte de la Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada (ARPANET), creada por el departamento de defensa de los Estados Unidos de América y se diseñó para comunicar los diferentes organismos del país.

Sus principios básicos eran de ser una red descentralizada con múltiples caminos entre dos puntos y que los mensajes estuvieran divididos en partes que serían enviadas por caminos diferentes. La presencia de diversas universidades e institutos en el desarrollo del proyecto hizo que se fueran encontrando más posibilidades de intercambiar información, posteriormente se crearon los correos electrónicos, los servicios de mensajería y las páginas web. Pero no es hasta mediados de la década de los noventa en una etapa en que ya había dejado de ser un proyecto militar cuando se da la verdadera explosión de Internet y a su alrededor todo lo que conocemos como Tecnologías de la Información y Comunicación.

El desarrollo de Internet ha significado que la información esté ahora en muchos sitios. Antes la información estaba concentrada, la transmitía la familia, los maestros, los libros. La escuela y la universidad eran los ámbitos que concentraban el conocimiento. Hoy se han roto estas barreras y con Internet hay más acceso a la información. El principal problema es la calidad de esta información. También se ha agilizado el contacto entre personas con fines

sociales y de negocios. No hace falta desplazarse para cerrar negocios en diferentes ciudades del mundo o para realizar transacciones en cualquier lugar con un sencillo clic.

1.5. Las Tecnologías y Sistemas de Información

Las tecnologías de la información (TI) y de la comunicación (TIC) o también llamadas para nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC), agrupan los elementos y las técnicas usados en el tratamiento y la transmisión de la información, principalmente la informática, internet y las telecomunicaciones. Por extensión, designan un sector de actividad económica. Las tecnologías de la información y la comunicación no son ninguna medicina ni fórmula mágica, pero pueden mejorar la vida de todos los habitantes de una sociedad o del planeta. Es el sitio donde se dispone de herramientas para llegar a los objetivos de desarrollo del milenio, de instrumentos que harán avanzar la causa de la libertad y la democracia y de los medios necesarios para propagar los conocimientos y facilitar la comprensión.

El uso de las tecnologías de la información y la comunicación ayudaría a disminuir la brecha digital aumentando el conglomerado de usuarios que las utilicen como medio tecnológico para el desarrollo de sus actividades. A nadie sorprende estar informado minuto a minuto, comunicarse con personas del otro lado del planeta, ver el video de una canción o trabajar en equipo sin estar en un mismo sitio. Las tecnologías de la información y comunicación se han convertido, a una gran velocidad, parte importante de la vida diaria.

1.6. Clasificación de las Tecnologías de Información

Las tecnologías de información y de comunicación (TIC), conforman el conjunto de recursos necesarios para manipular la información: los ordenadores, los programas informáticos y las redes necesarias para convertirla, almacenarla, administrarla, transmitirla y

encontrarla. Se puede clasificar a las tecnologías de información y comunicación (TIC), en: 1) Redes, 2) Terminales, y 3) Servicios.

1.7. Gestión documental de archivos y sus beneficios

Muchas de las empresas en Ecuador, consideran a la gestión documental y el archivo como una actividad secundaria y sin mayor importancia, y peor aún existen muchas otras que ni siquiera la consideran, esto ocasiona un problema muy grande para los directivos o los dueños de las empresas ya que no disponen de herramientas que les permita centralizar la documentación, ya que lo más importante que tiene una organización es su información.

En la actualidad la gran mayoría de empresas en Ecuador manejan su documentación de la forma tradicional lo que resta competitividad y eficiencia. Esta forma tradicional de manejo de documentos trae consigo los siguientes problemas:

- Pérdida de tiempo en la localización y recuperación de documentos, gastos salariales relacionados con los trámites administrativos sensación de estancamiento en el ambiente de trabajo.
- Es frecuente la búsqueda infructuosa o la pérdida de documentos, sobre todo de los que presentan una mayor frecuencia de uso.
- Muchas veces es necesario repetir el trabajo realizado.
- Existen procedimientos paralelos, uno tradicional en papel y otro informático y estos por lo general sin relación entre sí.
- La acumulación de documentación es muy elevada, tanto en los depósitos de archivo como en las mesas de trabajo.
- La gestión de los documentos administrativos es llevada por distintas personas y cada una de ellas lo hace a su manera y nadie es responsable de nada.
- Se genera para el personal cargas de trabajo desiguales y prioridades de trabajo mal

establecidas.

- El personal no centra su acción en las actividades importantes para la empresa.
- Todos en la empresa coinciden en que la gestión de la documentación no funciona correctamente y que es necesario poner remedio a esta situación.
- Quejas de los clientes porque se han visto forzados a esperar cierto tiempo para recibir la documentación solicitada a la empresa.
- La seguridad ya que no es fácil controlar el acceso a la documentación de carácter restringido.
- Documentos duplicados.
- Gran cantidad de papel, ficheros y archivo sin necesarios.
- Documentos que han agotado su período de vigencia, necesidad de un mayor espacio de almacenamiento.

1.8. Esquematización del funcionamiento de digitalización de información

En la implementación del sistema, se puede tener todos los documentos digitalizados en un servidor virtual llamado nube³, con lo cual todo el personal podrá visualizar la información por medio de un browser de internet rápidamente desde la empresa o desde cualquier parte del mundo; lo único que se requiere es contar con internet y tener las claves de ingreso proporcionadas al personal autorizado de la empresa y definir los perfiles. A continuación, se presenta un modelo de la digitalización de la información en nube:

³ En inglés se le llama *Cloud computing*. O tan solo *The cloud*. Es un nuevo modelo de uso de las computadoras. Lo que normalmente estaría en tu PC (tus programas o tus archivos, por ejemplo) pasa a estar en un conjunto de servidores a los que puedes acceder a través de Internet y que forman la tal nube.

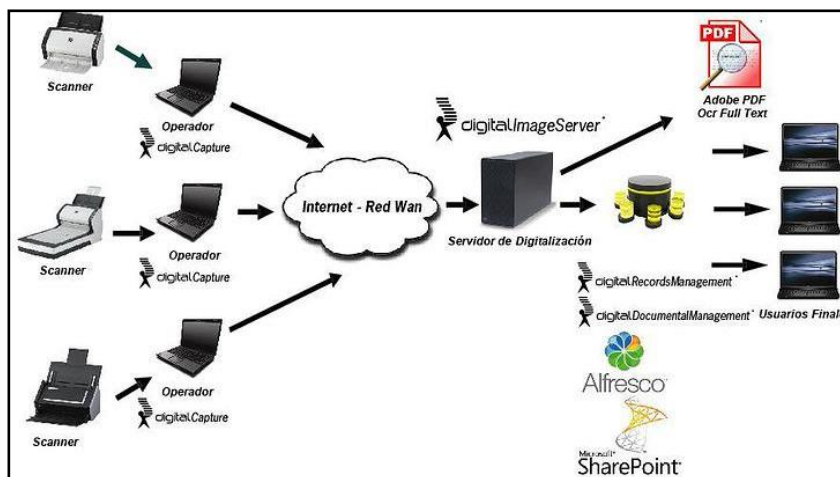


Figura 1 Esquema de digitalización de información

Tomado de: www.digitalteam.com

Esto es un espacio para compartir documentación de manera simultánea con funcionarios, directivos, socios, clientes y proveedores, agilizando la comunicación entre las distintas partes de cualquier negocio o transacción. Acceso a cualquier documento o archivo que requiera, sin necesidad de software o hardware especializados, a cualquier hora, con la posibilidad de descargarlo, modificarlo, enviarlo por correo electrónico, imprimirlo y manejar versiones históricas. Un servicio integral que va desde la recuperación, escaneo y carga de planos y archivos, hasta el almacenaje físico y custodia de sus documentos.

1.9. Servicios de procesamiento de documentos transaccionales

Los departamentos a través de la organización tienen acceso más rápido a una única fuente de información. Esto permite tiempos de respuesta a los clientes más rápidos desde el procesamiento de la aplicación hasta las consultas de los clientes. No se utiliza tiempo para administrar diferentes procesos de distribución de documentos entrantes en forma física o electrónica a través de las divisiones dentro de su organización, esto permitirá obtener ahorros reales y aumentar la eficiencia para tener un negocio más ágil y rentable. Dentro de los servicios, se pueden mencionar los siguientes:

- Transformar información para impulsar el crecimiento.
- Optimizar nuevos procesos de apertura de cuentas de clientes para acelerar su flujo de efectivo.
- Reducir los costos de transacción y aumente la exactitud y eficiencia de los procesos financieros.
- Simplificar los estándares y centralizar procesos de comunicación y adaptación de los empleados.
- Mejorar la experiencia del cliente en puntos críticos para conservar y mejorar las relaciones.
- Proporcionar un servicio consistente y confiable a los clientes durante los ciclos de negocios altos y bajos.
- Garantizar la capacidad de cumplir con todas las normativas de sus operaciones administrativas.

1.10. Beneficios para el cliente

El principal beneficio para el cliente o los clientes será el de eliminar los costos divididos en sus operaciones administrativas e impulse el crecimiento con los servicios de procesamiento de documentos, a continuación se tiene los siguientes beneficios al cliente (Xerox, 2014):

- ❖ **Aumentar la productividad.-** transformar los procesos de trabajo mediante la captura de información de negocios fundamental en el lugar de origen. Mejorar su capacidad de buscar y recuperar documentos mientras vincula información relacionada. Encontrará información crítica cuando la necesita.
- ❖ **Agilizar los procesos.-** eliminar los cuellos de botella asociados con la pérdida o la falta de información gracias al almacenamiento seguro y la administración de documentos y la

automatización de la distribución de la información dentro de los procesos de negocios fundamentales de su organización.

- ❖ **Reducir los costos de operación.-** se logra ganar economías de escala al reducir los costos de mano de obra y mantenimiento de sistemas a través de la automatización de procesos. También disminuirá drásticamente la cantidad de documentos impresos y el tiempo utilizado en buscar información faltante.
- ❖ **Mejorar la satisfacción del cliente.-** aumentar la velocidad y calidad al configurar una cuenta del cliente. Al mejorar la administración de documentos durante la duración de la cuenta, mejorará la experiencia de sus clientes durante cada etapa del camino desde la apertura de su cuenta hasta la retención continua.
- ❖ **Mejorar la administración de efectivo.-** aprovechar al máximo los descuentos por pronto pago y ahorre al reducir las penalidades por mora a través de la automatización de sus procesos.
- ❖ **Apoyar el cumplimiento de las reglamentaciones.-** mejorar sus controles internos, garantice el cumplimiento y reduzca el riesgo con un registro verificable de su información.

1.11. Enfoque probado

Las empresas ofrecen servicios de administración de contenido y flujos de trabajo de los documentos para agilizar sus procesos de negocios para tener mayor control y acceso más rápido a la información. El rango de servicios, dentro o fuera de casa del cliente, captura digitalmente su información en cualquier formato recibido: papel o electrónico, a través de:

- Recepción, ingreso, clasificación y separación por lotes de los documentos (papel o electrónico).
- Identificación del tipo de documento y asignación de condiciones de prioridad, excepción o

atención especial, según sea necesario.

- Conversión de los archivos electrónicos a formatos digitales comunes.
- Derivación para atención especial.

1.12. Transformación

Con la digitalización de la información, el proceso se transforma para mejorar:

- Los servicios de procesamiento de imágenes digitalizan los documentos para la captura automatizada de datos utilizando las tecnologías de documentos inteligentes para un enrutamiento más rápido.
- Servicio de limpieza, mejora y escaneo de imágenes.
- Categorización y clasificación automática de la información.
- Servicios de conversión, extracción, codificación y verificación de datos.
- Reconocimiento óptico de caracteres (OCR).

1.13. Procesamiento de transacciones

La información electrónica se enruta para el procesamiento de transacciones dentro de su organización para su uso compartido e inmediato. Esto agiliza el tiempo de respuesta y aprobación y la toma de decisiones, para lo cual es recomendable realizar:

- Configuración de las cuentas de clientes
- Información del cliente para servicios y respuesta
- Cuentas por pagar y datos financieros
- Información de comunicaciones y adaptación del empleado
- Correspondencia entrante y saliente de los empleados y clientes

1.14. Almacenamiento

El rango de capacidades de almacenamiento de administración de contenido y documentos son rápidas, seguras y automatizadas electrónicamente para reducir los costos mientras mejora el acceso a la información. Su almacenamiento se debe a la funcionabilidad de los:

- Sistemas de almacenamiento de datos y procesamiento de imágenes en casa de cliente
- Sistemas de administración de documentos electrónicos en un host.
- Servicios de archivo
- Recuperación de información vía Web
- Servicios de elaboración de informes

1.15. Entrega

Se debe de asegurar que la organización tenga acceso a la información, cuándo y dónde a necesita, a través del canal adecuado para cumplir con sus requisitos, tales como el correo electrónico y el papel.

1.16. La innovación empresarial y el internet

La innovación es el conjunto de actividades que conducen a la introducción con éxito en el mercado por primera vez, de nuevos o mejores productos, procesos servicios o técnicas de gestión y organización. Se trata de toda una serie de habilidades que incluye: el espíritu empresarial, la creatividad y la capacidad de identificar problemas, la capacidad de liderazgo y trabajo en equipo, así como también de estrategias, redes y comunicación, desarrollo personal, creación de ecosistemas adecuados para fomentar y optimizar la innovación, la relación no sólo entre los gobiernos locales y regionales, las universidades y las empresas,

sino también con organizaciones de la sociedad civil y redes internacionales (Varela, 2008, p. 542).

Una innovación empresarial es una mejora en el modelo de negocio que tiene una empresa, es realizar grandes cambios organizacionales, productivos y/o tecnológicos en la propuesta que hace un negocio al mercado con el único fin de ser más eficiente y conseguir una mejor posición en el mercado o incluso crear un mercado totalmente nuevo donde no existan competidores. La innovación empresarial tiene dos fines principales.

El primero, es aumentar la eficacia competitiva que tiene una empresa, mediante la realización de cambios sustanciales en los procesos internos de la empresa para que la organización sea mucho más competitiva por sobre el resto de los miembros de una industria. Mientras que el segundo es aumentar el valor que perciben los clientes con los productos y servicios que ofrece un negocio, mediante una reconversión del modelo de negocio de la empresa, donde la investigación y desarrollo es fundamental para encontrar oportunidades a explotar en un cierto mercado.

Se dice que la innovación empresarial existía a comienzo del siglo XIX, en el momento en que los esclavos y productores buscaban nuevos métodos para su producción. En el siglo XX economistas como MARX y SCHIMPETER tenían ideas a desarrollar muy particulares en la innovación, como arreglos empresariales para así evitar el aumento de la crisis del capitalismo. Otro avance muy significativo de invención en la producción se tuvo con la aparición de las maquinas en la revolución industrial. Con el paso de los años los emprendedores siguieron buscando y adquiriendo nuevos sistemas de llevar sus organizaciones aceptados y captados por los consumidores, en los noventa se pudo apreciar los inicios comerciales en internet, hecho que conllevó a innumerables progresos en el sistema informático, las primeras apariciones de los procesos comerciales en internet están bien

definidos por los ingenieros que construían sitios austeros intentando aprovechar cada vez mejor la arquitectura cliente servidor y las bases de datos relacionadas (Varela, 2008, p. 543).

Luego los creativos entran en este mundo de comercialización al competir con herramientas de diseño y animación en un intento de adaptar los atributos multimedios a un medio que todavía no permitía la concesión de esos objetivos; publicaron portales gigantes con tentativos cambios a respuestas globales de la informática, es decir, buscando la palabra de los usuarios. Otro que es muy importante en este mundo es el Marketing plasmando realidades, lo que obligaba a las empresas adaptarse a nuevas estrategias de comunicación entre otros. Sin dudas el desarrollo acelerado de los sistemas de comunicación o telecomunicaciones y el de los sistemas computacionales, han sido los pilares para el rápido crecimiento del sector conocido hoy como tecnología de la información, que ha modificado rápidamente no sólo la forma en que se vive, sino y sobre todo, la forma en que se hacen empresas y actividades empresariales (Varela, 2008, p. 554).

La amplia y rápida difusión y aceptación de todas estas tecnologías en la vida diaria de los ciudadanos del mundo, siendo la más rápida en toda la historia del ser humano, ha producido grandes cambios y nuevas definiciones y orientaciones tanto en el ámbito personal como en el ámbito empresarial (Sanz, 2002, p. 7).

1.17. Automatización de los procesos de negocio

La automatización es una serie de acciones predefinidas cuando se añaden o modifican documentos de una colección en el servicio que se ofrece, es decir; en la digitalización de la información. Además, cuando se utilizan en conjunción con la captura de imágenes, las funciones de escaneado y el agente de email integrado, también permite enviar contenidos a través de una gran variedad de interfaces de escaneado o por medio del correo electrónico y activar un complejo proceso. Incluso se pueden definir reglas para exportar documentos a

dispositivos posteriores y crear así enlaces a aplicaciones de otros fabricantes o procesos que requieren contenido pero residen del otro lado del servidor de seguridad.

1.18. La E-Economía

Desde los inicios de internet, éste ha supuesto una constante evolución en todos los sentidos, también ha supuesto el nacimiento de jóvenes –y no tan jóvenes- emprendedores deseosos de abrir nuevas iniciativas para aprovechar las posibilidades que nos ofrece la red de generar empleo y una economía fuerte y próspera. Iniciativas que han triunfado han sido muchas, pero también han sido otras tantas las que han fracasado en el intento de innovar y crear algo sorprendente en internet; inclusive hasta el punto de generar una gran burbuja de empresas (Sanz, 2002, pg. 38).

