

**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

TEMA:

**Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que
brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de
Guayaquil.**

AUTOR (ES):

Moncayo Quiroz Christian Israel

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de
Ingeniero Comercial**

TUTOR:

Arévalo AVECILLAS, Danny Xavier Ph.D. (c)

Guayaquil, Ecuador

12 de Marzo del 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Moncayo Quiroz Christian Israel**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**.

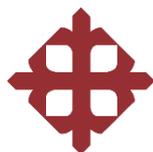
TUTOR (A)

f. _____
Arévalo Avecillas, Danny Xavier Ph.D. (c)

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Balladares Calderón, Esther Georgina, Mgs.

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2018



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Moncayo Quiroz Christian Israel**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil** previo a la obtención del Título de **Ingeniero Comercial**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2018

EL AUTOR (A)

f. _____
Moncayo Quiroz Christian Israel



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Moncayo Quiroz Christian Israel**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 12 del mes de Marzo del año 2018

EL (LA) AUTOR(A):

f. _____
Moncayo Quiroz Christian Israel

REPORTE URKUND

The screenshot displays the URKUND web interface. At the top, the browser address bar shows the URL: <https://secure.orkund.com/view/33859640-127133-383503#q1bKLvayijY0NNYxNDRMTQxBGJlAayTYFipiDaFjNgNgivKepODM9LzMtMzKxLzIvYcpAz8DQwNzQ3MjS3MzUx...>

The main content area is divided into two sections:

- Document Information:**
 - Documento:** [Factibilidad empresa gestión documental Christian Moncayo.docx](#) (D34358845)
 - Presentado:** 2018-01-04 14:59 (-05:00)
 - Presentado por:** danny182_182@hotmail.com
 - Recibido:** carmen.padilla.ucsg@analysis.orkund.com
 - Mensaje:** RV: Avance Tesis 50%: Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio [Mostrar el mensaje completo](#). 2% de estas 59 páginas, se componen de texto presente en 4 fuentes.
- Lista de fuentes / Bloques:**

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	Moncayo_Christian_Avance 50% Tesis.docx
	Moncayo_Christian_Avance de proyecto de grado_Ago7 (1).docx
	Tesis-Yuliana Yagual Delgado.docx
	CESAR GUIDO GÓMEZ CASTRO, UTELVT-2016 TESIS.docx
	https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/
	http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=41030203

At the bottom, there are two side-by-side panels showing document management options:

- Left Panel:** 100% #1 Activo. Options include: Nace: Fase de nacimiento o creación Primera edad: Edad administrativa o activa Documentos corrientes Vive: Fase de mantenimiento Segunda edad: Edad intermedia o semiactiva Documentos semicorrientes Muere/renace Fase de expurgo o transferencia Tercera edad: Edad histórica o inactiva Documentos permanentes; Gestión del ciclo de vida; Gestión de los procesos; Gestión de la conservación; Gestión del acceso.
- Right Panel:** Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil / Moncayo_Christian_Ava... 100%. Options include: Nace: Fase de nacimiento o creación Primera edad: Edad administrativa o activa Documentos corrientes Vive: Fase de mantenimiento Segunda edad: Edad intermedia o semiactiva Documentos semicorrientes Muere/renace Fase de expurgo o transferencia Tercera edad: Edad histórica o inactiva Documentos permanentes; Gestión del ciclo de vida; Gestión de los procesos; Gestión de la conservación; Gestión del acceso.

Danny Xavier Arévalo Avecillas, P.H.D. (c)

CI: 0923935423

Christian Israel Moncayo Quiroz

CI: 0929622728

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por brindarme salud, sabiduría y las fuerzas necesarias para demostrar que cada día puedo cumplir todo lo que me proponga.

A mis padres Xavier y Mariana por haberme brindado tiempo, confianza, amor, comprensión y las herramientas necesarias para que pueda desarrollarme mental y físicamente.

A mis hermanos Xavier y Jennifer que son pilares de apoyo en mi vida ya que me alientan para que pueda cumplir mis objetivos y me recalcan que no debo decaer ante los obstáculos o fracasos que se presentan en el camino.

Infinito agradecimiento al tutor de mi tesis, Danny Arévalo Avecillas, Ph.D.(c) por haberme guiado durante este largo trayecto, sus conocimientos, experiencia y tiempo fueron pieza clave para el desarrollo de mi trabajo de titulación.

Gracias.

Christian Israel Moncayo Quiroz

DEDICATORIA

Este proyecto va dedicado a especialmente a Dios ya que gracias a èl he conseguido terminar mi carrera.

A mis padres Mariana y Xavier que me brindaron los recursos y depositaron en mí su confianza además de sus valiosos consejos lo cuales me convierten en mejor persona cada día.

A mis hermanos Xavier y Jennifer porque siempre me dan ánimos para culminar todo lo que me propongo.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Balladares Calderón Esther Georgina, Mgs.
DECANO O DIRECTOR DE CARRERA

f. _____

Pérez Villamar José Guillermo, Mgs.
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

f. _____

Valenzuela Valdiviezo Patricia Luciana, Mgs.
OPONENTE

Guayaquil 12 de Marzo de 2018

Ingeniera

Paola Traverso Holguín

COORDINADORA UTE B-2017

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

En su despacho

De mis Consideraciones:

Economista Danny Arévalo Avecillas, P.h.D. (c), Docente de la Carrera de Administración, designado TUTOR del proyecto de grado del Sr. Christian Moncayo Quiroz, cúpleme informar a usted, señora Coordinadora, que una vez que se han realizado las revisiones al 100% del avance del proyecto avalo el trabajo presentado por el estudiante **Christian Moncayo Quiroz** titulado **“Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil”** por haber cumplido en mi criterio con todas las formalidades.

Este trabajo de titulación ha sido orientado al 100% de todo el proceso y se procedió a validarlo en el programa de URKUND dando como resultado un 2% de plagio.

Cabe indicar que el presente informe de cumplimiento del Proyecto de Titulación del semestre B-2017 a mi cargo, en la que me encuentra(o) designada (o) y aprobado por las diferentes instancias como es la Comisión Académica y el Consejo Directivo, dejo constancia que los únicos responsables del trabajo de titulación Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil somos el Tutor Danny Arévalo Avecillas, P.h.D. (c) y el Sr. Christian Moncayo Quiroz y eximo de toda responsabilidad a la Coordinador de titulación y a la Dirección de Carrera.

La calificación final obtenida en el desarrollo del proyecto de titulación fue: 10/10 Diez sobre Diez.

Atentamente,

Danny Xavier Arévalo Avecillas, P.h.D. (c)
CI: 0923935423

Christian Israel Moncayo Quiroz
CI: 0929622728

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	15
ANTECEDENTES.....	18
PROBLEMÁTICA.....	23
JUSTIFICACIÓN.....	26
DELIMITACIONES.....	27
LIMITACIONES.....	28
OBJETIVOS.....	29
Objetivo general.....	29
Objetivos específicos.....	29
CAPITULO I.....	30
MARCO TEÓRICO.....	30
1.1. El documento.....	30
1.2. El documento público.....	31
1.3. Documento electrónico.....	31
1.4. El documento archivístico.....	32
1.5. Principios archivísticos.....	32
1.6. Caracteres de los documentos archivísticos.....	33
1.7. Gestión documental.....	33
1.8. El ciclo de vida del documento.....	36
1.9. Gestión documental y tipo de documentos.....	38
1.10. Planificación estratégica.....	38

1.11.	Análisis FODA	41
1.12.	Investigación de mercado.....	42
1.13.	Marketing.....	44
1.14.	Estudio de factibilidad.....	48
1.15.	Estudio técnico	50
1.16.	Estudio financiero	52
1.17.	Marco legal laboral	56
CAPÍTULO II.....		58
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		58
2.1.	Definición del proceso de investigación.....	58
2.2.	Análisis de la situación del macro entorno	64
2.2.1.	Factores económicos.	64
2.2.2.	Factores tecnológicos	66
2.3.	Análisis del micro entorno	68
2.3.1.	Análisis de la demanda	68
2.3.2.	Análisis de la oferta	70
2.3.3.	Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	75
2.4.	Presentación de resultados	79
2.4.1.	Resultados de la entrevista	79
2.5.	Estudio de Campo	84
2.5.1.	Análisis de resultados	84
2.5.2.	Información básica del estudio.....	85
2.5.3.	Información específica del estudio	87