En internet triunfa la innovación, lo útil y lo novedoso, para nada triunfa lo inútil y lo reiterativo. Pero desde aquello, todo se ha moderado y las iniciativas de unos suponen la iniciativa de otros (como en el caso de la red social Facebook que es el germen de otras tantas iniciativas y empresas que se dedican a comercializar y a crear aplicaciones para el uso de los usuarios de la red social). Internet es una fuente de riqueza, una fuente de empleo y una fuente de innovación. Internet no es el futuro, Internet es el presente. Internet es exprimir al máximo hasta la última gota de sudor que se pueda para crear iniciativas sociales, culturales, políticas, etc., que tendrán un coste mínimo si las comparamos con las tradicionales y supondrán llegar a todo el mundo de forma instantánea. Estas iniciativas que nacen gracias a internet han sido las precursoras de todo un sector dedicado a la producción de todo lo relacionado con la autovía de la información; un sector 2.0 que podemos considerar como una economía horizontal (Aquella que se basa en diversos campos de negocio, que normalmente no tienen una relación intrínseca entre sí), por los muchos y diversos puestos de trabajo que se crea (Greenspan, 2008, p. 65).

Si se quiere una economía que tenga como pilar las nuevas tecnologías, dicha economía requiere de puestos de trabajo y estudios superiores centrados en la red de redes; estudios específicos de publicidad digital, programación, diseño online, periodismo en internet y otros estudios técnicos a fines. Para ello, al igual como en los institutos de educación secundaria, la base fundamental de cualquier curso es la lengua castellana y literatura, se debe añadir en las universidades como centro de cualquier estudio superior el uso, manejo y conocimiento de internet (Greenspan, 2008, p. 84).

Conocimiento que pasa por aprender las aplicaciones que se encuentran disponibles online y que pueden servir para mejorar la calidad de vida, aumentar la eficiencia en los trabajos, la eficacia o simplemente, para ahorrar y contribuir a una sociedad más ecológica que pase del papel a lo digital, con la consiguiente disminución de la tala de árboles en el mundo. Un conocimiento que puede resultar esencial para el futuro profesional de una persona si se da una formación específica para internet en cada carrera universitaria. Un nuevo modelo de enseñanza para formar a nuestros futuros profesionales en la red de redes, y con ello conseguiremos mejorar nuestra economía y lograr una sociedad mejor, la cual posea un futuro asegurado y sostenible.

Por otro lado, Internet ha dado lugar a la creación de un nuevo sector de empleo que hace subsistir a miles de personas en todos los países, ha dado lugar a nuevos empleos, nuevos tipos y formas de trabajo (teletrabajo), y también a un aumento de puestos de trabajo tradicionales, los cuales ahora dependen, en gran medida del internet. Internet ha dado lugar a empresas que nacen siendo nada y menos, y se convierten en muy poco tiempo en multinacionales globalizadas y con miles de empleados y familias viviendo gracias al apoyo y la inversión que en su día tuvieron los fundadores para crear la empresa. Internet, la tecnología y la innovación han dado lugar a que el desempleo en su sector sea de los más bajos con respecto a los demás; ésta es la clave y la demostración irrefutable de que este

sector funciona, que tiene futuro y que puede ser una solución para esta crisis económica que ha destruido tanto empleo.

Internet ha creado empleo por medio de la aparición de profesiones que antes no existían y eran inconcebibles; tales como los *communities managers*⁴, los periodistas digitales, los web masters⁵, los diseñadores web, programadores, telecos, asesores 2.0, y una lista larga de profesiones que tienen trabajo gracias a las nuevas tecnologías y en especial al internet. Finalmente internet, es una realidad como fuente de: empleo, conocimiento, riqueza y preparación. Internet es parte del nuevo futuro al que se enfrenta día a día, el futuro sin la crisis económica, un futuro en el que el Producto Interno Bruto (PIB), no dependan de la construcción, comercio, turismo, producción o algún otro sector social económico.

1.19. Ventajas y beneficios de los e-business para las empresas

Los negocios electrónicos o los “e-business”, se refiere al conjunto de actividades y prácticas de gestión empresarial resultantes de la incorporación a los negocios de las “TIC’s”, así como a la nueva configuración descentralizada de las organizaciones y su adaptación a las características de la nueva economía. El “e-business”, surgió a mediados de la década de los años noventa, con un notable cambio en el enfoque tradicional del capital financiero y del trabajo. Las actividades que ponen en contacto clientes, proveedores y socios como la mercadotecnia y ventas, la producción y logística, gestión y finanzas tienen lugar en el e-business, es decir; dentro de redes informáticas que permiten a su vez una descentralización en líneas de negocio (Kelley, 1999, p. 21).

⁴ El *Community Manager* es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

⁵ La palabra *WebMaster* en definitiva es una palabra de origen Inglés, que si lo traducimos al castellano queda algo como Maestro Web. Un WebMaster es la persona encargada de un sitio, vendría siendo como el director de una empresa, es la persona que decide las tecnologías que se van a usar, decide, los servidores, los chiches y la estructura.

Tabla 1 Ventajas y beneficios para las empresas de los e-business

No.	Ventajas y beneficios
1	Acercamiento al cliente
2	Reduce costos de publicidad, producción, distribución, materias primas e insumos y costo de diseño
3	Mejora la inteligencia de mercado y planeamiento
4	Da más oportunidades en el mercado
5	Da acceso a nuevos mercados y visibilidad a las empresas para ello
6	Facilita el comercio exterior y globalización
7	Reduce trámites
8	Fortalece las relaciones empresariales
9	Reduce las barreras de accesos y elimina la intermediación
10	Impulsa la competitividad y la eficiencia
11	Permite identificar nuevos proveedores
12	Genera el valor agregado y nuevas fuentes de ingreso
13	Utiliza nuevos modelos empresariales
14	Provee nuevos servicios a los clientes
15	Mejora la capacidad de respuestas de terceros y la operación de la cadena de valor
16	Amplia los tiempos de atención (24/7/365)
17	Reduce el tiempo de tránsito del producto
18	Mejora la relación con los clientes
19	El vendedor se especializa
20	Facilita los materiales de información de la empresa
21	No genera gastos de ubicación o domicilio
22	Mejora la imagen empresarial
23	Facilita las relaciones con el gobierno, los accionistas y la sociedad

Tomado de: Innovaciones empresariales

Adaptado por: Paul Herrera

Para entender claramente los “e-business”, se mencionaran dos aspectos importantes:

1. Ventajas y beneficios del “e-business” para las empresas, y;
2. Ventajas y beneficios del “e-business” para los consumidores y vendedores.

En virtud de la explicación que antecede, se mencionará las ventajas y desventajas de realizar negocios electrónicos para los consumidores del mercado en general (Kelley, 1999, p. 24):

Tabla 2 Ventajas y beneficios para los consumidores de los e-business

No.	Ventajas y beneficios
1	Mayor selectividad de productos
2	Ubicación en muchos mercados
3	Productos y servicios más baratos y de mayor valor
4	Entrega rápida
5	Menor tiempo invertido en la identificación, selección y compra
6	Mejor servicio
7	Productos y servicios personalizados
8	Mayor información sobre los productos y servicios
9	Posibilidad de participar en remates
10	Participación en comunidades electrónicas de compradores
11	Posibilidad de ofrecer sus propios productos y servicios
12	Posibilidad de hacer muchas actividades a distancias reduciendo la inversión en tiempo
13	Mejores condiciones de vida
14	Nuevas organizaciones para el trabajo
15	Ampliación de múltiples mercados de trabajo

Tomado de: Innovaciones empresariales

Adaptado por: Paul Herrera

1.20. Empresas tradicionales

Las empresas tradicionales están enfocadas en la producción y las ventas, en cambio las exigencias del presente y el futuro obligan a las entidades a enfocarse en el consumidor a través del marketing. A continuación se mencionan las características principales:

- Los niveles de rotación de personal son producidos por la poca satisfacción que produce el clima organizacional percibido, así como por la ausencia de compromiso de las personas con la empresa.
- La información sobre los niveles de eficiencia y calidad alcanzados solo llega a los niveles de personas que desempeñan cargos de nivel directivo o intermedio, al empleado

operativo no trasciende este tipo de información y los directivos de la empresa no se preocupan por la conformación de equipos eficientes de trabajo.

- Las relaciones sociales entre jefes y colaboradores están determinadas por la autoridad que otorga el cargo con la consiguiente sumisión a quien la ejerce las decisiones son tomadas de manera autocrática.
- El nivel jerárquico que ocupa una persona le otorga respeto y reconocimiento por parte de los miembros de la organización predominando este aspecto formal sobre las relaciones informales.

Estas empresas tradicionales cuentan con los principios de:

1. Buscar siempre el mayor nivel de calidad: el milagro japonés partió por mejorar la filosofía de la calidad de toda una nación.
2. Búsqueda de un servicio superior:
3. Buscar establecer los precios más competitivos: determinar el precio correcto será fundamental en la estrategia de la empresa.
4. Buscar la participación de mercado más alta: a mayor participación, mayores ganancias y mayores oportunidades de desarrollar economías a escala.
5. Adaptación y personalizar: tener estrategias de marketing uno a uno y ampliar la mezcla de mercadeo mediante personalización son reglas fundamentales para las empresas actuales.
6. Mejorar constantemente: el caso más evidente son los computadores y la tecnología, industrias que ofrecen productos más rápidos y mejores constantemente.
7. La innovación e investigación continua: es necesario desarrollar políticas que generen nuevos productos, creen nuevas necesidades, satisfagan nuevas demandas e introduzcan novedad.

8. Buscar mercados de alto crecimiento: los mercados de bajo crecimiento generalmente son los más competidos, los inexplorados presentan grandes oportunidades de negocios y grandes retornos sobre las inversiones.
9. Superar al cliente: cuando una persona recibe más de lo que piensa siente satisfacciones adicionales. Si un comprador aparte de la satisfacción por una compra, recibe un incentivo adicional producto de mayor calidad, precio, cantidad o servicio se sentirá motivado a continuar consumiendo.
10. Pensar estratégicamente: analizar tendencias, realice planes, generar estrategias de corto, mediano y largo plazo.

1.21. Empresa digital

Aunque en esta área se manejan multitud de definiciones y acepciones distintas, de una forma general, se puede definir a la empresa digital como aquella empresa que incorpora las TICs, que es la tecnología aplicada a la gestión y transformación de la información, utilizando ordenadores y programas que permiten crear, modificar, almacenar, administrar, proteger y recuperar esa información. Dicha tecnología sirve para el desarrollo de su actividad y modelos de negocio que facilitan la compra y venta de productos, servicios e información a través de redes sociales públicas. En síntesis, las empresas digitales se identifican con todo lo que rodea al término “e-business” y a las implicaciones que tiene, para la actividad empresarial y para la sociedad (Turban, 2004, p. 16). A continuación se mencionan las características principales de las empresas digitales:

- *Intangibilidad*: los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, por tanto, tampoco pueden ser almacenados, ni colocados en el escaparate de una tienda para ser adquiridos y llevados por el comprador, tal como sucede con los bienes o productos físicos. Por lo tanto, esta característica de los servicios es la que

genera mayor incertidumbre en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio.

- *Inseparabilidad*: los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los servicios con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades inseparables.
- *Heterogeneidad*: también llamada variabilidad, significa que los servicios tienden a estar menos estandarizados o uniformados que los bienes. Es decir, que cada servicio depende de quién los presta, cuando y donde, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega. Por estos motivos, para el comprador, ésta condición significa que es difícil pronosticar la calidad antes del consumo. Para superar ésta situación, los proveedores de servicios pueden estandarizar los procesos de sus servicios y capacitarse o capacitar continuamente a su personal en todo aquello que les permita producir servicios estandarizados de tal manera, que puedan brindar mayor uniformidad, y en consecuencia, generar mayor confiabilidad.
- *Carácter perecedero*: se refiere a que los servicios no se pueden conservar, almacenar o guardar en inventario. No es un problema cuando la demanda de un servicio es constante, pero si la demanda es fluctuante puede causar problemas. Por este motivo, el carácter perecedero de los servicios y la dificultad resultante de equilibrar la oferta con la fluctuante demanda plantea retos de promoción, planeación de productos, programación y asignación de precios a los ejecutivos de servicios.

1.22. Diferencia entre empresa tradicional y empresa digital

En primer lugar, se debe distinguir entre una empresa tradicional y la empresa digital, porque casi todas las empresas están involucradas en el mundo digital y muchas de las que se

consideran digitales tienen un modelo de negocio u operaciones que realmente son tradicionales. En la actualidad, es acertado decir que la empresa tradicional es aquella que opera en el nacimiento de internet, mientras que la empresa digital no puede operar sin la existencia del internet (Varela, 2008, p.26).

En cambio la empresa digital, es definida fundamentalmente por el uso del internet y su dependencia del mismo. Muchos negocios se apoyan en lo digital pero igual sólo por operatividad, pero podrían funcionar sin internet. Por supuesto, existen compañías mixtas, es decir; se diferencian en la forma de trabajar, la misión, la visión y la cultura está en lo que son sus líderes, así en las digitales son poco tolerantes, buscan una satisfacción inmediata, trabajan con equipos pequeños y frente a la planificación de las tradicionales, prefieren trabajar por ciclos rápidos y corregir según los resultados.

Dentro de su entorno y organización difieren significativamente. Las empresas digitales son una red, frente a la empresa tradicional que cuenta con una estructura jerárquica y su modo de crecimiento es basado en replicar muchas veces la estructura inicial. Es decir se crean muchos equipos iguales, células de trabajo independientes. Las empresas digitales son ágiles, disminuyen la burocracia, mantienen el conocimiento descentralizado y se basan en la interacción y colaboración de los clientes y usuarios. Las iniciativas y crecimiento vienen de abajo hacia arriba, las innovaciones parten de cada uno de los equipos y son estructuras distribuidas.

Al momento de realizar negocios en el mercado prefieren una comunicación continua con el usuario, que las investigaciones de mercado. Las empresas digitales mantienen una transparencia total en sus comunicaciones, lo que disminuye las dudas y los posibles problemas de comunicación. En cuanto a la selección de personal, en las empresas digitales se hacen evaluaciones por parte de varias personas, no sólo la jerarquía, para comprobar su integración y alineamiento real de la persona con la compañía.

Si se mantienen claros estos conceptos, se puede hacer crecer una empresa digital de la forma correcta, observando la tendencia en las organizaciones, aclarando complicaciones con el tiempo y perder sus orígenes, que han funcionado, siendo más útil para quien desee trabajar en estas compañías, diferentes a las empresas tradicionales. Turban, planteó algunas diferencias entre las empresas tradicionales y las empresas digitales, y todos los alcances que debe tener este concepto para lograr la interconexión con todos los actores del proceso empresarial, tales como (Turban, 2004, p. 18):

Tabla 3 Diferencias entre empresa digital y tradicional

No.	Empresa tradicional	Empresa Digital
1	Almacén físico para ventas	Ventas en línea
2	Ventas de bienes tangibles	Ventas de bienes tangibles e intangibles
3	Planeación interna de innovaciones/producción	Colaboración en línea para los pronósticos
4	Catálogos de papel	Catálogos electrónicos
5	Mercado físico local	Mercado electrónico global
6	Subastas físicas y limitadas en tiempo	Subastas en línea en cualquier momento
7	Transacción a través de agentes	Transacción a través de informes diarios
8	Facturas en papel	Facturas electrónicas
9	Formas de pago en papel	Transacciones electrónicas
10	Producción a partir de pronósticos	Producción a partir de órdenes
11	Producción en masas de productos estándar	Producción a partir de ordenes
12	Mercadeo basados en asuntos físicos	Mercadeo virtual con afiliados
13	Voz a voz y publicidad limitada y lenta	Mercadeo virtual
14	Cadena de abastecimiento lineal	Cadena de abastecimiento basados en hubs
15	Gran inversión para producción en masas	Menos capital para producir
16	Costos fijos muy altos	Costos fijos bajos
17	Problemas de ajustes con la proposición de valor de los clientes	Perfecto ajuste en la proposición de valor del cliente

Tomado de: Innovaciones empresariales

Adaptado por: Paul Herrera

1.23. El e-marketing en internet

Internet constituye una de las herramientas de marketing más eficaces que puede usar una compañía para promover su marca, servicio o productos, además ofrece una gama completa de recursos novedosos para llegar a los clientes, tanto actuales como recientes, apoyar encuestas en la prensa, realizar campañas de investigación, analizar nuevos mercados de exportación, establecer grupos de enfoque, obtener asesoría técnica y otras similares (Collin, 2003, p.1). El marketing electrónico consiste en utilizar todo el potencial interactivo del internet en el proceso de la comunicación con el mercado. Esta herramienta tecnológica permite:

- Permite una comunicación de doble vía con el cliente en tiempo real, lo que permite establecer relaciones a largo plazo.
- Los mensajes son recibidos al mismo instante y pueden ser adaptados para cada destinatario.
- La información es accesible las 24 horas.
- Permite una construcción dinámica de la imagen de marca de la empresa.
- Permite proveer mayor cantidad de información a un costo mínimo.
- Se practica el marketing directo, permitiendo servir a cada cliente como un cliente único.
- Puede integrarse toda la información obtenida por este medio con el resto de los esfuerzos de marketing de la empresa.

1.24. Gestión del contenido y fácil uso para las empresas

En el entorno de negocio desafiante y acelerado actual, su empresa necesita métodos prácticos y asequibles para gestionar la gran cantidad de papel y contenido digital críticos para su negocio. Ahora puede usar dicho contenido de forma más eficiente, con acceso protegido

ininterrumpido para los usuarios y socios. Las empresas que usan los servicios de digitalización, han evidenciado importantes beneficios, entre los que se incluyen:

- Una reducción de hasta el 80% en la cantidad de tiempo que se tarda en la búsqueda de información necesaria.
- Ahorros de hasta un 50% en gastos de funcionamiento.
- Reducciones significativas en el retorno de la inversión y en emisiones mediante la reducción del consumo de papel, energía y envío.
- Recuperación ante desastres de manera que la información está siempre protegida y accesible.
- Estándares de conformidad precisos con seguimientos de auditoría exhaustivos.
- Precisión y aplicación de estándares mejorada.
- Impacto mínimo en recursos de TI y sistemas.
- Rápida adopción: la interfaz basada en web muy fácil de utilizar que no requiere prácticamente formación.