CAPÍTULO III	96
ESTUDIO TÉCNICO	96
3.1. Localización del proyecto.....	96
3.2. Tamaño del proyecto	99
3.3. Ingeniería del proyecto	102
3.4. Diseño administrativo.....	105
CAPÍTULO IV.....	118
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA	118
4.1. Análisis estratégico de la empresa	118
4.1.1. Análisis FODA.....	118
4.1.2. Análisis de Igor Ansoff.....	120
4.2. Planteamiento de objetivos	121
4.3. Segmentación del mercado objetivo	121
4.4. Estrategias de posicionamiento.....	122
4.5. Planteamiento de estrategias.....	122
4.6. Marketing mix	123
CAPÍTULO V.....	130
FACTIBILIDAD DEL PROYECTO.....	130
5.1. Factibilidad Financiera.....	130
5.1.1. Inversión Inicial	130
5.1.2. Costos Fijos	131
5.1.3. Gastos fijos	134
5.1.4. Depreciación	135

5.1.5. Financiamiento.....	135
5.1.6. Proyección de la demanda	137
5.1.7. Proyección de Estados Financieros.....	138
5.1.8. Viabilidad Financiera.....	141
5.2. Factibilidad Económica.....	141
5.3. Factibilidad Técnica.....	144
CONCLUSIONES	147
REFERENCIAS	149
ANEXOS	156
Estructura de la encuesta.....	156

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Código CIIU de las actividades económicas identificadas que involucran empresas de servicios en gestión documental.	20
Tabla 2. Número de empresas activas en Guayaquil en el período 2008-2012 en cuatro sectores económicos que incluyen el servicio de gestión documental.	21
Tabla 3. Definiciones de documento.....	30
Tabla 4. Detalle de caracteres del documento.....	33
Tabla 5. <i>Estadística Descriptiva de la Variable Género.</i>	85
Tabla 6. <i>Estadística Descriptiva de la Variable Cargo.</i>	86
Tabla 7. <i>Estadística Descriptiva de la Variable Años en el negocio.</i>	87
Tabla 8. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 1: ¿Conoce de qué se trata un servicio de gestión documental?</i>	88
Tabla 9. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 2: ¿Con qué relaciona principalmente la frase "Gestión documental"?</i>	89
Tabla 10. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 3: La empresa donde trabaja ¿contrata externamente un servicio de gestión documental?</i>	90
Tabla 11. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 4: Si la empresa no cuenta con este servicio, ¿cree usted que contratarlo mejoraría la gestión actual?</i> 90	
Tabla 12. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 5: ¿La empresa cuenta con un software que permite la administración digital de los documentos?</i>	91
Tabla 13. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 6: ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio de gestión documentada durante los próximos 12 meses?</i>	92
Tabla 14. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 7: ¿Qué razones considera más relevantes para contratar un servicio de gestión documental?</i>	93

Tabla 15. <i>Estadística Descriptiva de la pregunta 8: ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir el servicio?</i>	95
Tabla 16. <i>Requerimiento de recursos humanos.</i>	101
Tabla 17. <i>Inversión en terrenos</i>	130
Tabla 18. <i>Inversión en bienes tangibles e intangibles</i>	131
Tabla 19. <i>Mano de obra</i>	133
Tabla 20. <i>Materiales directos por servicio vendido</i>	134
Tabla 21. <i>Gastos fijos del negocio</i>	134
Tabla 22. <i>Gastos de depreciación</i>	135
Tabla 23. <i>Fuentes de financiamiento del proyecto</i>	135
Tabla 24. <i>Amortización de la deuda</i>	136
Tabla 25. <i>Proyección de la demanda</i>	138
Tabla 26. <i>Proyección del estado de pérdidas y ganancias</i>	139
Tabla 27. <i>Proyección del flujo de caja del proyecto</i>	140
Tabla 28. <i>Proyección del flujo de caja del inversionista</i>	140
Tabla 29. <i>Factibilidad económica del proyecto para el cliente</i>	143

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Sectores de la economía que más crecieron en el 2016.....	17
Gráfico 2. Evolución del número de empresas de cuatro sectores económicos relacionados a la gestión documental en Guayaquil.....	20
Gráfico 3. Número de empresas de tres sectores estratégicos a nivel nacional que involucran servicios de gestión empresarial.	21
Gráfico 4. Evolución de los ingresos de cuatro actividades económicas que involucran empresas de servicios de gestión documental en el período 2014-2016.....	22
Gráfico 5. Número de empresas por tipología de software de código abierto utilizado según el tamaño de la empresa.....	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Fases de la gestión documental	34
Figura 2. Ciclo de vida del documento	36
Figura 3. Ciclo de vida del documento, detalle	37
Figura 4. Modelo integral de dirección estratégica.....	40
Figura 5. Análisis FODA.....	42
Figura 6. Proceso de investigación de marketing.	43
<i>Figura 7. Tipos de investigación de mercado.....</i>	<i>59</i>
Figura 8. Inflación acumulada Ecuador 2013 - 2017.....	65
Figura 9. Evolución de la Tasa de empleo pleno 2013 - 2017.	65
Figura 10. Participación en ventas, según tamaño de la empresa 2014.....	66
Figura 11. Gasto en Ciencia y Tecnología como porcentaje del PIB.	67
Figura 12. Porcentaje del gasto en I+D según sector de ejecución.	68
Figura 13. Número de empresas con inversión en TIC, según su tamaño. .	68
Figura 14. Evolución del número de grandes empresas.	70
Figura 15. Modelo de Cinco fuerzas de Michael Porter.	75
Figura 11. Gráfico circular de la variable género.	85
Figura 16. Gráfico de barras de la variable cargo.	86
Figura 17. Gráfico de barras de la variable años en el negocio.....	87
Figura 18. Gráfico circular de la variable conocimiento del servicio.....	88
Figura 19. Gráfico circular de la variable relación del servicio.	89
Figura 20. Gráfico circular de la variable servicio externo.....	90

Figura 21. Gráfico circular de la variable sobre la mejora de la gestión actual	91
Figura 22. Gráfico circular de la variable posee software de gestión documental.	91
Figura 23. Gráfico circular de la variable demanda.....	92
Figura 24. Gráfico de barras de los aspectos más relevantes para la contratación del servicio de gestión documentada	94
Figura 25. Gráfico de barras de los aspectos más valorados por el cliente para la contratación del servicio de gestión documentada.....	95
Figura 26. Mapa de localización de la empresa.....	98
Figura 27. Fotografías de la localidad.....	99
Figura 28. Plano de la empresa.....	102
Figura 29. Estructura organizacional.	107
Figura 30. Proceso de constitución electrónica de compañías.	114
Figura 31. Esquema del proceso de contacto inicial con el cliente.	128

RESUMEN (ABSTRACT)

El presente documento desarrolla la propuesta de creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil, mediante un estudio de factibilidad, considerando como base, las disposiciones legales de parte del Estado de implantar en el país una cultura de cero papel, además de las obligaciones que toda empresa debe cumplir de conservación de documentos y enfocándose en ofrecer soluciones representativas, para los empresarios, en temas de disposición de espacios, tiempo y administración de la información. El proyecto presenta una investigación de la situación actual, estudiando oportunidades mercado y analizando la competencia; a partir de los resultados encontrados se desarrollaron estrategias de posicionamiento y comunicación de los servicios estructurados tomando en cuenta la oferta existente y sus mejores prácticas, logrando proponer un servicio integral que resuelva la gestión de toda la vida de un documento, así también se consideró todos los mandatos y leyes para la creación legítima de la compañía.