1.25. Gobierno cero papeles

Ecuador agiliza los trámites virtuales en consulados y demás instituciones públicas en su territorio con el objetivo de ahorrar tiempo y dinero a la ciudadanía, y avanzar hacia una cultura de trámites virtuales en el país "cero papeles", informó el Canciller ecuatoriano, Ricardo Patiño, durante el Enlace Ciudadano 358 (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2014).

Patiño resaltó que los beneficios de los trámites virtuales son la reducción de los requisitos para hacer un trámite; la facilidad de realizar pagos vía electrónica; y el ahorro de tiempo y dinero para la ciudadanía. El canciller explicó que el método de atención virtual

triplicó la atención de usuarios en consulados. Asimismo sostuvo que con esta plataforma informática que se está implementando, en primera instancia para los trámites internacionales, permitirán corregir atavismos de los trámites internos en el país (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2014).

“Vamos a ahorrar a través de los consulados virtuales tiempo y dinero, Los ciudadanos ya no van a tener que ir al consulado para cada cosa. Muchas consultas y trámites podrán realizarlas vía telefónica, chat o sistema de correo y esto apuntala a eliminar en la mayoría de casos los trámites presenciales”, afirmó. Asimismo recalcó que las instituciones públicas deberán reducir las copias físicas y los requisitos para el proceso de trámites, además de conseguir información sistematizada de los diversos organismos del estado. “Por ejemplo una papeleta de votación no se la deberá pedir al usuario sino, conseguirla de forma electrónica de la base de datos del Consejo Nacional electoral”, expuso (Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica , 2014).

1.26. Comercio electrónico: estrategia en los negocios

Las tecnologías de la información están cambiando la forma de operar los negocios y la manera en que las empresas compiten. Las fronteras naturales de una organización cada vez se expanden más y la infraestructura de telecomunicaciones es vital en este proceso, de modo que surge un nuevo modelo de negocios sustentando en la comercialización de bienes y/o servicios por medios electrónicos. Dicho de otra manera, la empresa conectará sus sistemas de misión crítica con las entidades vinculadas a su quehacer, como son: los clientes, proveedores, empleados y gobierno (Cohen, 2009, p. 60).

Entonces, el comercio electrónico es una de las posibles actividades que integran el concepto de e-business. Según Jeffrey Rayport, el comercio electrónico se define como

intercambios mediados por la tecnología entre diversas partes, así como las actividades electrónicas dentro y entre organizaciones que facilitan esos intercambios.

El comercio electrónico también es una metodología moderna para hacer negocios que detecta la necesidad de las empresas, comerciantes y consumidores de reducir costos, así como mejorar la calidad de los bienes y servicios, además de mejorar el tiempo de entrega de los mismos. Por lo tanto, no es una tecnología, sino el uso de ésta para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades empresariales. Ahora bien, el comercio electrónico se lo puede entender como cualquier transacción comercial en la cual los participantes interactúan por medios electrónicos en lugar del tradicional intercambio físico o trato físico directo.

En la actualidad, la manera de comerciar se caracteriza por el mejoramiento constante en los procesos de abastecimiento y, como respuesta, los negocios a nivel mundial están cambiando tanto su organización como sus operaciones. Esta modalidad es el medio para llevar a cabo dichos cambios a una escala global, permite a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, para trabajar más cerca de sus proveedores y estar más pendientes de las necesidades y expectativas de sus clientes. Además, permite seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica, lo que abre la puerta del mercado global (Cohen, 2009, p. 62). Es preciso describir algunas características del comercio electrónico:

1. Hay un intercambio de información digitalizada entre al menos dos partes.
2. Utiliza tecnología puesta a disposición para diferentes fines, como los navegadores de internet, que es donde se realiza este tipo de transacciones y son el componente tecnológico que enfrenta al cliente.
3. La tecnología tiene la función de mediar entre los entes que intervienen en el comercio electrónico, el espacio físico donde compradores y proveedores se reunían para negociar, bajo el esquema de comercio electrónico se convierte en un espacio virtual.

4. Implica tanto procesos externos como internos, la empresa se relaciona con entidades externas como clientes y proveedores, y a nivel interno el impacto recae en los procesos y sistemas.

2. MARCO CONCEPTUAL

- **Los sistemas de información.**- Se puede definir a los sistemas de información como un conjunto de componentes interrelacionados que recolectan, procesan, almacenan y distribuyen información para apoyar a la toma de decisiones y control en las organizaciones. Dentro de los sistemas de información es importante conocer la gestión y administración de los archivos digitales y los beneficios que pueden aportar esta información.
- **E-mail marketing:** consiste en la utilización del correo electrónico para mantener una comunicación fluida y directa con los clientes, enviando y obteniendo información, estableciendo un diálogo con cada cliente (Collin, 2003, p.28).
- **Personalización:** las herramientas de Internet permiten la adaptación de los contenidos a nivel individual. Por medio de Cookies y otras utilidades se puede identificar el comportamiento de cada visitante al sitio y con esa información construir perfiles de comportamiento de compra, que productos compra, cuánto gasta, etcétera.
- **Marketing Viral:** es aprovechar la conducta natural de los navegantes a comunicarse dejando en manos de ellos la promoción de nuestro sitio web, aumentando el tráfico de visitas y así las posibles transacciones.
- **E-CRM:** la versión digital del CRM (Customer Relation Ship Management). Con esta herramienta se puede recolectar, organizar y procesar un inmenso volumen de información sobre los clientes, permite elaborar productos a medida de las necesidades de los clientes y brindar un servicio eficiente y de un alto valor agregado.

3. MARCO LEGAL

LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO

El Estado Ecuatoriano y su rol en el Comercio Electrónico

Artículo 1. Del Gobierno Electrónico.- La implementación del gobierno electrónico en la Administración Pública Central, Institucional y que depende de la Función Ejecutiva, que consiste en el uso de las tecnologías de información y comunicación por parte de las entidades para transformar las relaciones con los ciudadanos entre entidades de gobierno y empresa privada a fin de mejorar la calidad de los servicios gubernamentales a los ciudadanos, promover la interacción con las empresas privadas, fortalecer la participación ciudadana a través del acceso a la información y servicios gubernamentales eficientes y eficaces y coadyuvar con la transparencia, participación y colaboración ciudadana.

Interpretación de la Ley de Comercio Electrónico

En palabras simples y de entendimiento público, la Ley de Comercio Electrónico del Ecuador permite:

- Que los contratos que se generen en Ecuador por medios electrónicos ya sea comprando en sitios web en Internet o a través del intercambio de mensajes de datos sean válidos y de efectos civiles, comerciales y jurídicos en general, idénticos a los actuales contratos por escrito.
- Que las firmas electrónicas (que no son un escaneo de una firma o una foto digital de una firma sino un conjunto de algoritmos matemáticos complejos que cumplen con ciertos requisitos legales establecidos en la Ley) se consideren con igual validez jurídica que las firmas manuscritas.
- Establecer la validez del documento electrónico. Esto permitirá emitir documentos como ofertas, documentos legales, facturas, recibos, etc., en forma electrónica. De esta forma facilitamos el intercambio de información y permitimos efectuar transacciones

electrónicas, facturar por medios electrónicos, pagar impuestos por internet u otros medios, convocar a licitaciones públicas por Internet etc.

- Que se establezca la figura del Certificado Digital (requisitos establecidos en la ley) que garantiza las transacciones en la red, identificando de forma única a un proveedor de servicios o bienes en un medio donde no se ve físicamente al vendedor y en el cual por tanto es necesario contar con un medio de identificarlo y de asegurar su idoneidad. (La ley normará igualmente los requisitos de quienes emiten estos certificados y sus responsabilidades legales).
- Que se precautelen los derechos de los usuarios que hacen negocios en Internet normando la publicidad en línea, fortaleciendo el derecho a la privacidad de los usuarios y otros temas de protección al consumidor en un medio completamente nuevo en el cual es necesario innovar para estar acordes a la tecnología y a los nuevos modelos de negocios.
- Modificar el código penal para incluir sanciones por los denominados delitos informáticos que comprenden el fraude electrónico, la interceptación de mensajes de datos, el ingreso no autorizado a información o a sitios privados, etc. Este proyecto de Ley contempla aspectos vitales para generar seguridad básica. En el mundo de los negocios, seguridad significa confianza y confianza es la primera palabra del abecedario comercial.

Constitución de empresas por medio de la Cámara de Comercio de Guayaquil

La Cámara de Comercio de Guayaquil presta el servicio de realización de trámites de constitución de compañías nuevas. El procedimiento y costos para que se constituya una compañía a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil son los siguientes:

Adicional a esos valores se suma el valor por ingreso a Cámara de Comercio y la cuota trimestral. En casos de compañía cuyo capital sea el mínimo legal, la Cámara cobra por afiliación USD \$29 por la cuota de ingreso más USD \$45,60 de la primera cuota trimestral.

El trámite de constitución incluye la aprobación por parte de la Superintendencia de Compañías, la inscripción de nombramientos de funcionarios y la obtención del RUC en el Servicio de Rentas Internas. Favor recordar que los accionistas no pueden ser cónyuges entre sí al momento de constituir la compañía. Este trámite demora de 30 a 40 días hábiles (de un mes y medio a dos meses).

Para empezar con el trámite se necesitaría que se cancelen USD \$ 255.00 por concepto de gastos y honorarios, más los USD \$200,00 de la cuenta los cuales se reembolsan al final, por tanto no son gastos y los valores por afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil. Si la compañía va a tener capital mayor al mínimo, en el archivo adjunto denominado *Requisitos nuevos Socios* puede encontrar un cuadro con los rangos y valores a ser cancelados, dependiendo del tipo de compañía y del capital inicial. Los documentos que se necesitan que me haga llegar son los siguientes:

1. Ficha VE Persona Jurídica, la cual adjunto y en la cual debe llenar todos los datos concernientes a la compañía que se quiere formar (adjunto).
2. Copia de cédula y certificado de votación de los accionistas (mínimo 2 accionistas o socios que no sean cónyuges). De ser extranjeros, necesitaría copias de los pasaportes.
3. Copia de cédula y certificado de votación de quien va a ser representante legal. De ser extranjero, copia de pasaporte.
4. Copia de una planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono) que se encuentre a nombre de uno de los accionistas o del representante legal.

Finalmente, previo a la obtención del RUC, el SRI solicita que las compañías obtengan el permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos y que paguen la patente

municipal. Existe la opción de obtener estos permisos con posterioridad a la obtención del RUC, siempre que se firme una carta de compromiso en la cual la compañía se obliga a su tramitación en un plazo de 30 días.

Estos trámites no son parte del procedimiento de constitución pero, si se desea se cobraría adicionalmente USD \$ 100,00 entre gastos y honorarios, lo cual se puede cancelar cuando sea el momento que ya se deba sacar estos permisos. Los accionistas deben acercarse a nuestras oficinas a firmar la escritura de constitución. En caso de que sean extranjeros y no se puedan venir a firmar, pueden nombrar un apoderado para el efecto, en cuyo caso deben hacer llegar un poder especial apostillado.

Resumen Capítulo I

En síntesis, en el marketing se identifican las necesidades y deseos para satisfacerlos a través de bienes o servicios. Por lo cual, el marketing electrónico o digital se fundamenta en la utilización de la web para aumentar los beneficios estratégicos.

El marketing por internet, ayuda al crecimiento de las ventas de la mayoría de los productos y permite prestar un mejor servicio en las fases en las que se establecen los contactos. Lo más importante para un negocio en internet es tener una base de datos con listas de posibles compradores y la estrategia a emplear para llegar a estos potenciales clientes. El marketing electrónico consiste en utilizar todo el potencial interactivo del internet en el proceso de la comunicación con el mercado. En síntesis, las empresas digitales se identifican con todo lo que rodea al término *e-business* y a las implicaciones que tiene, para la actividad empresarial y para la sociedad.

CAPÍTULO II

2. MERCADO DIGITAL Y VIRTUAL EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

2.1. Guayaquil: historia y generalidades

La Provincia Libre de Guayaquil, se constituyó en un estado libre y soberano. De donde surgieron tres agrupaciones políticas; los partidarios de que Guayaquil se anexe a la Nueva Granada (Colombia); los seguidores de que Guayaquil se anexe al Perú, y la de los independientes, que deseaban mantener la autonomía de la nueva república. Implantándose de manera definitiva como un estado soberano e independiente.

Ante la posibilidad que Guayaquil forme parte del Perú o que se cree un estado independiente, Bolívar decide anexar *manumilitari* a la región y a su ciudad capital el 13 de Julio de 1822; días después de que se diera la histórica reunión entre él y San Martín. Reunión, en la que el segundo abogó por que se haga un referéndum, en el que el pueblo decidiera, ya que para San Martín era importante lo que quisiese el pueblo.

Bolívar no aceptó, quedando así sellada la anexión de Guayaquil a Colombia. Pasando a convertirse en el cuarto distrito de lo que llegaría a ser la futura Confederación Granadina, más conocida como la Gran Colombia. Olmedo decepcionado, no aceptó la resolución y se radicó en Lima por dos años; luego de lo cual se reconcilió con Bolívar y quien admirado por los resultados en la Batalla de Junín, escribió el canto épico, con el que inmortalizará las hazañas del Libertador. En 1830, el Distrito del Sur se separó de la Gran Colombia, dando paso a una nueva nación que pasaría a ser llamada República del Ecuador. Y que como primer presidente sería designado el Gral. Juan José Flores. El siglo XX estuvo marcado por grandes cambios trascendentales, tras la muerte del líder de la revolución Alfarista. Hecho que dio paso, a un tiempo más pacífico bajo el mando de Leónidas Plaza, donde la burguesía guayaquileña dominó el auge comercial.

A este tiempo de prosperidad en los años 20, le siguió una fuerte depresión con altas tasas de inflación y descenso de las importaciones; este último como resultado de las plagas que destruyeron la mayoría de las plantaciones de cacao. Paralelamente, surgen los sindicatos en Guayaquil, en especial la Federación de Trabajadores Regional de Ecuador.

Guayaquil siguió como eje principal del comercio del Ecuador, aunque tuvo que soportar los efectos de la gran depresión mundial de los años treinta y la Segunda Guerra Mundial.

También la ciudad sufrió los estragos de la Guerra peruano-ecuatoriana en 1941, donde se dio un enfrentamiento naval conocido como la Batalla de Jambelí, en el Golfo de Guayaquil.

Actualmente, la ciudad de Guayaquil es considerada la capital económica del país, donde las actividades como el comercio, restaurantes, hotelería y turismo son la fortaleza económica de la producción de la provincia del Guayas y porque no de la producción nacional, con una participación considerable en cuestiones tributarias.

2.2. Contexto geográfico

La ciudad de Santiago de Guayaquil se encuentra ubicada en la cuenca baja del río Guayas, que nace en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, y que desemboca en el Golfo de Guayaquil en el Océano Pacífico. Localizada en la margen derecho del río Guayas, bordea al oeste con el Estero Salado y los cerros Azul y Blanco. Por el sur con el embocadura de la Puntilla de Guayaquil que llega hasta la isla Puná. Los dos más importantes afluentes, son los ríos: Daule y Babahoyo, los cuales se unen al norte de la ciudad formando un gran caudal que descarga en el Golfo de Guayaquil, que es el principal río y accidente geográfico en la vertiente del Pacífico de toda América, con un promedio anual de 30,000 millones de m³ de agua. De igual manera existen otros ríos que son: el Tigre y Jujan.

En esta urbe nace una cordillera costanera, donde se encuentran los cerros Santa Ana y del Carmen (ubicados prácticamente junto al río), su elevación más alta se da en el sector

donde se encuentran las ciudadelas Los Ceibos y se los denomina cerro Azul, en su límite occidental, más adelante este sistema montañoso toma el nombre de Chongón y luego Colonche. Esta urbe es en su mayor parte llana, con elevaciones como el Cerro Santa Ana. En su ladera oriental se encuentra el Barrio Las Peñas, el Cerro del Carmen, contiguo al cerro Santa Ana, donde se encuentra el Monumento del Corazón de Jesús, el Cerro San Eduardo, en la zona noroccidental y más hacia el oeste el Cerro Azul, máxima elevación de la ciudad junto a las ciudadelas Los Ceibos y Los Olivos.

2.3. División política

La ciudad de Santiago de Guayaquil está formada por 21 parroquias. Que consiste en la menor división política de una zona. Éstas se dividen en 16 parroquias urbanas y cinco parroquias rurales, de acuerdo al siguiente detalle:

Parroquias urbanas: Pedro Carbo, Francisco Roca, Tarqui, Rocafuerte, 9 de Octubre, Olmedo, Bolívar, Sucre, Urdaneta, Ayacucho, García Moreno, Ximena, Febres Cordero, Letamendi, Pascuales, y; Chongón,

Parroquias rurales: Juan Gómez Rendón (Progreso), Puná, Tenguel, Posorja, y; El Morro.

La ciudad de Guayaquil, también cuenta con varios barrios de tradición, donde se pueden destacaron:

Barrios Las Peñas, fue el primer barrio en Guayaquil comenzó en las faldas del Cerro Santa Ana. Las Peñas es el barrio más antiguo de Guayaquil; sus casas datan de más de un siglo. Se encuentra ubicada en el Cerro Santa Ana y alberga casas que pertenecieron a importantes personajes de la historia ecuatoriana, Las Peñas era hasta hace algún tiempo un barrio un poco abandonado, pero en los últimos años, ha sido rescatada hasta convertirse en uno de los puntos turísticos más importantes de la ciudad.

Barrio Centenario, es un barrio de la década de los 20 de alta plusvalía, gran parte de la aristocracia de la ciudad vive en este sector.