Palabras Claves: gestión, documental, empresa, estudio, factibilidad, servicio, integral.

ABSTRACT

This document develops the proposal to create a company that provides the document management service in the city of Guayaquil, through a feasibility study, considering as a basis, the legal provisions of the State to implement a culture of “cero papel” in the country, in addition to the obligations that every company must comply with in document conservation and focusing on offering representative solutions for entrepreneurs, in terms of space layout, time and information management. The project presents an investigation of the current situation, studying market opportunities and analyzing the competition; from the results found, strategies for positioning and communication of the structured services were developed taking into account the existing offer and its best practices, managing to propose an integral service that solves the management of the whole life of a document, as well as all the mandates and laws for the legitimate creation of the company.

Keywords: management, documentary, company, study, feasibility, service, integral.

INTRODUCCIÓN

Los archivos se constituyen como un vital activo de las empresas que certifican sus acciones y son la fuente de información sobre todas las actividades que se realizan. Su correcto manejo permite cumplir con los procesos de manera ordenada, prestar servicio acorde a las políticas establecidas, respaldar decisiones importantes, cumplir con normativas legales, proteger los derechos de los empleados y los clientes, documentar actividades de investigación, proporcionar evidencias de labores, divulgar la identidad organizacional y sobretodo proporcionar memoria institucional y colectiva (Gonzalez, 2017).

Considerando la importancia que tienen los documentos a nivel organizativo y de gestión, la Subsecretaría de Tecnologías Informáticas del Gobierno Nacional en el año 2010, desarrolló un software de gestión de documentos llamado Quipux, con el objetivo de garantizar el correcto manejo y conveniente celeridad de los procesos administrativos públicos. Salgado (2013), mencionó que este sistema además aspira inculcar una cultura de “Cero Papel”, donde absolutamente todos los documentos sean producidos y gestionados digitalmente, para así terminar con la acumulación de documentos que ocasionan grandes daños al medio ambiente por su demanda y futura destrucción cuando se consideran caducos.

Por otro lado el Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios, según Decreto No. 430 del 15 de julio del 2010, establece en su Art. 41 la responsabilidad de conservación en un tiempo mínimo de 7 años de los comprobantes de venta, retención y demás complementarios que realice una empresa y con la disposición de que puedan ser verificables ante cualquier solicitud de la Administración Tributaria. Esta disposición se aplica tanto para documentos físicos y digitales, que de una u otra forma requieren de un espacio físico o virtual para su almacenamiento, lo cual se ha convertido en un inconveniente para las empresas que no disponían de estas condiciones.

Bajo estas premisas el Ministerio del Ambiente, el 11 de Agosto del 2010 expidió el Acuerdo N° 131 de Políticas generales para promover las buenas prácticas ambientales en entidades del sector público, que en su Art. 14 indica:

La política de buenas prácticas ambientales deberá incorporar un sistema informático cero papeles en la gestión de documentación interna, sus costos y beneficios, o en su defecto, cada institución deberá diseñar un mecanismo de comunciación electrónica interna que permita un ahorro del papel.

Así también, el Servicio de Rentas Internas expidió las Resoluciones No. NAC-DGERCGC14-00366 del 27 de Mayo del 2014 y NAC-DGERCGC14-00157 del 12 de marzo del 2014, donde se establecieron los plazos para que los sujetos pasivos obligatoriamente emitan documentos a través de mensajes de datos y firmados electrónicamente en transacciones que sustenten crédito tributario del Impuesto al Valor Agregado; las fechas definidas fueron desde el 01 de junio del 2014 y el 01 de enero del 2015 para las empresas privadas; y las empresas públicas desde el 01 de enero del 2015 al 01 de julio del 2015 respectivamente.

Todos estos mandatos defienden un doble objetivo, por un lado cumplir el propósito explícito descrito y por otro, promover la innovación en las instituciones. Los principales beneficiarios de las mejoras son los usuarios finales, quienes ahorran los costes de tiempo y movilización que suponen la realización de trámites personalmente. No obstante, tras todos estos avances han surgido otras dificultades como la inseguridad informática, causando desconfianza frente a la invulnerabilidad de datos personales en un mundo cibernético. Teniendo en cuenta este inconveniente, muchas organizaciones han optado por contar con personal calificado en temas de diseño y seguridad informática que sea ajeno a la empresa (Ramírez & Vega, 2015, p.210).

Frente a esta realidad que provocó una demanda creciente en el mercado, se registró un aumento en el número de empresas que ofrecían servicios personalizados de software o programas informáticos en el año 2010. Desde entonces hasta el presente, se han concebido nuevos y mejores servicios para los requerimientos de las empresas tanto públicas como privadas. Entre los cuales se encuentran:

- Consultoría de gestión documental.
- Digitalización de documentos.
- Clasificación de documentos.

- Administración de documentos en la nube.
- Administración de archivos físicos.
- Entrega de documentos.
- Seguimiento de trámites
- Desarrollo de aplicaciones y sistemas informáticos.
- Destrucción y reciclaje de archivos.
- Venta de equipos para digitalización.

Como es de suponer estas prestaciones involucran una considerable inversión de dinero, por esta razón las pequeñas y medianas empresas deciden no implementar estos procesos, puesto que en algunos casos, su economía no lo permite, y en otros no lo estiman como prioritario, ignorando los beneficios que trae consigo la innovación de procesos. Teniendo en cuenta esta realidad, se debe trabajar sobre estas dos plazas con estrategias diferentes; en primer lugar, orientada hacia las grandes empresas que puedan solventar estos servicios y que generalmente se encuentran en los sectores con mayor crecimiento económico, y por otro lado, se pueden establecer estrategias diferenciadas para las pequeñas y medianas empresas que manifiestan su interés por la innovación. En el gráfico posterior se muestran los sectores económicos con mayor crecimiento en el último año para considerar en la planificación de la oferta de servicios.

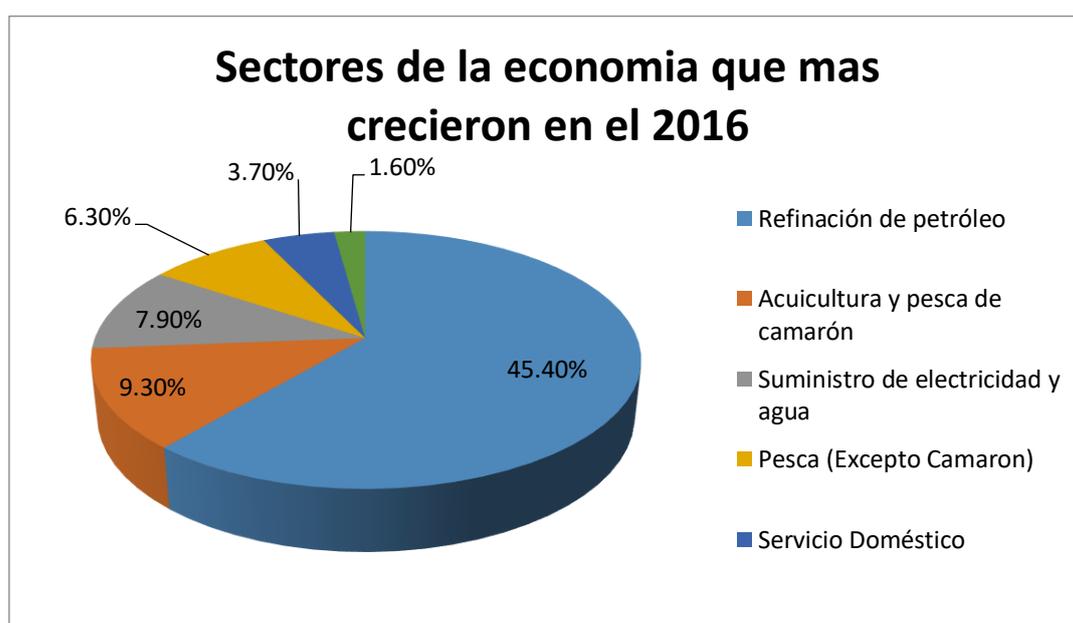


Gráfico 1. Sectores de la economía que más crecieron en el 2016.
 Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2017).
 Elaboración: Christian Moncayo.