Barrio del Astillero, es un barrio ubicado al centro-sur de la ciudad, junto a la ribera del Guayas, conocido porque antaño era, como su nombre lo indica, un astillero naval de la corona española, famoso en época de la colonia, ya que por la calidad de las maderas utilizadas y la sapiencia de sus armadores, se le encargaba todo tipo de navíos, incluso oceánicos y de guerra; aún hoy en día puede encontrarse remanentes de ésta actividad, con unos cuantos reparadores de embarcaciones situados en las orillas; éste barrio es conocido también por haber sido cuna de los dos grandes Clubes de Fútbol que ha dado la ciudad, el Club Sport Emelec y el Barcelona Sporting Club, los cuáles fueron fundados a unas pocas manzanas de distancia el uno del otro.

Barrio Cristo del Consuelo, es un barrio de la década de los 40, se lo llamó así por la Iglesia Católica que lleva el mismo nombre ubicada en el Centro de este populoso sector. Cada Año se Celebra la Tradicional Procesión del Cristo del Consuelo, la misma a la que acuden cerca de 400.000 feligreses Católicos, convirtiéndose en la más importante de la ciudad.

El Guasmo, fue nombrado así debido a la especie de árboles Guazumaulmifolia. El Guasmo es un barrio popular, de clase humilde, que anteriormente era una hacienda, se denominaba la *Hacienda El Guasmo*.

El Suburbio, está situado al suroeste y es el barrio más extenso de todo Guayaquil, se ha ido formando a partir de oleadas de personas que migraron del campo a la ciudad en busca de nuevas oportunidades, hace ya varias décadas; actualmente está siendo regenerado en un proceso que arrancó hace unos 6 años para darle una nueva imagen, ya que otrora se consideraba zona de alta actuación delincencial.

Centro 9 de Octubre, comenzó desde el Malecón del Salado hasta llegar al Monumento a Bolívar y San Martín, en el Malecón Simón Bolívar, podemos encontrar el *Guayaquil Tennis*

Club, el Museo del Banco Central, el gran hotel Oro Verde, la Corte Superior, la Casa de la Cultura, el parque seminario, la plaza Rocafuerte (San Francisco), entre variados centros de comercio de la ciudad.

Cerro Santa Ana está ubicado al noroeste de la ciudad al pie del Río Guayas y junto al tradicional Barrio las Peñas. Abarca aproximadamente 13,50 ha, en las que se desarrolló un proceso de regeneración urbana para beneficiar a su población, estimada en 4.200 habitantes.

Malecón del Salado cuenta con dos secciones una junta a la universidad de Guayaquil y la otra a lado del tenis Club tiene áreas recreacionales patios de comidas y espacios de parqueos, estas están conectadas por un paso peatonal elevado de una forma de arco sobre el puente 5 de junio.

La Bahía ubicada en el centro-sur de la ciudad, es un mercado que comprende cuadras enteras de locales donde se pueden adquirir gran variedad de artículos a precios bajos, es uno de los puntos comerciales más activos de la ciudad. Cerca se encuentra el Club de la Unión, uno de los clubes sociales más exclusivos del país.

Urdesa, ubicada en el norte de la ciudad, está dividida en tres sectores: Urdesa Central, el más grande y comercial, Lomas de Urdesa con sus grandes condominios y Urdesa Norte.

Tradicional barrio de clase media alta y alta fundado en la década de los cincuentas.

Actualmente se caracteriza por los comercios, restaurantes y cafeterías de todo tipo ubicadas a lo largo de sus principales avenidas, entre ellas la Víctor Emilio Estrada. La actividad comercial ha ido desplazando poco a poco a los habitantes de este sector hacia las nuevas urbanizaciones localizadas en las afueras de la ciudad.

Samborondón, La Puntilla es considerado uno de los barrios más lujosos y exclusivos de la urbe cuenta con ciudadelas cerradas de lujo, se encuentra en el cantón Samborondón, pero es parte de Guayaquil ya que lo une tan solo un puente, y a la ciudad de Samborondón se

encuentra a 45 minutos vía terrestre, a este sector de la urbe también se lo llama La vía a Samborondón o simplemente Samborondón.

La Alborada son los barrios de clase media más grande de la ciudad. Está dividida en catorce partes (etapas). Sus avenidas más importantes son la Avenida Francisco de Orellana y la Avenida Rodolfo Baquerizo Nazur. De gran actividad comercial se destacan los centros comerciales La Rotonda, Plaza Mayor y Gran Albocentro.

Bastión Popular es un barrio popular, originado por invasiones de terrenos particulares, en el barrio está en curso (2002-2006) un intenso programa de desarrollo basado en la participación comunitaria. La ciudad del nuevo siglo ha cambiado, nuevas construcciones, ciudadelas, barrios, han dado origen a numerosas calles que forman parte del Guayaquil actual; la ciudad está dividida en cuatro cuadrantes considerándose como eje la intersección de la avenida Quito y el bulevar Nueve de Octubre, lo que lo constituye el punto cero que divide a la ciudad en Noreste, Noroeste, Sureste, y Suroeste.

2.4. Contexto demográfico

En el país, el día 28 de noviembre del año 2010, se llevó a cabo el VII Censo de Población y VI de la Vivienda del Ecuador. De acuerdo a los datos obtenidos por el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), los guayaquileños que forman la perla del Pacífico son:

Tabla 4 Habitantes de la ciudad de Guayaquil

No.	Zonas	Habitantes
1	Urbana	2'278.691
2	Rural	72.224
	Total	2'350.915

Tomado de: Innovaciones empresariales

Cabe mencionar que en la zona rural, es un sector con un porcentaje cada vez menor, pues sus habitantes emigran cada vez más a las grandes urbes sea del Ecuador o fuera del país.

2.5. Contexto social y económico

El comercio en la ciudad de Guayaquil, durante años ha sido uno de los sectores económicos más fuertes e importantes en el desarrollo de la urbe. Además de ser la ciudad con mayor número de habitantes del país, es sin duda una de las ciudades con mayor aporte tributario para el Estado central. A continuación, se demostraran algunos detalles relacionados al aporte social y tributario de la ciudad.

2.5.1. Aporte social

Según el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la provincia del Guayas cuenta con una población de 3'645.483 habitantes, donde 1'829.569 son mujeres y 1'815.914 son hombres.

Tabla 5 Población Económica Provincia del Guayas Año 2010

Población en Edad de Trabajar (PET) en la provincia del Guayas		
Descripción de la población	Mujeres	Hombres
Población Total (PT)	1.829.569	1.815.914
Población en Edad de Trabajar (PET)	1.473.968	1.448.941
Población Económicamente Inactiva (PEI)	956.372	456.225
Población Económicamente Activa (PEA)	517.596	992.716

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

Cabe mencionar que de la población censada en la provincia del Guayas, las mujeres que están en edad de trabajar son 1'473.968 y los hombres 1'448.941, relativamente superados debido a que existe mayor cantidad de mujeres en ésta provincia. Se considera en

esta variable a la población en edad de trabajar y la Población Económicamente Activa (PEA) a las personas de diez años de edad y más.



Figura 2 Población en edad de trabajar Provincia del Guayas Año 2010

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

De los 1'448.941 hombres que están en la población en edad de trabajar, 992.716 están incluidos en la población económicamente activa (PEA), mientras que las mujeres mayores o iguales de 10 años de edad sólo están en la población económicamente activa PEA 517.596 que representa el 52.14% en relación a los hombres que laboran en la provincia del Guayas según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador (2013).

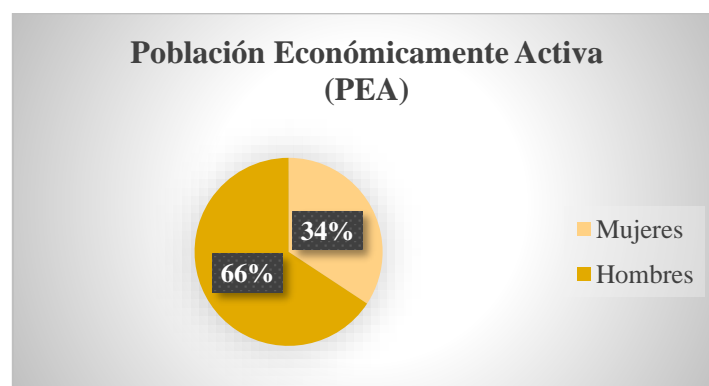


Figura 3 Población Económicamente Activa, por sexo Provincia del Guayas Año 2010

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010

2.5.2. La actividad informal

La actividad informal es aquella que se realiza de manera oculta y a espaldas de las normas vigentes y en evasión a los organismos de control, evitando que el Estado participe de manera activa. Se puede decir que la actividad informal se incluye en los términos de economía sumergida dentro del producto interno bruto (PIB), teniendo en claro que es diferente al mercado negro, cuya principal característica es el contrabando (Banco Central del Ecuador, 2010, pág. 45).

Según el Plan Nacional del Buen Vivir, el Estado ecuatoriano ve con preocupación que en la provincia del Guayas la Población Económicamente Inactiva (PEI) mayores de 10 años que por problemas de exclusión social tales como la drogadicción, vandalismo, problemas familiares, alcoholismo y otros, no forman parte de la fuerza de trabajo y están desprotegidos, por lo que se presume que pertenecen al sector informal.

De acuerdo al último censo de población del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la población económicamente inactiva está distribuida en 456.225 hombres y 956.372 mujeres dentro de la provincia del Guayas, donde las mujeres tienen la mayor participación en las economías sumergidas o actividades informales. Esto significa que el 52,28% de la población de las mujeres que viven en la provincia del Guayas están sin empleo debido a múltiples factores socio-económicos y problemas de exclusión social, donde el Estado ecuatoriano debe presentar un plan estratégico para su inclusión.

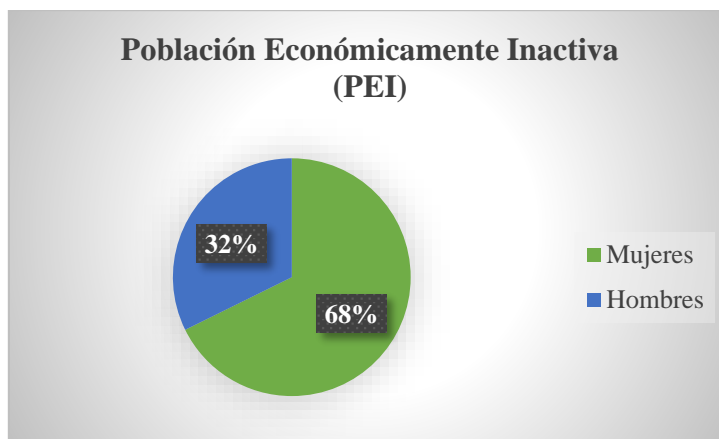


Figura 4 Población Económicamente Inactiva Provincia del Guayas por sexo Año 2010

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos –INEC, 2010.

Para la ciudad de Guayaquil, de acuerdo a la evolución de los indicadores laborales en Ecuador, proporcionados por el INEC, se tienen las siguientes cifras:

Tabla 6 Ciudad de Guayaquil Población Económica Activa 2012-2013

No.	AÑO	HABITANTES
1	2012	1 173.322
2	2013	1 116.027

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

Cabe señalar que la tasa de desempleo para la ciudad de Guayaquil, en el año 2012 fue de 5,54% mientras que para el año 2013 fue de 5,74% se incrementó en un 0,20%. Esta tasa es el resultado del número de personas desocupadas divididas para la PEA.

2.5.3. Aporte económico y tributario

La provincia del Guayas es una de las 24 provincias que tiene la República de Ecuador, siendo su capital la ciudad de Guayaquil. Esta provincia toma el nombre del río más grande e importante de su territorio que es el río Guayas y es una de las siete que integran la región Costa, ubicada al suroeste del país (Hidrovo P., 2010). El mar es elemento

predominante y por tanto, tiene incidencia en la realidad natural y actividades sociales. Su clima es tropical, aunque con sensibles variaciones desde la faja costera hacia el interior. Se puede señalar subtipos con una época lluviosa y otra seca. Según estudios realizados por el Banco Central del Ecuador en los últimos diez años, del 2002 hasta el 2012, la provincia del Guayas cuenta con cuatro sectores básicos para la confianza empresarial como son el industrial, construcción, comercial y de servicios (Banco Central del Ecuador, 2009). Para el año 2011, la provincia del Guayas sigue liderando las recaudaciones fiscales en la región Litoral, con un aporte de USD \$ 2.928.989.613,61 que representa el 97,68% del total recaudado de la región.

Tabla 7 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria de la Región Litoral

No.	REGIONAL LITORAL	VALOR RECAUDADO	PARTICIPACIÓN PORCENTUAL
1	GUAYAS	2.928.989.613,61	97,68%
2	LOS RIOS	41.817.788,04	1,39%
3	GALAPAGOS	10.937.311,39	0,36%
4	SANTA ELENA	16.885.740,45	0,56%
	TOTAL RECAUDACIÓN	2.998.630.453,49	100,00%

Tomado de: SRI (2011). Estadísticas de recaudaciones. Quito – Ecuador

En la provincia del Guayas en cada ejercicio económico, sus niveles de recaudación siempre han crecido, en el año 2009 recaudaron 2.134.275.837,73 dólares, para el 2010 fueron 2.425.950.968,81 dólares y para el año 2011 se alcanzó a recaudar 2.998.630.453,49 dólares, de acuerdo a los informes presentados por el Servicio de Rentas Internas (SRI).

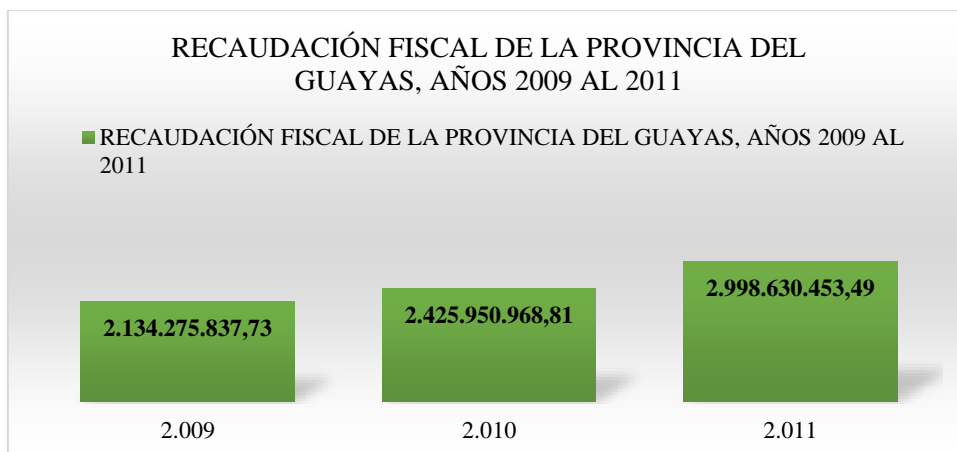


Figura 5 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria en la provincia del Guayas 2009 – 2011 en US dólares

Tomado de: SRI (2011). Estadísticas de recaudaciones. Quito – Ecuador

La provincia del Guayas, presenta una variación positiva en las recaudaciones durante los años 2009 al 2011. Entre el año 2009 y 2010, se observó un incremento del 13,67%, para el año 2011 respecto al año 2010, existió un incremento mayor que el anterior que fue del 23,61%, casi duplicando el incremento del año 2010. Esto representó para el año 2011, un incremento en la recaudación tributaria de la provincia del Guayas de USD \$ 572.679.484,68 según informe de recaudaciones tributarias del Servicio de Rentas Internas del Ecuador, 2011.

Esta alza en los niveles de recaudación se debe a que el Servicio de Rentas Internas, ejecuta planes estratégicos al momento de obligar a los contribuyentes el pago de sus impuestos (Revista Ecuador Tributa, 2010, pág. 6). Mientras que la ciudad de Guayaquil, es la segunda ciudad en tener una mayor participación tributaria a nivel nacional, superada únicamente por la ciudad de Quito. En el año 2010, la provincia alcanzó un aporte tributario por concepto total de impuesto de USD\$ 2,245 millones de dólares aproximadamente, pero en el año 2011 la cifra se registró en USD\$ 2,771 millones de dólares, es decir casi USD \$500 mil dólares de más. En el año 2012 el monto recaudado fue de USD\$ 3,106 millones de dólares, es decir; más de USD \$ 400 mil dólares.

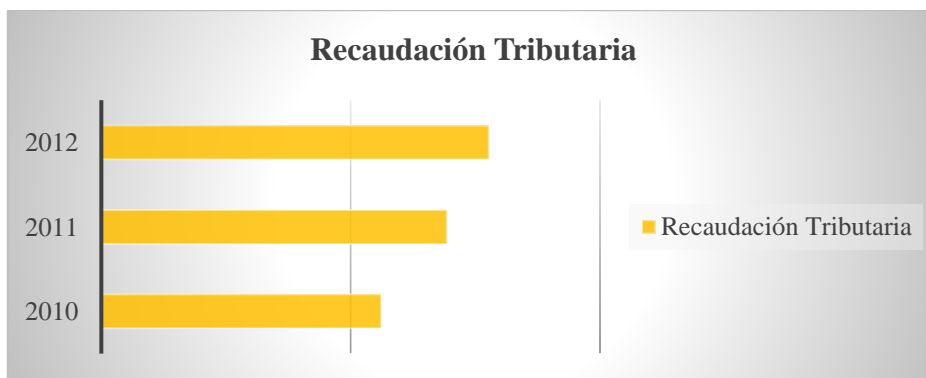


Figura 6 Servicio de Rentas Internas Recaudación tributaria en la ciudad de Guayaquil 2010–2012 en US dólares

Tomado de: SRI (2011) Estadísticas de recaudaciones. Quito – Ecuador

2.5.4. El aporte tecnológico

Todas las grandes ciudades están a la vanguardia de la tecnología de la información y de la comunicación y la ciudad de Guayaquil no es la excepción. Guayaquil, cuenta dentro de sus registros para encuestas los niveles de satisfacción por el uso de computadores, acceso internet, uso de celulares, entre otros. Los datos sobre la aplicación de las técnicas de información y comunicación en la ciudad de Guayaquil están inmersos en la provincia del Guayas, los mismos que dan como resultado lo siguiente:

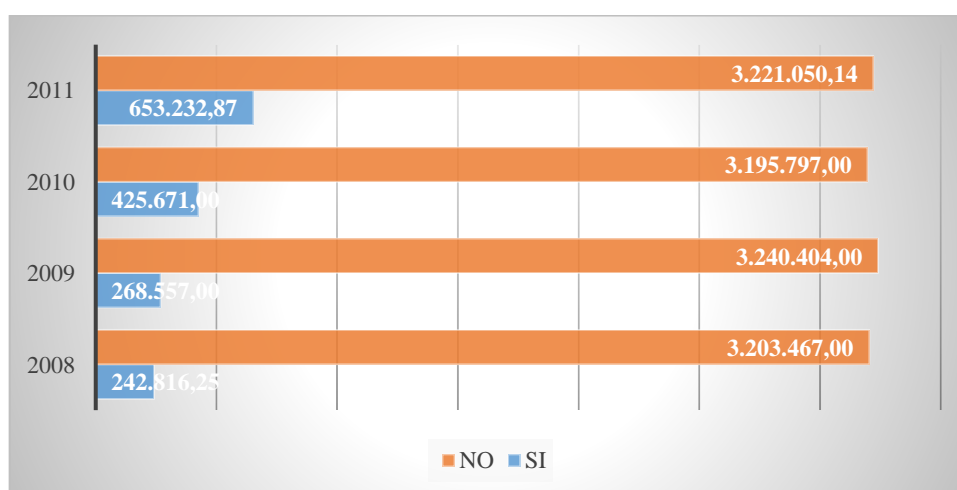


Figura 7 Provincia del Guayas - Acceso a internet 2008 – 2011 en habitantes

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos –INEC- (2011)

En el año 2009, registró el mayor número de personas que no pudieron acceder al uso y manejo de internet, con una cifra record de 3,240 millones de habitantes de la ciudad de Guayaquil. En el año 2011, se registraron 3,221 millones de habitantes de la ciudad. Esto es una cifra alarmante, debido a que la ciudad se considera una metrópolis. Se puede evidenciar que más son las personas que no tienen acceso a internet, es decir; no cuentan con el uso de una herramienta tecnológica tan avanzada como esta, que ayuda a cortar distancias entre algunos países. Asimismo, el número de personas que usan computadoras es superior a las personas que la usan. A continuación se muestran los resultados de la provincia del Guayas para los años 2008 hasta el año 2011:

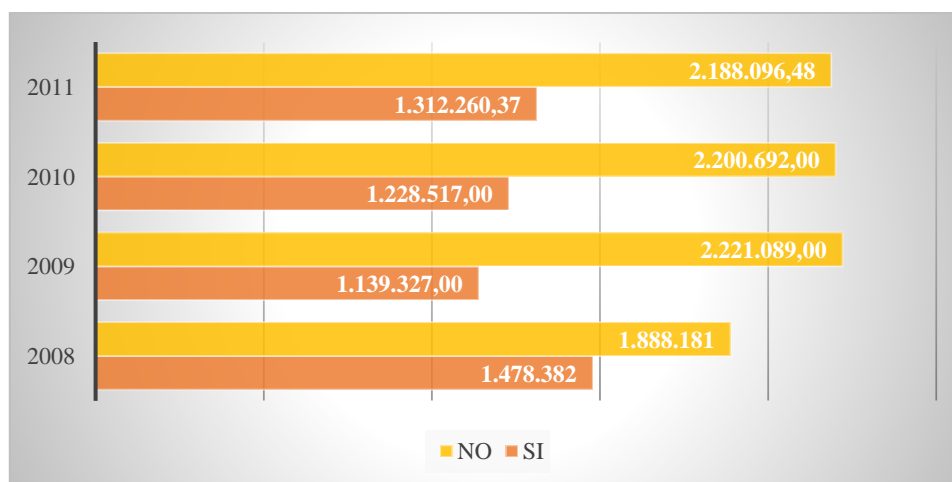


Figura 8 Provincia del Guayas – Uso de computador 2008 – 2011 En habitantes

Tomado de: Instituto Nacional de Estadística y Censos –INEC- (2011)

El año 2009, registró el mayor número de habitantes que no usaron computadores, la cifra fue de 2,221 millones de personas que no utilizaron una computadora. Esto se debió a la falta de los equipos por no tener poder adquisitivo o por no pagar el alquiler en los cyber.

Resumen Capítulo 2

La ciudad de Santiago de Guayaquil se encuentra ubicada en la cuenca baja del río Guayas, que nace en las provincias de Pichincha y Cotopaxi, y que desemboca en el Golfo de

Guayaquil en el Océano Pacífico. El comercio en la ciudad de Guayaquil, durante años ha sido uno de los sectores económicos más fuertes e importantes en el desarrollo de la urbe. Guayaquil, cuenta dentro de sus registros para encuestas los niveles de satisfacción por el uso de computadores, acceso internet, uso de celulares, entre otros. En el año 2011, se registraron 3,221 millones de habitantes de la ciudad que no pudieron acceder al uso y manejo de internet, esto es una cifra alarmante, debida a que la ciudad se considera una metrópolis.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Estudio del mercado

Como es de saber, el mercado es el lugar físico dentro de la sociedad, formado por dos elementos llamados la oferta y demanda. Este mercado es muy amplio y donde existe la competencia, la misma que ofrecen servicios similares a la empresa que se formará.

3.1.1. Análisis de la demanda

La demanda de este servicio, serán de las empresas que tienen archivos pasivos o activos, de volumen medianos y grandes, dentro de este grupo están las empresas del sector público, empresas del sector privado como los bancos y empresas de seguros y reaseguros, con la finalidad de digitalizar y virtualizar lo siguiente:

Archivos contables como las facturas de compras, documentos de los proveedores, retenciones, liquidaciones de compras, pagares, letras de cambios, cheques, pólizas, contratos, inversiones, préstamos. Por el lado del talento humano toda la documentación de los empleados cesantes y activos. En el área de ventas toda la documentación de los clientes, facturas en general, cheques de pago, Voucher, etcétera, en fin todo lo que las diferentes áreas deseen respaldar y ya no tenerlo en físico sino en digital. Un ejemplo de las empresas públicas que necesitan respaldar sus documentos es el Registro Civil del Ecuador, los aproximadamente 94 millones de documentos de ecuatorianos (libros de inscripción de nacimiento, matrimonio y defunción, tarjetas índices y dactilares) deben ser digitalizados así lo informó el director provincial del Registro Civil del Estado, Guillermo Tafur. En tanto, en las oficinas del Registro Civil del Estado, en la avenida 9 de Octubre y calle Pichincha, personal de la entidad escanea y digitaliza los documentos que las personas han obtenido

desde el 2008. Uno de los funcionarios de esta institución explicó que los documentos actuales, que se les entregan a los usuarios por las inscripciones o matrimonios que realizan, son escaneados y guardados en el sistema dentro de carpetas que tienen el número del tomo del libro en que consta registrado.

Asimismo, se archivan las partidas de nacimiento que solicitan los usuarios y que han tenido demoras en la entrega, porque no la encontraban y debieron solicitarla a Quito, con esto se logra que cuando vengan a solicitar nuevamente las partidas, no sea necesario buscarlas en los libros, sino que ya se encuentran en el sistema y la entrega sea inmediata. Otro de los trabajadores mencionó que en el departamento jurídico y escaneo de actas de matrimonio también ha habido innovaciones, ya que se escanea la marginación de divorcio; y, en el sistema del Registro Civil se cambia la información de esa pareja, de casada a divorciada.

3.1.2. Análisis de la competencia y la oferta

Dentro de las principales ofertas que varias empresas disponen de sus servicios en el mercado local están:

- I. LOCKERS ECUADOR S.A., Archivo organizado, costo bajo control, la misma que ofrece los servicios de Administración y custodia de documentos físicos y magnéticos
- Instalaciones propias o en sitio - Asesoría - Organización - Mapeo - Check List, Destrucción - Digitalización.
- II. ZONA DIGITAL IMPRENTA RÁPIDA, con el servicio de Consultoría Gráfica
Diseño: Corporativo Publicitario Industrial Soluciones Gráficas Offset Laminados Magnéticos Sellos de Seguridad Identificaciones, Manejo de Documentos, Administración de Bases de Datos.

- III. DATA MANAGEMENT & OUTSOURCING, con el servicio en archivos, almacenaje, administración, organización, inventario, depuración, verificación de contenido, in-situ, remoto, digitalización, bases de datos en línea, portales de información.
- IV. DOCUCENTRO XEROX, centros de Copiado - Copias Impresiones, con el servicio de similares características.
- V. DATA MANAGEMENT & OUTSOURCING, con el servicio de Servicios en archivos, almacenaje, administración, organización, inventario, depuración, verificación de contenido, in-situ, remoto, digitalización, bases de datos en línea, portales de información.

A continuación, se demuestra las características actuales del servicio contra la oferta:

Tabla 8 Comparación entre las ofertas del mercado y la propuesta

No.	Característica del Mercado	Oferta
1	Recopilación y clasificación de la Información	Clasificación y restauración de los documentos en mal estado
2	Escaneo en sitio (el cliente – empresa)	Escaneo en sitio o en el domicilio de la empresa de acuerdo a conveniencia del cliente
3	Entrega de información para cargar en servidor del cliente	Entrega de información en formatos que elija el cliente, subida de información previo validación
4	Autorizaciones de claves de accesos	Seguridad de la información a través de claves de acceso validadas cada treinta días
5	Costos razonables de acuerdo al mercado	Los equipos después del vencimiento del contrato pasan hacer activos fijos de del cliente

3.2. Análisis de precios

El precio de un bien o servicio es el valor, en unidades monetarias de libre circulación y aceptación oficial, que se está dispuesto a pagar por la satisfacción de una necesidad, gusto

o preferencia. Para fijar el precio de venta de un bien o servicio se debe de considerar tres aspectos importantes que son:

- La demanda
- Los costos
- La competencia

La fijación de precios constituye una decisión estratégica, ya que éste puede estimular o desanimar la demanda, influir en el posicionamiento de la marca e incide relevantemente en la rentabilidad de la empresa. Los precios promedio del mercado, sin incluir impuestos ofertados por los sistemas de audio y video por suscripción, se encuentran en USD\$ 25,60 dólares de Estados Unidos de América en adelante.

A nivel global las tarifas ofrecidas por los operadores de cable físico y televisión codificada terrestre están por debajo del promedio, mientras que las tarifas de televisión codificada satelital estarían sobre el promedio. Todos estos aspectos convierten a esta modalidad de servicio en un potencial prestador del servicio de documentos digitalizados, debido a sus accesibles costos, posible demanda potencial y especialmente al importante despliegue actual de sus redes a nivel geográfico.

De acuerdo al estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil, los precios de los proveedores del servicio de digitalización de documentos van desde los USD \$ 0,05 hasta USD\$ 0,12 centavos de dólares por hoja fotocopiada y de USD\$ 0,10 hasta USD\$ 0,50 de hoja escaneada. Los documentos, por presentar otra característica puede ir de USD \$ 0,25 hasta USD \$ 1,25 dólares por documento escaneado. De acuerdo a los resultados de las encuestas realizadas se evidencio que existe la necesidad latente en las empresas por adquirir este servicio. No existen encuestas oficiales realizadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) relacionadas a la posible demanda de este servicio, por tal

motivo los resultados que se analizaran en los siguientes temas, serán el soporte del presente análisis.

3.3. Análisis situacional FODA

En este punto se trató de analizar el posible presente de la empresa, esto es; sus fortalezas, oportunidades en el mercado actual, sus debilidades ante la competencia y las amenazas gracias a los riesgos inherentes. A continuación se detalla el análisis FODA:

Tabla 9 Análisis Situacional FODA

<p>FORTALEZA:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Calidad del servicio de atención al cliente. ▪ No existen trámites ni protocolos para proveer del servicio a los sectores específicos. ▪ Optimizamos tiempo con los clientes. 	<p>OPORTUNIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Darnos a conocer en el mercado. ▪ Atender a los sectores olvidados.
<p>DEBILIDADES:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los financiamientos para la inversión, los costos son muy elevados, debido a que la recuperación es muy alta y la recuperación es a mediano plazo. ▪ Exigencias en los concursos e invitaciones del sector público. 	<p>AMENAZAS:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Los grandes competidores del mercado. ▪ Los precios pequeños en los grandes proveedores, debido a la inversión que ellos pueden hacer, abaratando los precios dentro del mercado local.

3.4. Definición del servicio

Es la digitalización de todo documento que la empresa decida perpetuarla en el tiempo y a su vez con la virtualización, con acceso inmediato a cada uno de los mencionados documentos en cualquier parte del mundo que los usuarios de la información lo necesiten, previo autorización y definición de los perfiles.

3.5. Estudio de comercialización del servicio

Por comercialización se entienden al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercadería, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. La compañía comercializará el servicio a través de:

1. Publicidad web.
2. Publicidad en medios volantes.
3. Visitas institucionales: se visitará a empresas públicas y privadas.
4. Publicidad por recomendaciones de servicios prestados.
5. Prensa escrita local.

Como se ha mencionado, se contará con una oficina cercana al sector centro para poder hacer base y que los técnicos tengan todas las facilidades para instalar a la brevedad posible los equipos.

3.6. Posicionamiento en el mercado local

El objetivo de lanzar al mercado esta empresa es con la finalidad de servir a las empresas de todos los sectores económicos del Ecuador, en especial el mercado local, que es el de la ciudad de Guayaquil, para ver resultados a mediano plazo y consolidarse como una empresa de un excelente servicio en los próximos tres años. La empresa tiene como finalidad

brindar servicios y soluciones de administración que aceleran y reducen el costo de los procesos, mientras el cliente logra el mayor nivel de optimización. Ayudar a las compañías de seguros y bancos de todo el mundo a disminuir los costos y aumentar las ganancias gracias a este servicio, que mejoran el valor para el cliente y administran de manera efectiva las regulaciones más estrictas.

Estas soluciones, los centros de atención al cliente, sistemas de auto servicio en línea y pago electrónico, impresión móvil y diseño de comunicaciones - lo ayudan a brindar servicios públicos y comunicaciones, aumentar los ingresos y la eficiencia e implementar los controles de fraude y costo. A las instituciones en general, para que afrontar actualmente los desafíos de potenciar las inscripciones y admisiones, satisfacer la demanda de apoyo financiero, idear nuevas maneras de atraer donantes y controlar costos. Nuestras soluciones – desde admisiones e inscripciones a apoyo financiero y servicios de declaración impositiva – lo ayudarán a afrontar esos desafíos con eficacia.

Desde autos a productos deportivos. Desde computadoras a electrodomésticos. Los servicios de Xerox ayudan a las empresas líderes de la industria de la producción a administrar un sólido entorno comercial. Los servicios de Xerox ayudan a los minoristas y fabricantes de productos para el consumidor a enfocarse en ganar una buena posición ante el cliente mientras que modernizan los procesos de documentos y reducen los costos. Esta es una gran oportunidad para la empresa Virtualscan, debido al valor agregado que se ofrecerá, un nuevo modelo ecológico con la eliminación de los documentos considerados para las bajas y el software en la nube, de acceso a cualquier hora del día en cualquier día del año.

3.7. Metodología de la investigación

La información a obtener será una información que permita ser muy objetivo en el análisis, para así poder tomar las decisiones correctas y en el tiempo oportuno. La

información será información de fuentes primarias y secundarias. Para resolver cada inquietud, que se presente dentro del trabajo de investigación, que está en concordancia con los objetivos propuestos y la hipótesis, se utilizará la siguiente metodología:

- a. Fuentes bibliográficas: una revisión y evaluación de libros actualizados, documentos y/o revistas vigentes y de credibilidad para un adecuado análisis, elaboración de resúmenes, para obtener conclusiones coherentes y precisas relacionadas al trabajo.
- b. Técnicas tales como las estadísticas y matemáticas para buscar las relaciones de las variables a analizar.
- c. Recursos tecnológicos: aplicación y manejo de utilitarios informáticos para la elaboración de histogramas, cuadros estadísticos y demás herramientas que permitan demostrar a satisfacción el trabajo de investigación.
- d. Herramientas de seguimiento de proyectos y presentaciones parciales como son la Carta Gantt y el Paper.

3.8. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es la táctica que el investigador tiene para resolver al problema planteado. El proyecto de estudio responde a una modalidad de investigación de campo-proyecto factible, debido a que el estudio que se realizó es sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observó los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Modalidad de campo

Según Yépez, E. (2005) la define así: “Es el estudio sistemático de problemas, en el lugar en que se producen los acontecimientos con el propósito de describir, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza e implicaciones, establecer los factores que lo motivan y permiten prescindir su ocurrencia”.

En esta modalidad de investigación el investigador toma contacto en forma directa con la población, para obtener datos directos a través de una observación. En esta modalidad existe un mayor grado de subjetividad, dado que el sujeto está más relacionándose con la apariencia del problema antes que con la esencia. (Yépez, 2005, p.2). También se puede definir esta modalidad como el estudio de problemas en el lugar en que se producen los acontecimientos, con el propósito de descubrir, explicar causas y efectos.

Modalidad factible o de intervención

Según Yépez (2005) la describe así: “Comprende la elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable, para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales”. Para su formulación, ejecución debe apoyarse en investigaciones de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades.

En la estructura del Proyecto Factible, deben constar las siguientes etapas: Diagnóstico, Planteamiento y Fundamentación Teórica de la propuesta, procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del proyecto; y en caso de su desarrollo, la ejecución de la propuesta y evaluación tanto del proceso, como de sus resultados. Es decir, es un proyecto factible porque durante la investigación se plantea una propuesta de aplicación de una guía alimenticia para difundirla los docentes de la institución que facilitarían el proceso de enseñanza aprendizaje dirigido a los representantes legales de sus estudiantes con la aplicación de estrategias metodológicas. Además presenta la característica de ser viable en su ejecución, tanto en la aplicación de instrumentos de recolección de datos así como también en la disponibilidad de tiempo y recursos.