ANTECEDENTES

A lo largo de la historia, la humanidad se ha visto en la necesidad de encontrar una forma de registrar sus acciones, sucesos, características, creencias, hallazgos, interrogantes, y todo lo relacionado con su cultura, con el fin de preservar sus experiencias de vida que le proporcionen memoria de su identidad, y además como una forma de enseñanza y aprendizaje a través del tiempo a las nuevas generaciones. Las formas y métodos de registro han ido evolucionando considerando los niveles de desarrollo intelectual de la sociedad, generando diversas herramientas de anotación, conservación y resguardo.

Esta búsqueda de registro de información no se aplica sólo a una nación, sino a todas las actividades que esta realiza; por esta razón las organizaciones no están ajenas a estos procesos ya que son consideradas como sociedades económicas, constituidas con leyes y normativas que fundamentan su accionar. Asimismo las formas en que se ha anotado la información han ido evolucionando a través del tiempo, desde la invención del papel hasta la revolución informática que ha dado lugar al manejo digital de documentos. La perspectiva del tratamiento de los archivos incluso ha variado, tomado inicialmente como simple almacenamiento, en la actualidad responde a todo un proceso administrativo considerable denominado gestión documental.

La gestión documental definida como declara Cruz Mundet (2011) corresponde a:

El conjunto de normas, técnicas y conocimientos aplicados al tratamiento de los documentos desde su diseño hasta su conservación permanente. Podemos afirmar que bajo este rubro se agrupa el núcleo de nuestra ciencia, con aspectos tales como la clasificación, el orden, la instalación, la descripción, la transferencia, la identificación, la valoración, la selección y la eliminación, sin ánimo exhaustivo.

El origen de esta frase data desde los años 1941 en Estados Unidos inicialmente como *records management* y reconocida por la *Society of American Archivist*, que se definió como la atención que se le da a los documentos desde que se crean hasta que se decide sobre su forma de almacenamiento. La expresión traducida desde los francófonos de Canadá llegó como gestión documental. En la actualidad, se aplica

tanto a los documentos relativos a una empresa como a los archivos históricos de una sociedad, que integra funciones archivistas, administrativas y tecnológicas, por lo que Cruz Mundet (citado en Heredia, 2008) menciona que existe una corresponsabilidad entre la persona encargada de su almacenamiento, los administrativos que la crean, técnicos informáticos, abogados, directivos, etc., en conclusión de toda una organización, por considerarse como un eje transversal en todos los procesos empresariales.

La gestión documental estimada como un departamento fundamental en una empresa, ha tenido mayor consentimiento de parte de los directivos en los últimos tiempos, al reparar sobre su importancia y trascendencia como cualquier otra división, ya sea de recursos humanos o contabilidad, que cuentan con funciones definidas, recursos, planteamiento de objetivos, planificación de actividades, procesos y control de calidad. Sin embargo aún no existe un cumplido interés por implementar todas las actividades necesarias para su adecuada gestión, puesto que requiere de preparación de propio personal en cuanto a normativa legal, de calidad, mejores prácticas e innovación, involucrando profesionales de distintas ramas, lo que requiere de una importante inversión de dinero y tiempo (Heredia, 2008).

Esta realidad no es ajena en nuestro país, puesto que, teniendo en cuenta la exigencia de trabajo que conlleva una apropiada administración documental, muchas empresas optaron por externalizar el servicio, recurriendo a la contratación de empresas dedicadas a la oferta de diseño y desarrollo de sistemas informáticos y a la gestión de documentos. Esta tendencia se presentó particularmente en las instituciones del sector público que con el afán de cumplir con un mandato institucional, promovieron una demanda en este sector económico.

Inconvenientemente resulta muy complicado poder analizar de manera específica la evolución del mercado de servicios de gestión documental en la ciudad, puesto que las empresas que lo ofrecen se encuentran inscritas en la Superintendencia de Compañías bajo diferentes tipos de actividad económica, por lo que no es posible presentar estadísticas exactas de la tendencia de las compañías a través del tiempo, sin embargo se analizan dos variables correspondientes a cuatro sectores económicos que involucran a estas organizaciones, identificados según la

Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) señalados en la Tabla a continuación:

Tabla 1. Código CIIU de las actividades económicas identificadas que involucran empresas de servicios en gestión documental.

Código CIIU	Actividad económica
G474	Venta al por menor de computadores, equipo periférico, programas informáticos y equipo de telecomunicaciones en comercios especializados
J620	Actividades de programación informática y de consultoría de informática y actividades conexas
N821	Actividades administrativas y de apoyo de oficina
R910	Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2017).

Elaborado por: Christian Moncayo.

Estas actividades económicas incluyen empresas dedicadas a la oferta de servicios de gestión documental, y por la extensión de su identificación, en los gráficos subsiguientes se hará referencia considerando los códigos descritos. En primer lugar se presenta un gráfico con el número de empresas activas en la ciudad de Guayaquil en el período 2008 – 2012 en estos sectores económicos.

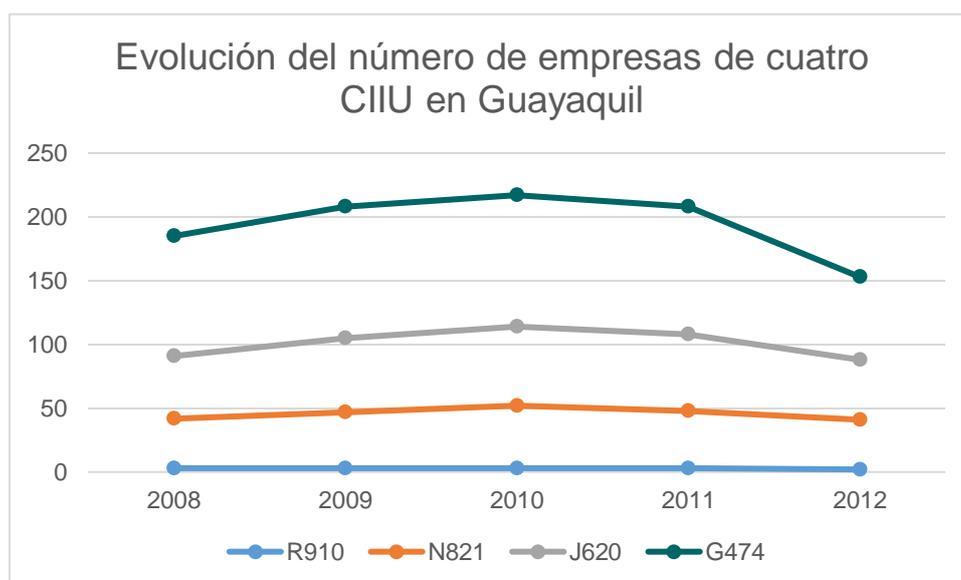


Gráfico 2. Evolución del número de empresas de cuatro sectores económicos relacionados a la gestión documental en Guayaquil.

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2017).

Elaborado por: Christian Moncayo.

En el gráfico se puede observar que en año 2010 se presentó un importante crecimiento en el número de empresas de estos sectores, donde se puede suponer la influencia que tuvo la resolución estatal acerca del establecimiento de una cultura encaminada al gobierno digital. En la Tabla a continuación se indica las cantidades de cada uno, y el total sugiere una noción de todo el mercado que encierra la oferta del servicio.

Tabla 2. Número de empresas activas en Guayaquil en el período 2008-2012 en cuatro sectores económicos que incluyen el servicio de gestión documental.