- **Exploratoria.-** se considera la investigación exploratoria como la ideal debido a que es un tipo de investigación que permitirá examinar los primeros vistazos generales de

conocimiento y entendimiento sobre este tipo de servicio. Una investigación concluyente no permitiría analizar el problema de forma más global, sino que serviría para entender o encontrar la solución de un problema específico. Este tipo de investigación no sería de mucha utilidad, ya que no se obtendrían las ideas necesarias que se espera obtener en el trabajo de campo.

Según su periodicidad:

- **AD HOC.-** La investigación de mercado aplicada será bajo pedido, es decir, se realizará una sola vez con el principal objetivo de identificar la situación actual, respecto al comportamiento del consumidor.
- **Descriptiva:** consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento (Malhotra, 2004). Los datos descriptivos se expresan en términos cualitativos y cuantitativos. En el caso en particular del presente trabajo se realizará en términos cuantitativos es decir por medio de encuestas.

Entre tanto, se deberá buscar información respecto a publicaciones, informes y reportes de diferentes organismos con el fin de tener una idea clara de los acontecimientos actuales de las empresas que tienen relación con el uso de la digitalización o la necesidad de la misma.

- **Explicativa:** Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación postfacto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos. La investigación explicativa intenta dar cuenta de un aspecto de la realidad, explicando su significatividad dentro de una teoría de referencia, a la luz de leyes o generalizaciones que dan cuenta de hechos o fenómenos que se producen en determinadas condiciones. Dentro de la investigación científica, a nivel explicativo, se dan dos elementos:
 - Lo que se quiere explicar: se trata del objeto, hecho o fenómeno que ha de explicarse, es el problema que genera la pregunta que requiere una explicación.
 - Lo que se explica: La explicación se deduce (a modo de una secuencia hipotética deductiva) de un conjunto de premisas compuesto por leyes, generalizaciones y otros enunciados que expresan regularidades que tienen que acontecer. En este sentido, la explicación es siempre una deducción de una teoría que contiene afirmaciones que explican hechos particulares.

3.9. Técnica e Instrumento de Recolección de Datos

Para el trabajo de campo, existen algunas técnicas de carácter cualitativo que son esenciales a la hora de recolectar información como. Se cree que la siguiente, es la técnica más adecuada para implementar en el estudio de mercado:

- **La observación.-** es la técnica para recoger datos que consiste básicamente, en observar, acumular e interpretar las actuaciones, comportamientos y hechos de las personas u objetos, tal y como las realizan habitualmente. En este proceso se busca contemplar en

forma cuidadosa y sistemática cómo se desarrolla dichas características en un contexto determinado, sin intervenir sobre ellas o manipularlas. También se conoce como observación a la nota escrita que explica, aclara o corrige un dato, error o información que puede confundir o hacer dudar. Por lo general, esta aclaratoria se encuentra en libros, textos o escritos. En el acto de observación se pueden distinguir: el observador, el objeto de observación, los medios para observar, las condiciones de la observación y, el sistema de conocimientos relacionados con la finalidad de las observaciones y las interpretaciones que resulten de ella.

- **La encuesta.-** la encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con intención de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población mediante la encuesta se obtienen datos de interés sociológico interrogando a los miembros de un colectivo o de una población.

3.10. Población y muestra

3.10.1. Población

Se realizará la investigación en la ciudad de Guayaquil, con la población de esta ciudad y de clase económica media alta en el sector norte. La población será indefinida por lo que se aplicará la fórmula de muestra de población indefinida. Para que el tamaño de la muestra sea el adecuado, es preciso realizar el cálculo pertinente. Por lo tanto, para calcular el tamaño muestral es indispensable conocer el número de personas que conforman el mercado objetivo. Si la población (n) es mayor a 100.000 personas, la

población es infinita, y se aplica la fórmula de tamaño muestral (n) para poblaciones infinitas.

Tabla 10 Población

No.	EMPRESAS	NÚMERO	%
1	Municipalidad de Guayaquil (empleados administrativos)	1.650	25,01%
2	Gobierno Provincial del Guayas (empleados administrativos)	1.368	20,73%
3	Empresa Pública de agua del Cantón de Daule	80	1,22%
4	Edificio Palacio de Justicia (visitantes)	2.000	30,31%
5	Edificio Word Trade Center (locales y visitantes)	1.500	22,73%
	TOTAL	6.598	100,00%

3.10.2. Muestra

El Tipo de muestreo es probabilístico. La ventaja del muestreo probabilístico es que genera muestras más representativas del mercado meta, ya que no hay discriminación de ningún elemento poblacional. En el muestreo probabilístico, todos los elementos de la población tienen una probabilidad (oportunidad) conocida y exacta de ser seleccionado en la muestra.

Una vez determinada y justificada la idea de la investigación, planteado los objetivos, hipótesis e interrogantes de estudio y teniendo detalle de la fundamentación teórica, se debe de tener una directriz sobre la forma de estudiar el problema definiendo la población o muestra con la cual se desarrollará la investigación (Hernández Sampieri, 2010, p. 174). Según Jany (1994), población es *la totalidad de elementos o individuos que tienen características similares y sobre las cuales se desea hacer inferencia*. Las dos definiciones anteriores tienen validez para el fin de la presente investigación. En el caso concreto de la presente investigación, la población está conformada por cinco empresas seleccionadas para la realización del presente estudio de mercado:

Se entiende por muestra a una parte representativa de la población. Para el estadista Andino P. (2005), señala a la muestra como: “La muestra es la parte de la población que se selecciona y de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre la cual se efectuarán la mediación y la observación de las variables de estudio”. La muestra es un subconjunto, extraído de la población (mediante técnicas de muestreo), cuyo estudio sirve para inferir características de toda la población. El muestreo se emplea cuando el universo a investigar es muy grande o amplio y resulta imposible o muy difícil de investigar a todos los elementos, para lo cual se debe aplicar la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$

Donde, se tiene que:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

E^2 = Error máximo admisible = 0.0025

Si se aplica la presente fórmula a la población seleccionada, se tendrá como resultado lo siguiente:

$$n = \frac{1.649}{4,293133 + 0,25}$$

$$n = 363,07$$

$$n = 363$$

Tabla 11 Muestra

No.	INVOLUCRADOS	POBLACIÓN	MUESTRA	%
1	Municipalidad de Guayaquil (empleados administrativos)	1.650	91	25,01%
2	Gobierno Provincial del Guayas (empleados administrativos)	1.368	75	20,73%
3	Empresa Pública de agua del Cantón de Daule	80	4	1,22%
4	Edificio Palacio de Justicia (visitantes)	2.000	110	30,31%
5	Edificio Word Trade Center (locales y visitantes)	1.500	83	22,73%
	TOTAL	6.598	363	100,00%

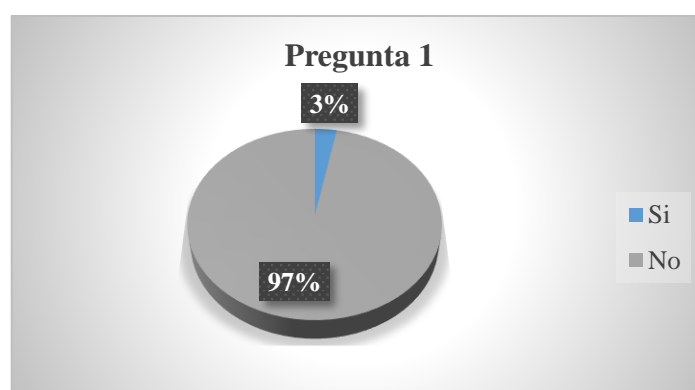
3.11. Análisis e Interpretación de los resultados

En este apartado se analizarán los datos recopilados de las preguntas planteada en la encuesta, que se detallan a continuación:

Preguntas

1.- ¿Tiene su empresa implementado algún sistema de digitalización y virtualización de documentos?

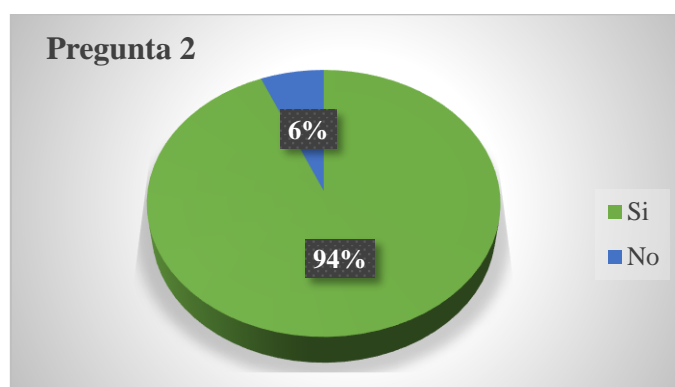
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	11	3%
No	352	97%
Total	363	100%



El 3% por ciento de los encuestados, contestaron que si tenían en su empresa un sistema de digitalización de documentos, pero es preocupante que el 97% ni siquiera conozcan esta herramienta, es decir; 352 personas encuestadas desconocen las bondades y las ventajas de escanear y respaldar los documentos.

2.- ¿Estaría interesado en incorporar e implementar una solución de digitalización y virtualización de documentos en la empresa donde usted labora?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	340	94%
No	23	6%
Total	363	100%

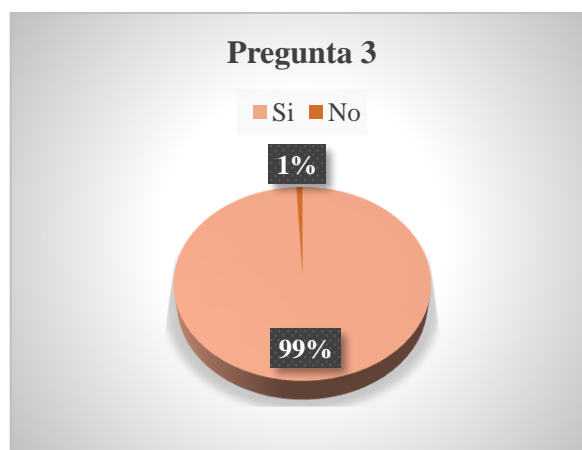


El 94% por ciento de los encuestados, es decir, 340 personas, contestaron que si tenían interés en que su empresa exista un sistema de digitalización de documentos, para conocer a esta herramienta, sus bondades y ventajas de escanear y respaldar los documentos.

3.- ¿Cree usted, que el sistema de digitalización y virtualización mejoraría el actual procedimiento que lleva su empresa sin el sistema?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	360	99%
No	3	1%

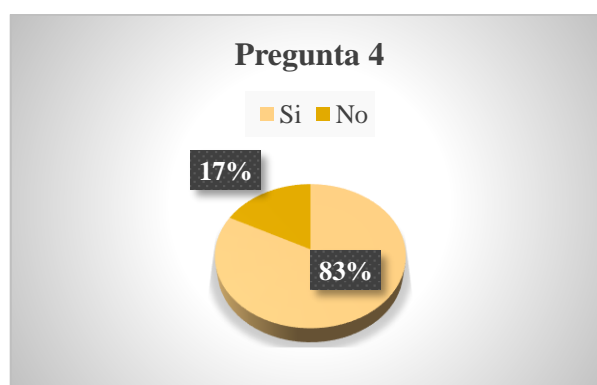
Total	363	100%
-------	------------	-------------



El 99% por ciento de los encuestados, es decir, 360 personas, contestaron que un sistema de digitalización de documentos, mejoraría el desempeño y rendimiento de las actividades dentro de sus empresas.

4.- ¿Cree usted, que su empresa estaría dispuesta a pagar por este servicio?

RESPUESTA	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	300	83%
No	63	17%
Total	363	100%

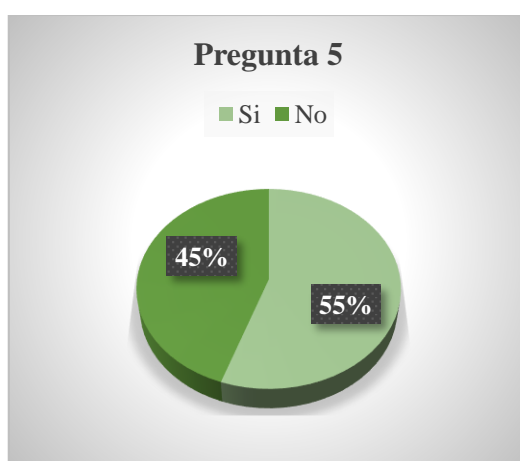


El 83% por ciento de los encuestados, es decir, 300 personas, contestaron que la empresa podría destinar un rubro para contratar los servicios de un proveedor que instale un

sistema de digitalización de documentos, lo cual ayudaría al desempeño y rendimiento de las actividades dentro de sus empresas.

5.- ¿Cree usted, que el sistema de digitalización fortalecerá la competitividad y crecimiento de la empresa en el mercado local?

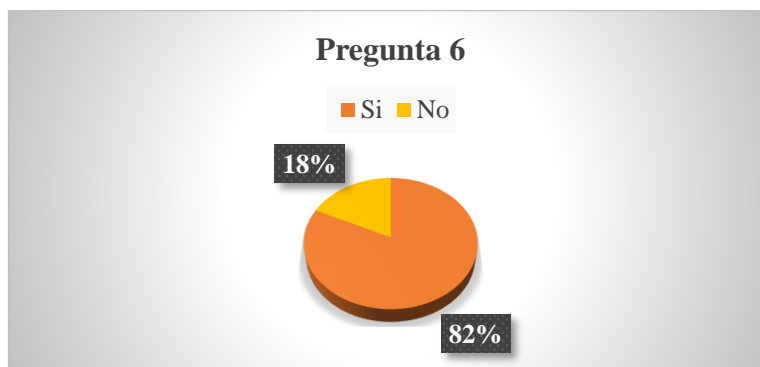
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	201	55%
No	162	45%
Total	363	100%



La opinión fue dividida, el 55% por ciento de los encuestados, es decir, 201 personas, contestaron que la empresa tendría un fortalecimiento y competitividad por la implementación del sistema de digitalización de documentos, mientras que el 45% de los encuestados, es decir; 162 personas, contestaron que no sería necesario.

6.- ¿Estaría dispuesto a dar el paso en la tecnología y tener una empresa 0 papeles?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	298	82%
No	65	18%
Total	363	100%



El 82% por ciento de los encuestados, es decir, 298 personas, contestaron que si estarían dispuestos a entrar a formar parte de las empresas cero papeles, lo que ayudaría a promover el ahorro en el gasto de suministros y papelería. Mientras que el 18% contestaron que no entrarían en ese grupo de empresas.

7.- ¿Cree usted que, con este nuevo sistema está colaborando con el medio ambiente?

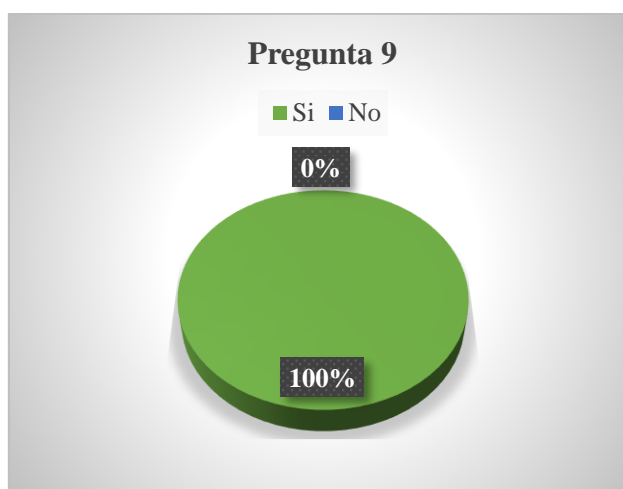
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	360	99%
No	3	1%
Total	363	100%



El 99% por ciento de los encuestados, es decir, 360 personas, contestaron que un sistema de digitalización de documentos, ayudaría al medio ambiente y al ahorro de la empresa.

8.- ¿Responda: Está de acuerdo que se implemente una herramienta web la cual solucione los problemas de digitalización de los documentos de su empresa y estos se encuentren disponibles las 24 horas del día, los 7 días de la semana y los 365 días del año?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	363	100%
No	0	0%
Total	363	100%



El 100% por ciento de los encuestados, es decir, 363 personas, contestaron que tener acceso a la información de su empresa mediante un sistema de digitalización de documentos, los 365 días del año a cualquier hora, ayudaría a mejorar las decisiones de la empresa.

Resumen Capítulo 3

La demanda de este servicio, serán de las empresas que tienen archivos pasivos o activos, de volumen medianos y grandes, dentro de este grupo están las empresas del sector público, empresas del sector privado como los bancos y empresas de seguros y reaseguros. De acuerdo al estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil, los precios de los proveedores del servicio de digitalización de documentos van desde los USD \$ 0,05 hasta USD\$ 0,12 centavos de dólares por hoja fotocopiada y de USD\$ 0,10 hasta USD\$ 0,50 de hoja escaneada. Los documentos, por presentar otra característica puede ir de USD \$ 0,25

hasta USD \$ 1,25 dólares por documento escaneado. Los servicios de Xerox ayudan a los minoristas y fabricantes de productos para el consumidor a enfocarse en ganar una buena posición ante el cliente mientras que modernizan los procesos de documentos y reducen los costos.

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

4.1. Título de la propuesta

Crear una empresa que ofrezca servicios de virtualización y digitalización de documentos Virtualscan, en la ciudad de Guayaquil, para el año 2015.

4.2. Justificación de la propuesta

En la actualidad, es importante que las empresas en general mantengan respaldos de sus archivos físicos y con mayor razón, si esta información esté disponible los 365 días del año y en cualquier parte del mundo. Este tipo de inversión, las empresas pueden realizar siempre y cuando tengan en sus archivos un número considerable de documentos, que de acuerdo a la actividad que ejercen o ejecutan, serían de mucha importancia para las empresas, clientes, proveedores y organismos de control en el sector privado o público. Por estas razones, las empresas que proveen los sistemas de virtualización y digitalización cuentan con un gran mercado en el sector económico ecuatoriano, debido a que las empresas no respaldan la información de una manera virtual.

Adicionalmente, se debe indicar, que el Ecuador, vive aires de cultura tributaria, lo que demanda guardar física y digitalmente todos los comprobantes de ventas y documentos complementarios, tales como las facturas emitidas y recibidas así como los comprobantes de retenciones generados y emitidos a favor de terceros, siempre que la empresa sea un agente retención.

4.3. Objetivo general de la propuesta

Realizar un estudio para analizar la factibilidad de una empresa que ofrezca servicios de virtualización y digitalización de documentos, en la ciudad de Guayaquil, para el año 2015.

4.4. Objetivos específicos de la propuesta

Guardando relación con los resultados alcanzados en las encuestas, se establecieron los siguientes objetivos:

1. Mejorar el rendimiento de las actividades administrativas del cliente que adquiera el servicio de digitalización de documentos.
2. Que el cliente mejore su nivel de competitividad en el mercado local y fortalezca su imagen empresarial.
3. Ser una empresa *Cero papeles*.
4. Incorporar en la mayor cantidad de empresas potenciales la herramienta web que solucione los problemas de digitalización de la empresa y con disponibilidad los 365 días del año.

4.5. Hipótesis de la propuesta

El realizar un estudio de factibilidad para una empresa que ofrezca los servicios de digitalización y escaneo de documentos, ayudará a optimizando el tiempo de los usuarios de la información e incentivará a mejorar la cultura y filosofía de cero papeles.

4.6. Desarrollo de la propuesta

Dentro del contenido de la propuesta, se menciona los elementos con el que cuenta el proceso de digitalización de documentos, y estos son:

Proceso 1: digitalización de la información.- digitalización es el proceso de convertir documentos en papel a imágenes digitales a través de un scanner o cámara digital. Las imágenes obtenidas pueden ser integradas en un sistema de gestión que permita la consulta, recuperación y distribución de las mismas. Por tal razón, se pretende digitalizar todos los documentos y papeles que el cliente considere necesario para crear un respaldo magnético.

Con la digitalización se pretende:

- ✓ Eliminar los costos en operaciones administrativas
- ✓ Aumentar la productividad en las actividades internas y externas de la empresa
- ✓ Agilidad en los procesos tecnológicos y administrativos
- ✓ Mejorar la satisfacción de los clientes y los usuarios de la información
- ✓ Ser una empresa “cero papeles”.

Para este proceso se consideran los siguientes pasos:

1. Verificar contenido y estado del archivo
2. Depurar información
3. Separar y preparar documentos a digitalizar
4. Digitalizar
5. Verificar la calidad de las imágenes
6. Almacenar información digitalizada
7. Armar base de datos para consulta del cliente
8. Indexar información
9. Quema de información
10. Entrega de producto terminado.



Figura 9 Esquema de digitalización de documentos

Modificado por: Lsi. Paúl Herrera G.

Proceso 2: subida de información en la nube.- almacenar en un servidor bajo la modalidad de web, la información del cliente que fue digitalizada y clasificada en los archivos digitales. Que el cliente y los usuarios de la información que permita el cliente puedan subir y bajar información oportuna en cualquier momento y a cualquier distancia, rompiendo los límites tradicionales, sean estos usuarios privados o públicos. Para este proceso se consideran los siguientes pasos:

1. Ingresar al sitio web del proveedor o la empresa Virtualscan
2. Ingresar la cuenta pre-asignada por el cliente y el proveedor
3. Realizar las consultas de la información requerida
4. Subir o bajar archivos
5. Salir del sitio web.

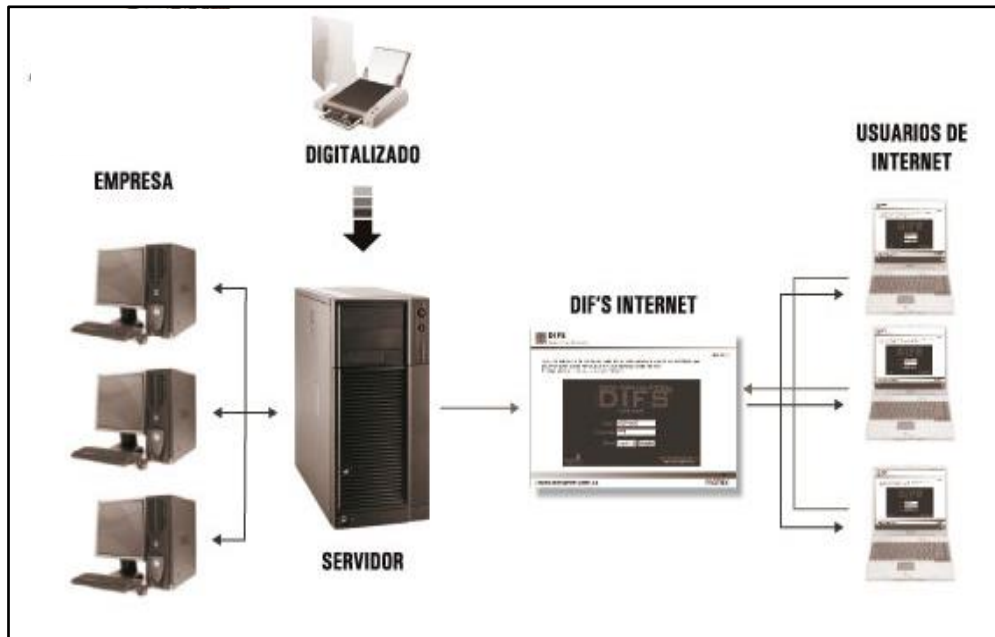


Figura 10 Esquema de documentos en la Nube

Modificado por: Lsi. Paúl Herrera G.

4.7. Costo - beneficio de la propuesta

En la actualidad, el problema de manejar cantidades exageradas de información, dificultan la manipulación de la información en las empresas, lo que origina lo siguiente:

- ✓ Pérdida de tiempo en buscar información.
- ✓ Pérdida de información y documentos de suma importancia.
- ✓ Una incorrecta clasificación de información requerida.
- ✓ Información no oportuna ni precisa.

La virtualización permite ejecutar diferentes sistemas operativos sobre una misma máquina física. Sin la virtualización puede ejecutarse un único sistema operativo sobre una máquina física que con la virtualización es posible ejecutar varios. El rendimiento de digitalización de calidad de producción que permite procesar más de 1,000 imágenes por minuto. Asimismo, el escaneado de alto volumen ofrece a los clientes modos de autoservicio, como el envío de solicitudes de préstamos y otros procesos automatizados. La compatibilidad

con una amplia gama de interfaces de escaneado, como e-mail, dispositivos de terceros, para la captura de documentos electrónicos e impresos, y el control de los dispositivos distribuidos en toda la empresa. Esto permite la ampliación desde cientos a miles de usuarios en cada sector de su extensa organización. Es flexible, se puede personalizar para admitir una gran variedad de aplicaciones de negocio de su línea de negocios y puede funcionar con todas las plataformas de hardware y software más comunes.

4.8. Detalle de inversión inicial

En la tabla 12 se muestra que es necesario adquirir muebles y enseres, para el personal descrito en los siguientes puntos. Adicionalmente, se requiere comprar equipos de oficina y de cómputo de tecnología actual para brindar un mejor servicio de calidad y a su vez, equipos de scanner, un servidor y ups. A continuación se detalla los rubros que se deberán invertir y que será considerados para gestionar un crédito en una entidad bancaria:

Tabla 12 Detalle de inversión

DETALLE DE INVERSIÓN				
Rubro	Unidad	Valor Unitario	Subtotal	Total
Muebles y enseres				\$ 1.170
Sillas de oficina	4	\$ 80	\$ 320	
escritorio	1	\$ 300	\$ 300	
Muebles y enseres	1	\$ 450	\$ 450	
archivador	1	\$ 100	\$ 100	
Equipos de Oficina				\$ 120
Teléfono	2	\$ 40	\$ 80	
papelería	1	\$ 40	\$ 40	
Computo y tecnología				\$ 14.800
computador tecnología I7	2	\$ 900	\$ 1.800	
servidor hp proliant 350 g8	1	\$ 8.000	\$ 8.000	
UPS 2kva	2	\$ 1.000	\$ 2.000	
scanner epson work forces	2	\$ 1.500	\$ 3.000	
TOTAL				\$ 16.090

El valor total que se requerirá como parte de la inversión es de USD \$16.090.

4.9. Ventas Proyectadas

En la tabla 13 se muestra el cálculo de los servicios que se ofrecerá por parte de la nueva empresa. En este caso, existen los servicios de digitalización, de escaneo y de soporte informático ilimitado. El valor unitario de digitalización y escaneo está considerado por el sondeo de la competencia directa e indirecta sin embargo, el servicio de soporte informático estaría de acuerdo al precio de mercado de profesionales técnicos dispuestos a brindar servicio personalizado es decir, por debajo del precio de mercado ya que el personal que trabajará en la empresa será capacitado y brindará servicio técnico puntual en relación a la operación del giro del negocio de la empresa.

Tabla 13 Detalle de cálculo en ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS					
No.	LISTADO DE PRODUCTOS	VALOR UNITARIO	ESTIMACIÓN VENTAS POR MES	INGRESOS MENSUALES	INGRESO ANUAL
1	Servicios de digitalización	\$ 0,90	4000	\$ 3.600	\$ 43.200
2	Servicios de escaneado	\$ 0,10	4000	\$ 400	\$ 4.800
3	servicio de soporte informático ilimitado	\$ 10,00	500	\$ 5.000	\$ 60.000
				TOTAL	\$ 108.000,00

El valor de ingreso anual sin considerar en un incremento es de USD \$ 108.000 no obstante, en el flujo de ingresos, de egresos y el de caja si se considerará el tiempo proyectado a cinco años.

4.10. Flujo de ingresos proyectados

En la siguiente tabla 14 se detalla el flujo de ingresos operacionales es decir, el ingreso de ventas de la empresa durante cinco años. Por otro lado, se detalla un ingreso no operacional que sería el de recibir el crédito por parte de la institución financiera por el monto

del requerimiento de la inversión que se encuentra detallada en la tabla 12. La empresa tiene considerado dentro de su planificación recibir en el primer año USD \$ 108.000 y luego un incremento del cinco por ciento anualmente como parte de un escenario conservador.

Considerando que existe una demanda latente y una falta de competencia directa bien podría aumentar en un 10%, 15% o 20% sin embargo, se decidió considerar un escenario del cinco por ciento anual.

Tabla 14 Detalle de flujo de ingresos operacionales

INGRESOS	AÑOS					TOTAL
	1	2	3	4	5	
INGRESOS OPERACIONALES						
Ingresos por Ventas	\$ 108.000	\$ 113.400	\$ 119.070	\$ 125.024	\$ 131.275	\$ 596.768
INGRESOS NO OPERACIONALES						
Crédito IFI	\$ 16.090					\$ 16.090
TOTAL INGRESO	\$ 124.090	\$ 113.400	\$ 119.070	\$ 125.024	\$ 131.275	\$ 612.858

4.11. Detalle de gastos de personal

A continuación en la tabla 15 se detalla el gasto personal en donde se muestra que es necesario contratar un jefe administrativo, cuatro de servicio al cliente, una recepcionista, un vendedor y un digitalizador. En ese sentido, se requerirá un solo digitalizador puesto que el equipo de digitalización y escaneo es de última tecnología, fácil para dar facilidad de trabajo en tiempo y en consecuencia en dinero.

Tabla 15 Gastos del personal

GASTOS DE PERSONAL						
NO.	CARGO	NO.	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	Beneficios Sociales	TOTAL ANUAL
1	Jefe Administrativo	1	\$ 900	\$ 10.800	40%	\$ 15.120
2	Servicio al cliente	4	\$ 500	\$ 24.000	40%	\$ 33.600
3	Recepcionista	1	\$ 380	\$ 4.560	40%	\$ 6.384
4	Vendedor	1	\$ 380	\$ 4.560	40%	\$ 6.384
5	Digitalizadores	1	\$ 380	\$ 4.560	40%	\$ 6.384
	Total	8		\$ 48.480,00		\$ 67.872

El número total de empleados es ocho y el sueldo anual asciende en USD \$67.872 incluyendo beneficios sociales.

4.12. Egresos proyectados

En la tabla 16 se detalla los egresos proyectados durante los próximos cinco años. Se ha considerado un costo de producción de USD \$3.000 en el primer año y en los siguientes con un aumento del 5% anual. En los gastos operativos se tiene previsto cubrir en depósito de garantía por la oficina que se va a arrendar que son dos meses por anticipado; el alquiler mensual del local, la inversión en el año cero de los equipos de cómputo, y el gasto mensual en servicios básicos. Además, los gastos legales de constitución de la empresa y los permisos respectivos. Por otra parte, se detalla los gastos administrativos es decir de la estructura organizacional y los gastos financieros que incluye interés y capital dado que se requerirá realizar un crédito financiero.

Tabla 16 Detalle de egresos proyectados

EGRESOS PROYECTADOS							
CUENTAS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	Total
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 3.000	\$ 3.150	\$ 3.308	\$ 3.473	\$ 3.647	\$ 16.577
GASTOS OPERATIVOS							
DEPOSITO DE GARANTÍA	\$ 2.400						\$ 2.400
ALQUILER DEL LOCAL		\$ 1.200	\$ 1.260	\$ 1.323	\$ 1.389	\$ 1.459	\$ 6.631
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 14.800						\$ 14.800
SERVICIOS BÁSICOS		\$ 4.800	\$ 5.040	\$ 5.292	\$ 5.040	\$ 5.292	\$ 25.464
GASTOS LEGALES							
G. CONSTITUCIÓN LEGAL y PERMISOS	\$ 1.000	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 2.250
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 339.360
GASTOS FINANCIEROS							
INTERÉS		\$ 1.491	\$ 1.218	\$ 916	\$ 582	\$ 214	\$ 4.422
CAPITAL TRABAJO		\$ 2.611	\$ 2.884	\$ 3.186	\$ 3.520	\$ 3.889	\$ 16.090
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.000						\$ 1.000
TOTAL DE EGRESOS	\$ 19.200	\$ 81.224	\$ 81.674	\$ 82.147	\$ 82.147	\$ 82.622	\$ 428.994

Se puede apreciar que el detalle de los egresos aumenta debido a que se ha considerado un incremento en los costos de producción, gastos de servicio básico, alquiler de oficina con un incremento del 5%.

4.13. Flujo de Caja consolidado

Tabla 17 Flujo de caja consolidado

FLUJO DE CAJA CONSOLIDADO							
INGRESO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERACIONALES							
Ingresos por Ventas		\$ 108.000,00	\$ 113.400,00	\$ 119.070,00	\$ 125.023,50	\$ 131.274,68	\$ 596.768,18
INGRESOS NO OPERACIONALES							\$ -
Crédito IFI	\$ 16.090,00						\$ 16.090,00
TOTAL INGRESO	\$ 16.090,00	\$ 108.000,00	\$ 113.400,00	\$ 119.070,00	\$ 125.023,50	\$ 131.274,68	\$ 612.858,18
EGRESOS							
COSTOS DE PRODUCCIÓN		\$ 3.000	\$ 3.150	\$ 3.308	\$ 3.473	\$ 3.647	\$ 16.577
GASTOS OPERATIVOS							
DEPOSITO DE GARANTÍA		\$ 2.400					\$ 2.400
ALQUILER DEL LOCAL		\$ 1.200	\$ 1.260	\$ 1.323	\$ 1.389	\$ 1.459	\$ 6.631
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 14.800						\$ 14.800
SERVICIOS BÁSICOS + INTERNET		\$ 4.800	\$ 5.040	\$ 5.292	\$ 5.040	\$ 5.292	\$ 25.464
GASTOS LEGALES							
G. CONSTITUCIÓN LEGAL		\$ 1.000					\$ 1.000
PERMISOS		\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 250	\$ 1.250
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 67.872	\$ 339.360
GASTOS FINANCIEROS							
INTERÉS		\$ 1.491	\$ 1.218	\$ 916	\$ 582	\$ 214	\$ 4.422
CAPITAL TRABAJO		\$ 2.611	\$ 2.884	\$ 3.186	\$ 3.520	\$ 3.889	\$ 16.090
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 1.000						\$ 1.000
TOTAL DE EGRESOS	\$ 15.800	\$ 84.624	\$ 81.674	\$ 82.147	\$ 82.126	\$ 82.622	\$ 428.994
TOTAL DE FLUJO DE CAJA	290,00	23.375,62	31.725,62	36.923,12	42.897,10	48.653,17	183.864,63

En la tabla 17 se puede apreciar que en el flujo de caja que existe una utilidad en los cinco años y que el negocio es sustentable financieramente.

En el primer año este negocio generaría un valor de USD \$23.375,62. A continuación en la tabla 18 se muestra la tabla de amortización del crédito de USD \$16.090 que se solicitará a un plazo de 60 meses con un interés del 10% cuya cuota mensual es de USD \$341,86.