Código CIIU	2008	2009	2010	2011	2012
G474	185	208	217	208	153
J620	91	105	114	108	88
N821	42	47	52	48	41
R910	3	3	3	3	2
Total	2,329	2,372	2,396	2,378	2,296

Fuente: (Superintendencia de Compañías, 2017).
Elaborado por: Christian Moncayo.

También se presentan datos a nivel nacional en el período 2012 – 2016 del número de empresas de los códigos CIIU G474, J620 y N820.

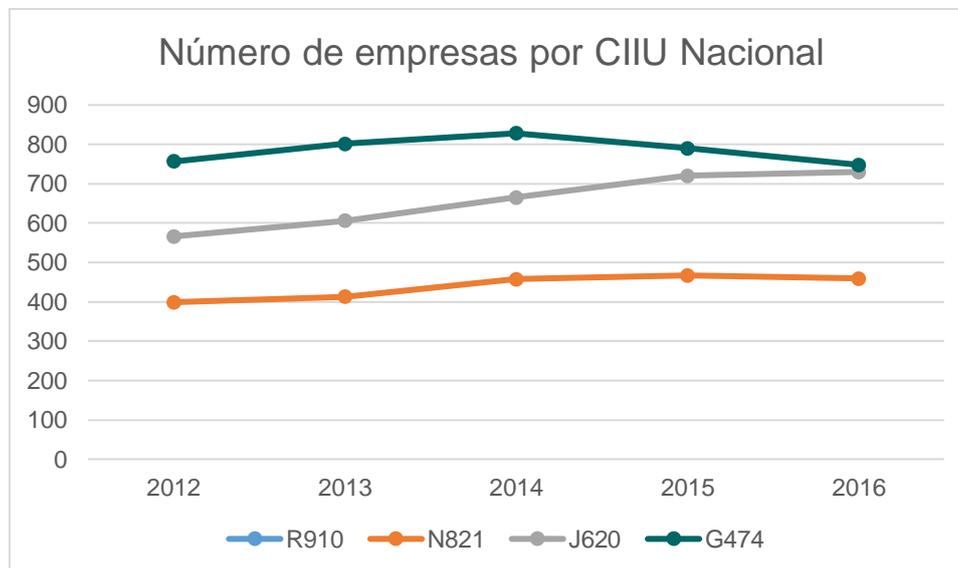


Gráfico 3. Número de empresas de tres sectores estratégicos a nivel nacional que involucran servicios de gestión empresarial.

Fuente: (INEC, 2017).

Elaborado por: Christian Moncayo

En esta gráfica se aprecia que a nivel nacional, el sector de Actividades de programación informática y de consultoría de informática y actividades conexas ha ido creciendo, lo que se puede traducir en una mayor demanda en tema de

desarrollo de programas y software informáticos, en cambio la oferta de servicios de actividades administrativas y de apoyo, tuvo un ligero crecimiento y se ha mantenido con poca variación entre el 2014 y 2016.

Asimismo se presentan datos de la evolución de los ingresos en estos sectores económicos, con el fin de observar la tendencia económica que han tenido en el período del 2014 al 2016 a nivel nacional.

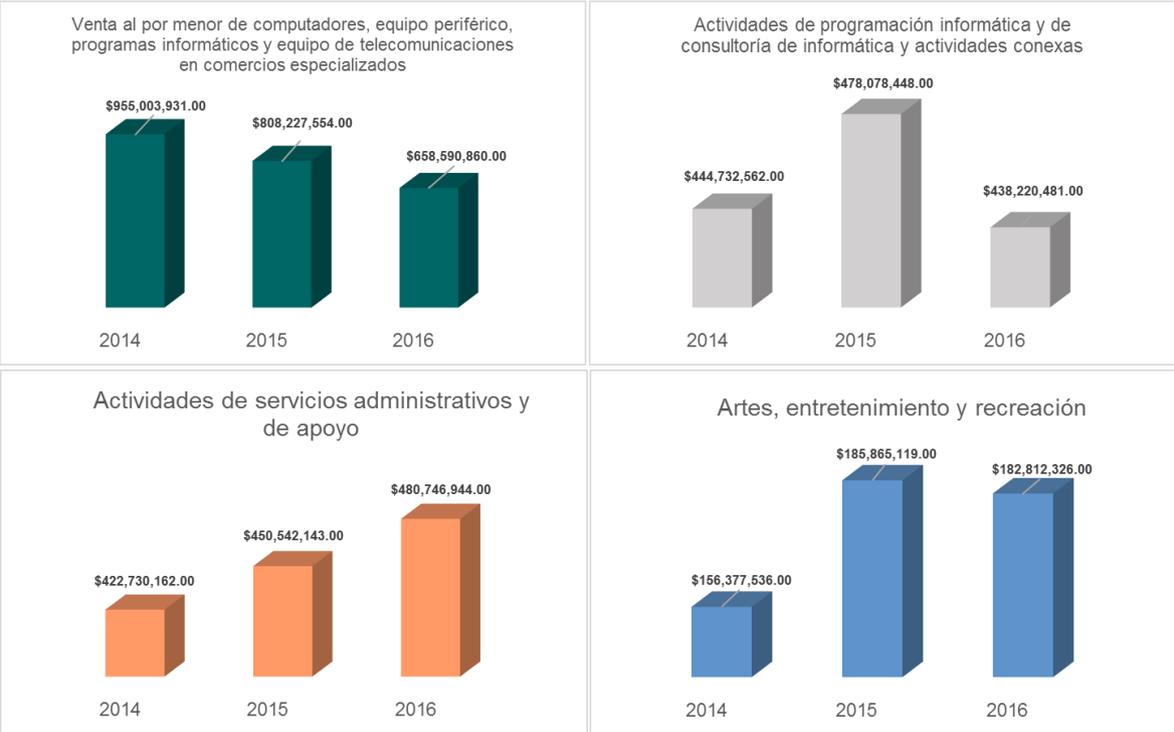


Gráfico 4. Evolución de los ingresos de cuatro actividades económicas que involucran empresas de servicios de gestión documental en el período 2014-2016. Fuente: (INEC, 2017).

En el gráfico previo evidencia de manera general un decrecimiento en la variable de ingresos en tres de las cuatro actividades económicas, exceptuando el sector de actividades de servicios administrativos y de apoyo. Contrariamente a lo que se presenta en la evolución del número de empresas, los ingresos se han visto menguado a través del tiempo, exceptuando el del mencionado, servicios administrativos, por lo que se podría deducir que las empresas buscan recibir servicios más completos e integrales que puedan gestionar la mayor cantidad de actividades que involucren no sólo la gestión de documentos, sino también la administrativa.

PROBLEMÁTICA

Uno de los principales problemas que se presentan con respecto al mercado para la oferta de un servicio de gestión documental, es la resistencia que aún existe en algunos directivos hacia la implantación de tecnologías de información y comunicación (TIC), originada básicamente por la incertidumbre frente a los cambios que genera el desarrollo y adaptación de nuevas herramientas innovadoras.

Según estadísticas del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), se han presentado ciertas variaciones en la incorporación y uso de TIC en las empresas, en el período comprendido entre 2012 - 2014. En el gráfico continuo se presenta el resumen del número de compañías que utilizan sistemas operativos, navegadores de internet, aplicaciones ofimáticas, o de procesamiento de información tipo ERP o CRM y otras, clasificadas según sus dimensiones. Para efectos de presentación de las estadísticas se define las variables de clasificación de estas dimensiones según la Decisión 702 de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), Art.3.:

- Microempresa.- Cuando el valor bruto en ventas es menor o igual a \$100,000 y posee de 1 a 9 trabajadores.
- Pequeña.- Con ventas entre \$100,001 y \$1, 000,000 y número de trabajadores de 10 a 49.
- Mediana "A".- Con ventas entre \$1, 000,001 y \$2, 000,000 y trabajadores entre 50 y 99.
- Mediana "B".- Con ventas comprendidas entre \$2, 000,001 a \$5, 000,000 y trabajadores de 100 a 199.
- Grande.- Con ventas de \$5, 000,001 en adelante y más de 200 trabajadores.