4.14. Tabla de Amortización

Tabla 18 Tabla de amortización del crédito

	Monto a financiar	\$	16.090	
	Plazo en meses:		60	meses
	Plazo en meses de gracia		0	meses
	Tasa de interés:		10,00%	
	Valor de la cuota mensual	\$	341,86	
	Fecha de emisión:		14-dic-14	
	Fecha de primer pago:		14-ene-15	

# DE CUOTAS	FECHA DE VEN.	VALOR CUOTA	INTERES	CUOTA CAPITAL	SALDO CAPITAL
1	14-01-2015	\$ 341,86	\$ 134,08	\$ 207,78	\$ 15.882,22
2	14-02-2015	\$ 341,86	\$ 132,35	\$ 209,51	\$ 15.672,71
3	14-03-2015	\$ 341,86	\$ 130,61	\$ 211,26	\$ 15.461,45
4	14-04-2015	\$ 341,86	\$ 128,85	\$ 213,02	\$ 15.248,43
5	14-05-2015	\$ 341,86	\$ 127,07	\$ 214,79	\$ 15.033,63
6	14-06-2015	\$ 341,86	\$ 125,28	\$ 216,58	\$ 14.817,05
7	14-07-2015	\$ 341,86	\$ 123,48	\$ 218,39	\$ 14.598,66
8	14-08-2015	\$ 341,86	\$ 121,66	\$ 220,21	\$ 14.378,45
9	14-09-2015	\$ 341,86	\$ 119,82	\$ 222,04	\$ 14.156,40
10	14-10-2015	\$ 341,86	\$ 117,97	\$ 223,89	\$ 13.932,51
11	14-11-2015	\$ 341,86	\$ 116,10	\$ 225,76	\$ 13.706,75
12	14-12-2015	\$ 341,86	\$ 114,22	\$ 227,64	\$ 13.479,11
13	14-01-2016	\$ 341,86	\$ 112,33	\$ 229,54	\$ 13.249,57
14	14-02-2016	\$ 341,86	\$ 110,41	\$ 231,45	\$ 13.018,11
15	14-03-2016	\$ 341,86	\$ 108,48	\$ 233,38	\$ 12.784,73
16	14-04-2016	\$ 341,86	\$ 106,54	\$ 235,33	\$ 12.549,41
17	14-05-2016	\$ 341,86	\$ 104,58	\$ 237,29	\$ 12.312,12
18	14-06-2016	\$ 341,86	\$ 102,60	\$ 239,26	\$ 12.072,86
19	14-07-2016	\$ 341,86	\$ 100,61	\$ 241,26	\$ 11.831,60
20	14-08-2016	\$ 341,86	\$ 98,60	\$ 243,27	\$ 11.588,33
21	14-09-2016	\$ 341,86	\$ 96,57	\$ 245,30	\$ 11.343,04
22	14-10-2016	\$ 341,86	\$ 94,53	\$ 247,34	\$ 11.095,70
23	14-11-2016	\$ 341,86	\$ 92,46	\$ 249,40	\$ 10.846,30
24	14-12-2016	\$ 341,86	\$ 90,39	\$ 251,48	\$ 10.594,82
25	14-01-2017	\$ 341,86	\$ 88,29	\$ 253,57	\$ 10.341,24
26	14-02-2017	\$ 341,86	\$ 86,18	\$ 255,69	\$ 10.085,55
27	14-03-2017	\$ 341,86	\$ 84,05	\$ 257,82	\$ 9.827,74
28	14-04-2017	\$ 341,86	\$ 81,90	\$ 259,97	\$ 9.567,77
29	14-05-2017	\$ 341,86	\$ 79,73	\$ 262,13	\$ 9.305,64
30	14-06-2017	\$ 341,86	\$ 77,55	\$ 264,32	\$ 9.041,32
31	14-07-2017	\$ 341,86	\$ 75,34	\$ 266,52	\$ 8.774,80
32	14-08-2017	\$ 341,86	\$ 73,12	\$ 268,74	\$ 8.506,05
33	14-09-2017	\$ 341,86	\$ 70,88	\$ 270,98	\$ 8.235,07
34	14-10-2017	\$ 341,86	\$ 68,63	\$ 273,24	\$ 7.961,83
35	14-11-2017	\$ 341,86	\$ 66,35	\$ 275,52	\$ 7.686,32

36	14-12-2017	\$ 341,86	\$ 64,05	\$ 277,81	\$ 7.408,51
37	14-01-2018	\$ 341,86	\$ 61,74	\$ 280,13	\$ 7.128,38
38	14-02-2018	\$ 341,86	\$ 59,40	\$ 282,46	\$ 6.845,92
39	14-03-2018	\$ 341,86	\$ 57,05	\$ 284,82	\$ 6.561,10
40	14-04-2018	\$ 341,86	\$ 54,68	\$ 287,19	\$ 6.273,91
41	14-05-2018	\$ 341,86	\$ 52,28	\$ 289,58	\$ 5.984,33
42	14-06-2018	\$ 341,86	\$ 49,87	\$ 292,00	\$ 5.692,33
43	14-07-2018	\$ 341,86	\$ 47,44	\$ 294,43	\$ 5.397,91
44	14-08-2018	\$ 341,86	\$ 44,98	\$ 296,88	\$ 5.101,02
45	14-09-2018	\$ 341,86	\$ 42,51	\$ 299,36	\$ 4.801,67
46	14-10-2018	\$ 341,86	\$ 40,01	\$ 301,85	\$ 4.499,82
47	14-11-2018	\$ 341,86	\$ 37,50	\$ 304,37	\$ 4.195,45
48	14-12-2018	\$ 341,86	\$ 34,96	\$ 306,90	\$ 3.888,55
49	14-01-2019	\$ 341,86	\$ 32,40	\$ 309,46	\$ 3.579,09
50	14-02-2019	\$ 341,86	\$ 29,83	\$ 312,04	\$ 3.267,05
51	14-03-2019	\$ 341,86	\$ 27,23	\$ 314,64	\$ 2.952,41
52	14-04-2019	\$ 341,86	\$ 24,60	\$ 317,26	\$ 2.635,14
53	14-05-2019	\$ 341,86	\$ 21,96	\$ 319,91	\$ 2.315,24
54	14-06-2019	\$ 341,86	\$ 19,29	\$ 322,57	\$ 1.992,67
55	14-07-2019	\$ 341,86	\$ 16,61	\$ 325,26	\$ 1.667,41
56	14-08-2019	\$ 341,86	\$ 13,90	\$ 327,97	\$ 1.339,44
57	14-09-2019	\$ 341,86	\$ 11,16	\$ 330,70	\$ 1.008,74
58	14-10-2019	\$ 341,86	\$ 8,41	\$ 333,46	\$ 675,28
59	14-11-2019	\$ 341,86	\$ 5,63	\$ 336,24	\$ 339,04
60	14-12-2019	\$ 341,86	\$ 2,83	\$ 339,04	\$ -
	Total	\$ 20.511,90	\$ 4.421,90	\$ 16.090,00	

4.15. Cronograma de implementación de la propuesta

En la siguiente tabla 19 se muestra un cronograma en diagrama de Gantt en Microsoft Project sobre las actividades diversas que se tiene que cumplir. Para la aplicación e implementación de la propuesta en el cliente, se pretende que las áreas comprometidas con este servicio, cumplan el siguiente cronograma de trabajo:

Tabla 19 Cronograma de la implementación de la propuesta

Id	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin																												
					08 dic '14	19 ene '15	02 mar '15	13 abr '15	25 may '15	06 jul '15	17 ago '15	28 sep '15	09 nov '15	21 dic '15	01 feb '16	14																
					X	D	J	L	V	M	S	X	D	J	L	V	M	S	X	D	J	L	V	M	S	X	D	J	L	V	M	
1	PROYECTO TESIS MBA VIRTUALSCAN	302 días	lun 05/01/15	mar 01/03/16																												
2	Creación de la idea	1 ms	lun 05/01/15	vie 30/01/15																												
3	Investigación de mercado	1 ms	lun 02/02/15	vie 27/02/15																												
4	Se creará el concepto de la marca y del producto	1 sem	lun 02/03/15	vie 06/03/15																												
5	Elaboración del plan de negocios	3 mss	lun 09/03/15	vie 29/05/15																												
6	Búsqueda y obtención del financiamiento	1 ms	lun 01/06/15	vie 26/06/15																												
7	Registro de logotipo en el Instituto de Propiedad Intelectual	2 mss	lun 29/06/15	vie 21/08/15																												
8	Constitución de la empresa Superintendencia de Compañías	1 ms	lun 24/08/15	vie 18/09/15																												
9	Alquiler del local y oficina	2 sem.	lun 21/09/15	vie 02/10/15																												
10	Obtención del Registro Único del Contribuyente del Servicio de Rentas Internas	5 días	lun 05/10/15	vie 09/10/15																												
11	Permisos de funcionamiento por parte del Cuerpo de Bomberos, Ministerio de Salud, entre otros	11 días	lun 12/10/15	lun 26/10/15																												
12	Contratación del personal	2 sem.	mar 27/10/15	lun 09/11/15																												
13	Compra de maquinarias y herramientas	2 días	mar 10/11/15	mié 11/11/15																												
14	Funcionamiento del local	1 sem	jue 12/11/15	mié 18/11/15																												
15	Plan de medios y creación de sitio web	1 ms	jue 19/11/15	mié 16/12/15																												
16	Búsqueda de clientes	2 mss	jue 17/12/15	mié 10/02/16																												
17	Entrega de pedidos	2 sem.	jue 11/02/16	mié 24/02/16																												
18	Cierre de ventas	4 días	jue 25/02/16	mar 01/03/16																												

Resumen del Capítulo 4

Este tipo de inversión, las empresas pueden realizar siempre y cuando tengan en sus archivos un número considerable de documentos, que de acuerdo a la actividad que ejercen o ejecutan, serían de mucha importancia para las empresas, clientes, proveedores y organismos de control en el sector privado o público. El Ecuador, vive aires de cultura tributaria, lo que demanda guardar física y digitalmente todos los comprobantes de ventas y documentos complementarios, tales como las facturas emitidas y recibidas así como los comprobantes de retenciones generados y emitidos a favor de terceros, siempre que la empresa sea un agente retención. El rendimiento de digitalización de calidad de producción que permite procesar más de 1,000 imágenes por minuto. La compatibilidad con una amplia gama de interfaces de escaneado, como email, dispositivos de terceros, para la captura de documentos electrónicos e impresos, y el control de los dispositivos distribuidos en toda la empresa. En conclusión, el proyecto cuenta con una rentabilidad y viabilidad para los inversionistas además de satisfacer una demanda latente y sobretodo genera plazas de trabajo y cumple formar en todo momento el espíritu emprendedor.

Conclusiones

La virtualización y digitalización del archivo físico, es una gran ventaja porque tendrá un acceso inmediato a la información, esto significa el ahorro en los costos de impresión y hora hombre, optimizar el tiempo de los recursos humanos en interminables búsquedas por las bodegas, con el avance de la gestión de procesos la obtención de información mejorará de manera considerable la situación en las actividades de las empresas.

Muchas de las empresas en Ecuador, consideran a la gestión documental y el archivo como una actividad secundaria y sin mayor importancia, y peor aún existen muchas otras que ni siquiera la consideran, esto ocasiona un problema muy grande para los directivos o los dueños de las empresas ya que no disponen de herramientas que les permita centralizar la documentación, ya que lo más importante que tiene una organización es su información.

El marketing por internet, ayuda al crecimiento de las ventas de la mayoría de los productos y permite prestar un mejor servicio en las fases en las que se establecen los contactos. Lo más importante para un negocio en internet es tener una base de datos con listas de posibles compradores y la estrategia a emplear para llegar a estos potenciales clientes. El marketing electrónico consiste en utilizar todo el potencial interactivo del internet en el proceso de la comunicación con el mercado. En síntesis, las empresas digitales se identifican con todo lo que rodea al término *e-business* y a las implicaciones que tiene, para la actividad empresarial y para la sociedad.

De acuerdo al estudio de mercado realizado en la ciudad de Guayaquil, los precios de los proveedores del servicio de digitalización de documentos van desde los USD \$ 0,05 hasta USD\$ 0,12 centavos de dólares por hoja fotocopiada y de USD\$ 0,10 hasta USD\$ 0,50 de hoja escaneada. Los documentos, por presentar otra característica puede ir de USD \$ 0,25 hasta USD \$ 1,25 dólares por documento escaneado.

En conclusión, existe una viabilidad financiera y una sostenibilidad durante el tipo proyectado. En el flujo de caja muestra una utilidad en los cinco años y que el negocio es sustentable financieramente. En el primer año este negocio generaría un valor de USD \$23.375,62 y durante los cinco años un acumulado de USD \$183.864,68.

Recomendaciones

Se recomienda ofrecer servicios los servicios de digitalización y escaneo a las entidades públicas tomando en consideración la campaña que es impulsado por el propio gobierno ecuatoriano en donde se agiliza los trámites virtuales en consulados y demás instituciones públicas en su territorio con el objetivo de ahorrar tiempo y dinero a la ciudadanía, y avanzar hacia una cultura de trámites virtuales en el país cero papeles.

Es importante ofrecer también a empresas que necesitan cada vez más disminuir espacios físico y que de una u otra forma invierten en una oficina de espacio necesario pero al mismo tiempo manejan grandes volúmenes de documentos que no necesariamente lo necesitan de forma física y que indudablemente tienen la oportunidad de guardar esta información el tiempo que la requieran sin la necesidad frecuentemente gastar en papel o copias fotostáticas y que al final terminan siendo empresas no responsables socialmente con el medio ambiente.

Adicionalmente, se recomienda gestionar un crédito de USD \$16.090 que se solicitará a un plazo de 60 meses con un interés del 10% cuya cuota mensual es de USD \$341,86. Así mismo, se recomienda invertir en este proyecto dado que tiene una utilidad y viabilidad financiera ya que cuentan con un gran mercado en el sector económico ecuatoriano, debido a que las empresas no respaldan la información de una manera virtual. Es necesario contar con

Finalmente, se sugiere buscar un lugar estratégico donde se pueda alquilar y ofrecer servicios a entidades públicas y privadas además de buscar socios estratégicos donde se pueda ayudar a aumentar el posicionamiento de una manera rápida para contar con locales en distintos puntos de la ciudad ya sea por medio de franquicia o licencia.

Referencias

- Activa Solutions. (27 de abril de 2013). La publicidad digital, una valiosa herramienta para tu empresa. Obtenido de <http://activasolutions.com/lapublicidad-digital-una-valiosa-herramienta-para-tu-empresa/>
- Ada Computers S.A. (12 de febrero de 2013). Evolución del Marketing según Phillip Kotler. Obtenido de <http://www.adacomputer.es/evolucion-delmarketing-segun-philip-kotler/>
- Alcover de la Hera, C., Moriano León, J., Segovia, A., & Topa Cantisano, G. (2012). *Psicología del trabajo*. Madrid: UNED.
- Banco Central del Ecuador. (2010). Evolución de la economía ecuatoriana por sectores económicos. *Boletines informativos del BCE*, 80.
- Centro de Posgrado y Actualización en Informática. (2013). *Especialización en Sistemas de Información*. Obtenido de <http://www.fing.edu.uy/cpap/carreras/especializaci%C3%B3n-en-sistemas-de-informaci%C3%B3n>
- Collier, Evans, D. A., & James, R. (2009). *Administración de Operaciones: Bienes, servicios y cadena de valor* (2da ed.). Estados Unidos: Cengage Learning.
- Cohen, (2009). *Estrategia de negocio en comercio electrónico*. Mc Graw Hill Pg. 60
- Dittrich, K., & Duysters, G. (2007). *Product Innovation Management* (Vol. 24).
- Douglas y Shepherd, 2000, 2002; Levesque et al., 2002.
- Ehow. (s.f.). *Método de investigación descriptivo cualitativo*. (C. Strider, Editor) Recuperado el 22 de mayo de 2014, de http://www.ehowenespanol.com/metodo-investigacion-descriptivocualitativo-info_386243/
- Falicoff, S., & Argento, R. (1997). *Estrategias de Reducción de Costos. V Congreso Internacional de Costos*. México.
- Greespan, (2000), *La e-economía*. México. Pearson. Pg. 65

Greespan, (2000), *La e-economía*. México. Pearson. Pg. 84

Hamel, G., & Prahalad, C. K. (2010). *Compitiendo para el Futuro*. Obtenido de Tome Control de su Industria y cree los mercados del futuro: http://orion2020.org/archivo/articulos/compitiendo_futuro.pdf

Harvard University. (2006). *Gestión efectiva de emprendimiento sociales*. México: Planeta.

Hidrovo P., J. D. (2010). *GEOGRAFÍA DEL GUAYAS. LA PROVINCIA Y LA CUENCA. GUAYAQUIL*.

INEC. (Junio de 2014). *Resultados del Censo de la Población*. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava edición ed.). México: Pearson.

Kotler, Philip; Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong (2002). «Capítulo 1: ¿Qué es Marketing?». *Principles of Marketing* (3ª edición europea edición). Essex (Inglaterra): Prentice Hall.

Laborde, M., & Veiga, L. (2011). La Productividad. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 68-69.

Lozano, J. (06 de noviembre de 2008). *Investigación Exploratoria*. Obtenido de <http://janeth-investigacioniv.blogspot.com/2008/11/investigacionexploratoria.html>

Macías González, G., & Parada Ruiz, L. (2013). *Mujeres, su participación económica en la sociedad*. Guadalajara: Universitaria.

Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados Un enfoque práctico*. México: Prentice Hall.

Marketingdirecto.com. (15 de diciembre de 2005). *Ventajas de anunciarse en los medios digitales*. Obtenido de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/tendencias/ventajas-deanunciarse-en-los-medios-digitales/>

- Revista Ecuador Tributa. (2010). Recaudación del Impuesto Año 2010. *Revista Ecuador Tributa - Grupo Holguin*, 60.
- Porter, M. E. (2010). *Ventaja Competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Pirámides.
- Ramírez, D. (1997). *Empresas competitivas: Una estrategia de cambio para el éxito*. México: Mc Graw Hill.
- Recursos y Negocios.com. (26 de junio de 2013). *¿Qué es la Rentabilidad y Utilidad de un Negocio?* Obtenido de <http://www.recursosynegocios.com/que-es-la-rentabilidad-y-utilidad-deun-negocio/>
- Sapag, N. (2009) *Preparación y evaluación de proyectos* (5ta ed.) México. Editorial: Mcgraw-Hill
- Stoner, J. A., Freeman, E., & Gilbert, D. R. (2006). *Administración* (Sexta Edición ed.). México: Pearson Educación.
- Turban. (2004), *Empresa digital* (tercera ed.). México. Pearson. Pg. 16
- Varela, J., (2008) *Innovación Empresarial* México: Pearson. Pg. 554.