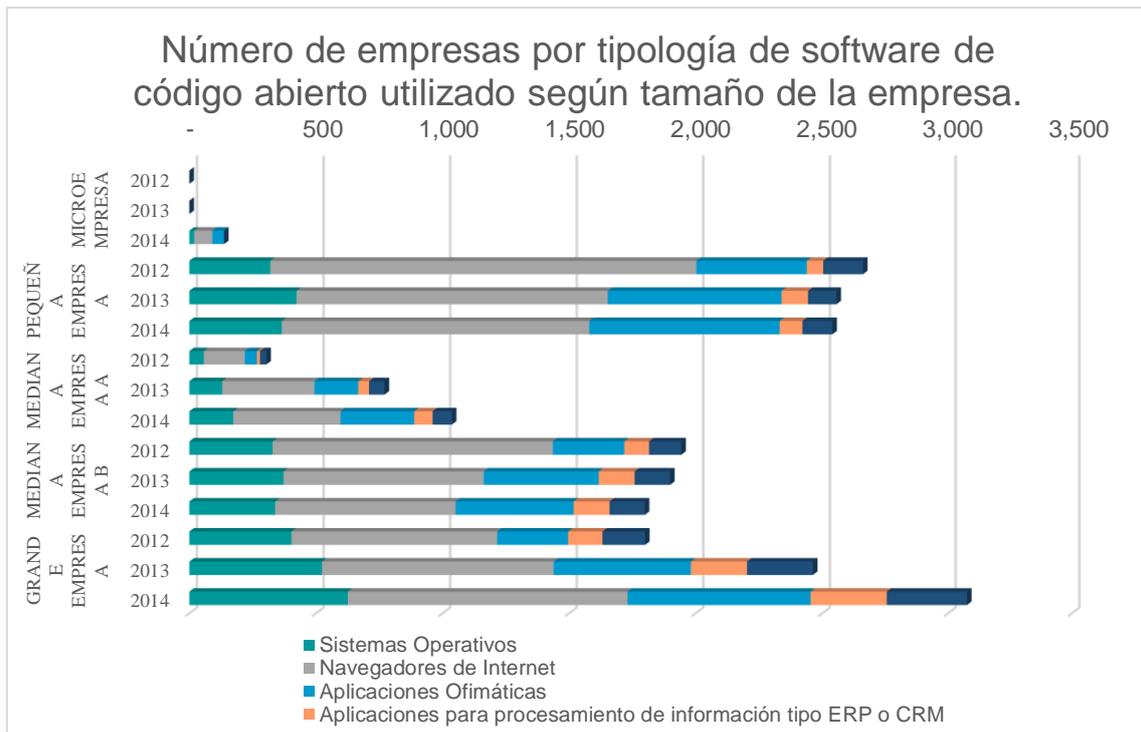


Gráfico 5. Número de empresas por tipología de software de código abierto utilizado según el tamaño de la empresa.

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2015).

El gráfico 5 reporta que las medianas empresas “A” son las que menos utilizan estas herramientas, las pequeñas y medianas “B” han ido reduciendo levemente de manera general el uso de estas herramientas, pero se evidencia un aumento en la utilización de navegadores de internet y aplicaciones ofimáticas, mientras que las grandes empresas han incrementado el empleo de todas ellas. Asimismo la gráfica permite deducir otra problemática de la incorporación de las TIC, y es que requiere de una considerable inversión, razón por la cual mayoritariamente las empresas medianas y pequeñas incorporan pocos mecanismos o como las microempresas sencillamente deciden no hacerlo, por la insuficiencia de recursos.

Otros aspectos en cuanto a la entrega del servicio se origina debido a que el proceso que requiere pasar de un manejo y archivo de información físico a uno virtual, demanda de la digitalización de un sinnúmero de documentos, que involucra una gran cantidad de tiempo, que muchas veces las compañías no desean aceptar. Este proceso de respaldo informático también genera dificultades, inicialmente a nivel de decisión, puesto que muchas veces, la digitalización se detiene por falta de recursos, evidenciándose mayormente en las empresas del sector público; por otro lado las empresas no cuentan con un espacio físico donde se pueda llevar a cabo

este proceso a lo largo del tiempo, generando incomodidades para el personal externo encargado y para los propios trabajadores.

La confidencialidad de la información igualmente resulta preocupante para el empresario frecuentemente reservado en cuanto al acceso de información, y existe un gran riesgo de pérdidas de documentos cuando se realiza un traslado de una localidad a otra, por lo que se necesita, muchas veces, incorporar o contratar servicios adicionales de resguardo y seguridad, para lograr culminar el proceso de manera exitosa.

JUSTIFICACIÓN

La gestión de documentos se considera como uno de los principales ejes estratégicos de una organización que sirva como fuente para la innovación; se espera que desde su manejo pueda producir y dar soporte a la administración, creación de productos y desarrollo de procesos enfocándose en una mejora continua. Al estimar que su gestión no se concentra meramente en organizar documentos en un espacio físico, sino que emplea criterios y prácticas encaminados a la promoción de la calidad, se busca que la producción de documentación sea íntegra y útil para la toma de decisiones, incluso para la investigación.

Asimismo los cambios en la sociedad y la revolución tecnológica han ocasionado una constante modificación y adaptación del entorno organizacional para poder responder con efectividad frente a las demandas del mercado, lo que ha abierto un sinfín de oportunidades para la gestión de documentos a nivel empresarial, que se han traducido en retos, principalmente para los profesionales en desarrollo de tecnologías de la información y comunicación a la hora de coordinar proyectos que resulten beneficiosos para la empresas (Sánchez, 2014).

Contar con un diseño apropiado de gestión documental, permite a las empresas agilizar sus trámites y respaldar transacciones, lo que la hace más eficiente en un mercado constantemente competitivo; además de lograr la confianza de los usuarios que puede traducirse prontamente en fidelidad y favorables percepciones (Ramírez & Vega, 2015, p.212). Otros beneficios que trae son la reducción del almacenamiento físico de los documentos y la ocupación de espacios, mediante la migración digital y la acelerar los procedimientos administrativos (Heredia, 2008).

La propuesta de implementación del presente proyecto trae beneficios no sólo para las empresas que reciban los servicios, sino a nivel personal en la aplicación práctica de los conocimientos adquiridos. Además de impulsar un estado de emprendimiento donde se pueda obtener independencia económica y generar puestos de trabajo que beneficie la economía local y nacional.

DELIMITACIONES

Desde la óptica de (Sabino, 2013) la delimitación habrá de efectuarse en cuanto al tiempo y espacio, para situar nuestro problema en el contexto definido y homogéneo. El presente estudio de factibilidad se centrará en la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil. Para lograr ese objetivo se realizará una investigación de mercado para evidenciar la situación actual con respecto a la oferta, demanda del servicio de gestión Documental en la ciudad de Guayaquil. Se analizará el mercado del sector de Manufacturero y Financiero ya que las operaciones de estos sectores son de gran escala y generan gran cantidad de información que en muchas ocasiones se pierde, además de analizar la competencia considerando empresas alojadas en la ciudad Guayaquil que brinden este servicio de forma integral, es decir, que no sólo se dediquen a la digitalización de documentos, sino que involucren otras actividades como administración, logística, almacenamiento y cuyo domicilio se encuentre en la ciudad de Guayaquil.

Los datos que permitan tener información histórica del mercado y otras variables económicas relevantes como inversiones, inflación, precios de bienes y productos y tasas de interés, se tomarán de la información que se encuentre disponible en estudios y estadísticas previos, considerando los años más próximos que anteceden al actual.

LIMITACIONES

El estudio de la evolución del mercado se hace complejo, por la falta de actualización de información sobre índices e información de los sectores de la economía, además de la insuficiencia de análisis todavía más detallados del desarrollo de cada sector considerando el tamaño de las empresas. Aunque se pueden encontrar resúmenes de datos estadísticos del comportamiento económico, resulta imposible acceder a datos totales y primarios que permitan realizar estudios personalizados.

Igualmente la falta de unificación en la descripción de la actividad económica de las empresas que brindan el servicio de gestión documental, hace imposible tener un marco de referencia poblacional que permita realizar estudios cuantitativos reales bajo métodos probabilísticos, con los que se puedan obtener resultados inferidos a todo un sector. Así también se desconoce el estado actual e histórico del mercado por lo que las estrategias y proyecciones se hacen bajo supuestos cercanos, pero no exactos de la realidad, por lo que se establece un margen de error para la ejecución de la planificación.

Por último al desarrollar una investigación cualitativa, el tamaño y la elección de la muestra, depende ampliamente de la disponibilidad de los seleccionados y recae toda la responsabilidad en las características definidas previamente para ser escogidos, donde algunas veces pueden no cumplirse precisamente porque no se encuentran elementos con las particularidades descritas, lo que le marca ciertas deficiencias a la hora de recolectar la información.

OBJETIVOS

Objetivo general

Desarrollar un estudio técnico, económico y de mercado que permita determinar la factibilidad en la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos

- Elaborar un marco teórico que permita comprender la estructura de una empresa de servicios de gestión documental.
- Desarrollar un estudio de campo que permita conocer la oferta y competencia del mercado actual y las necesidades latentes de la demanda.
- Plantear estrategias de mercadeo para el posicionamiento de la empresa, considerando procesos innovadores y excelencia en la atención de clientes.
- Diseñar la estructura organizacional y la planificación estratégica respetando la legislación y normativa vigente, y adaptando las mejores prácticas en la oferta de un servicio integral de gestión documental.
- Analizar la viabilidad financiera para el establecimiento de la empresa, mediante la deducción de flujos económicos proyectados considerando la situación actual del mercado

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO

1.1. El documento

El concepto documento, está relacionado directamente con la documentación, archivística, bibliografía, biblioteconomía, entre las principales, el término procede una raíz latina “docere” que es un verbo que significa enseñar, por lo que inicialmente el documento era un medio de enseñanza, aunque el significado actual sea otro diferente. En una síntesis de López (2013) se detallan las siguientes definiciones del término documento.

Tabla 3. *Definiciones de documento*

Autor, año	Definición
Terreros, 1765	Es un título, prueba, doctrina enseñanza o consejo que da.
Diccionario de la Real Academia de la Lengua (1817)	Es un instrumento probatorio
Diccionario de la Real Academia de la Lengua (2001)	Es un diploma, carta, relación u otro escrito que describe e ilustra acerca de algún hecho, entre los que destacan los históricos para probar algo.

Fuente: López, José (2013), Notas acerca del concepto y evolución del documento contemporáneo, Madrid: UCM.

Elaborado por: Christian Moncayo

Es importante destacar que en todos se evidencia como una prueba o constancia de un hecho. El análisis del concepto documento se aborda desde dos perspectivas, la primera es la antropológica-cultural y la segunda es la histórica-jurídica.

Perspectiva antropológica cultural: En esta parte el documento se lo concibe como una herramienta inventada por los seres humanos con el propósito de conservar datos, información, sensaciones, percepciones, sentimientos y que estos perduren, más allá de la memoria humana y como tal puedan ser transferidos de generación en generación, López (2013), indica que desde esta perspectiva se incluyen las siguientes características:

- El documento es una técnica de prolongación del ser humano,

- Tendencia humana al registro, mantenimiento y difusión y transmisión de ideas, sensaciones e información en general.
- El documento es la evidencia del nacimiento de la escritura, en este se plasma este invento,
- Es el medio para transmitir del mundo de la idea al mundo de la forma,
- Es importante en la administración pública,
- La cultura es además una acumulación de conocimientos que se plasman en el documento.

Perspectiva histórica-jurídica: Desde esta perspectiva el documento permite el conocer o ver porque en la antigüedad los que escribían los documentos eran los actores de los acontecimientos, de tal forma que transcribía lo que había presenciado mediante los sentidos. Bajo esta perspectiva, las características son las siguientes:

- Los documentos son una representación de los hechos históricos.
- El documento tiene una categoría superior a los testimonios orales en cuanto a material de prueba.
- Satisface la necesidad de relatar acontecimientos sin desfigurar su naturaleza, esto es manteniendo la fidelidad de los hechos.
- Tiene la capacidad del condicionar el futuro en función de las distintas interpretaciones que puedan asignarse a los hechos pasados conocidos mediante el documento.

1.2. El documento público

Los documentos son la base y fundamento de un gobierno abierto y soporte de la gestión transparente, participativa y colaborativa; bien gestionados pueden ser útiles para evaluar impactos de los programas, mejorar procesos, compartir conocimientos; así como protegen los derechos de los ciudadanos y a los funcionarios responsables por sus ejecutorias. Los documentos permanentes son testimonios escritos de la historia de un pueblo (Garcia, 2013).

1.3. Documento electrónico

En los últimos diez años existe toda una tendencia a la desmaterialización de la información y la política cero papeles que busca minimizar el impacto ecológico y

mejorar eficiencia en el uso del espacio, para ello el objetivo es disminuir el volumen de documentos físicos y surge el concepto del documento electrónico. En esta tendencia están los libros con el e-book. La definición es “información creada o recibida y conservada como evidencia y como activo por una organización o individuo en el desarrollo de sus actividades o en virtud de sus obligaciones legales” (García, 2013). Estos documentos tienen las siguientes características:

- Son virtuales,
- Se transfieren y archivan por soporte magnético u ópticos;

1.4. El documento archivístico

No todos los documentos son entendidos como tales según la disciplina archivística, por tanto hay documentos que no son objeto de archivo, para ello se requiere el cumplimiento de dos conceptos tales como el registro y documento de archivo (Irima, Sistema de Gestión Integral de Documentos de Archivo para Empresas de Construcción del Territorio de Camaguey, 2010).

Entre la primera categoría (de registro) están todos los documentos generados por las entidades, sean públicas o privadas, en virtud de sus obligaciones legales o trámites administrativos u otra índole, requieren ser preservados por sus poseedores como prueba de sus actuaciones, transacciones.

La segunda categoría son los que amerita preservación que son los públicos y que son el testimonio de la construcción social desde diferentes ángulos; por tanto, son de interés público y deben ser preservados en las instituciones archivísticas.

1.5. Principios archivísticos

Estos principios son de aplicación para una concepción general y modelos de archivo independiente de su categoría, son el de procedencia y orden natural de los documentos; las ventajas de la aplicación de estos principios son:

- Conservar el valor de soporte o prueba y testimonio que constituye el documento;
- Evita la subjetividad en el proceso de agrupamiento de los documentos,
- Facilitar los procesos de organización y clasificación de la documentación,
- Evita una posible dispersión, pérdidas o destrucción,

- Facilitar la recuperación de la información.

1.6. Caracteres de los documentos archivísticos

Schelleberg (1958, citado en Campillo, 2010) indica que los documentos archivísticos tenían una estructura física que son los distintivos externos, así como un contenido que son los distintivos internos. A continuación un detalle:

Tabla 4. *Detalle de caracteres del documento*

Caracteres externos	Caracteres internos
1 Clase: Comprende al procedimiento utilizado para transmitir la información tales como textuales, sonoros, audiovisuales, electrónicos.	1 Entidad productora: es la entidad o persona productora del contenido del documento. Pueden ser organizaciones o personas, individuales o colegiadas.
2 Tipo: Es la forma como se plasma la función u objetivos del documento, puede ser cartas, actas, expedientes, informes.	2 Orígenes funcionales: Se refiere a la tarea de la entidad o persona que genera el surgimiento del documento.
3 Formato: Formas del documentos, tales como formato de papel, de almacenamiento de documentos electrónicos (disco extraíble), almacenamiento en archivos, otros.	3 Fecha y lugar de producción: Ubica al documento en el tiempo y espacio con respecto a su producción.
4 Cantidad: volumen de las unidades de almacenamiento, tales como legajos, cajas, documentos, carpetas).	4 Contenidos sustantivos: Asunto del que trata el documento
5 Forma: Puede ser original o copia y los diferentes tipos de estas.	

Fuente: Campillo, Irina (2010)
Elaborado por: Christian Moncayo

1.7. Gestión documental

Según una definición de Ponjuan (2003, citado en Capillo, 2010) es un proceso administrativo que busca analizar y controlar al documento a lo largo de su ciclo de vida, comprende lo siguiente:

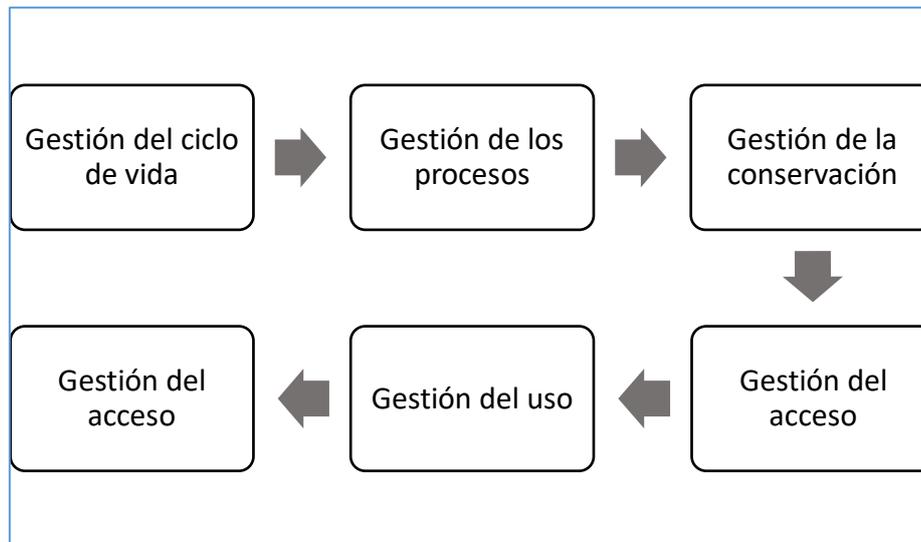


Figura 1. Fases de la gestión documental
 Fuente: Ponjuan, 2003, citado en Campillo (2010).

La gestión de documentos abarca un conjunto de operaciones orientadas a la búsqueda de la economía y la eficacia en la producción, mantenimiento, uso y destino final de los documentos a lo largo de su ciclo de vida; debe estar alineada con la estrategia i objetivos de las empresas y organizaciones e integrada con los sistemas de información y gestión. Una definición integral es la siguiente:

Conjunto de normas, técnicas y prácticas usadas para administrar el flujo de documentos de todo tipo en una organización, permite la recuperación de información desde ellos, determina el tiempo que estos deben estar guardados, se encarga de eliminar aquellos cuyo periodo de vigencia ha fenecido y la conservación indefinida de los más valiosos, para ello se aplica la racionalización y economía (Villavicencio, 2008, citado en Campillo, 2010).

La gestión documental desde la perspectiva de la gestión del conocimiento se puede estimar como la base fundamental para compartir e incrementar los saberes institucionales tanto colectivos como individuales con el objetivo de que se encaminen al cumplimiento de las metas propuestas. Otros conceptos que se deben considerar son:

- **Registro.-** Se puede determinar como el lugar donde se reúnen los documentos o el libro u otro medio donde se asienta la información. El propósito del registro es tener un control de la documentación de la entidad y las funciones que cumple son: conocer la resolución o el destino de un

documento, el lugar donde se encuentra y una referencia relevante del asunto.

- **Archivo.-** Proviene del latín *archivum*, y según el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española presenta las siguientes definiciones:
 - Conjunto ordenado de documentos que una persona, una sociedad, una institución, etc., producen en el ejercicio de sus funciones o actividades.
 - Lugar donde se custodian uno o varios archivos.
 - Guardar documentos en un archivo.
 - Dar por terminado un asunto.
 - Conjunto de datos almacenados en la memoria de una computadora que puede manejarse con una instrucción única (Real Academia Española, 2017).

Archivar denota almacenar ordenada y lógicamente documentos valiosos, para poder ubicarlos de forma ágil cuando se necesiten posteriormente. La función primordial del archivo es la preservación de información acorde a los tiempos mínimos establecidos legalmente, sirve como base eficaz para la vinculación de nuevos datos, como elemento de consulta de sucesos y como evidencia de acciones anteriores.

La forma de organizar el archivo puede ser:

- Físico: Llamado también manual, se realiza sin la ayuda de equipos informáticos por lo que involucra una serie de acciones como la clasificación acorde a parámetros establecidos, la ordenación según esos parámetros, y la colocación física en el lugar designado.
- Electrónico: La información se almacena en carpetas virtuales conforme a los parámetros que se asignan igualmente a los archivos físicos, se crean ficheros electrónicos acorde a las necesidades de información. También requiere de actividades como la creación, actualización y modificación.

Para el manejo de la información se utilizan sistemas para organizar la documentación:

- Equipos físicos (hardware).
- Soporte técnico.
- Sistema operativo.

- Sistema de gestión de base de datos.
- Administrador.
- Usuarios informáticos y no informáticos (Ministerio de Fomento, s.f.).

1.8. El ciclo de vida del documento

El documento tiene un ciclo de vida y es importante que se defina el ciclo de cada tipo de documento, de tal forma que el sistema lo considere y se le de baja y se disponga la forma de eliminarlo en el caso de documentos físicos. El ciclo se conforma de tres fases que son el nacimiento la fase de mantenimiento y la de expurgo o transferencia.

La fase de nacimiento se caracteriza por ser frecuentemente utilizado por los usuarios con el objetivo de solucionar o aclarar situaciones derivadas de su origen, puede mantener este lugar en tanto se mantenga su valor y frecuencia de uso.

La segunda fase corresponde al momento en que el documento ha perdido su valor o vigencia administrativa. A partir de ese momento se requiere darlo de baja para ello se requiere disponer de un reglamentación.

La tercera fase corresponde a los documentos históricos que tienen valor permanente. Y constituyen una memoria de hechos y sucesos, son públicos.

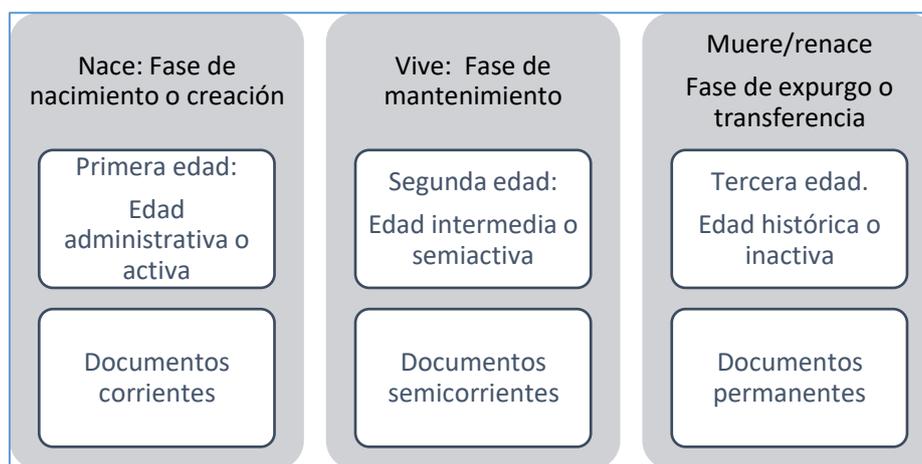


Figura 2. Ciclo de vida del documento
Fuente: Mena, M (20059, citado en Campillo, 2010).

Un esquema más operativo del ciclo de vida sería el siguiente: i) creación o recibo; ii) archivo y protección; iii) utilización; iv) remisión o transferencia; v) eliminación, de acuerdo con el siguiente esquema:

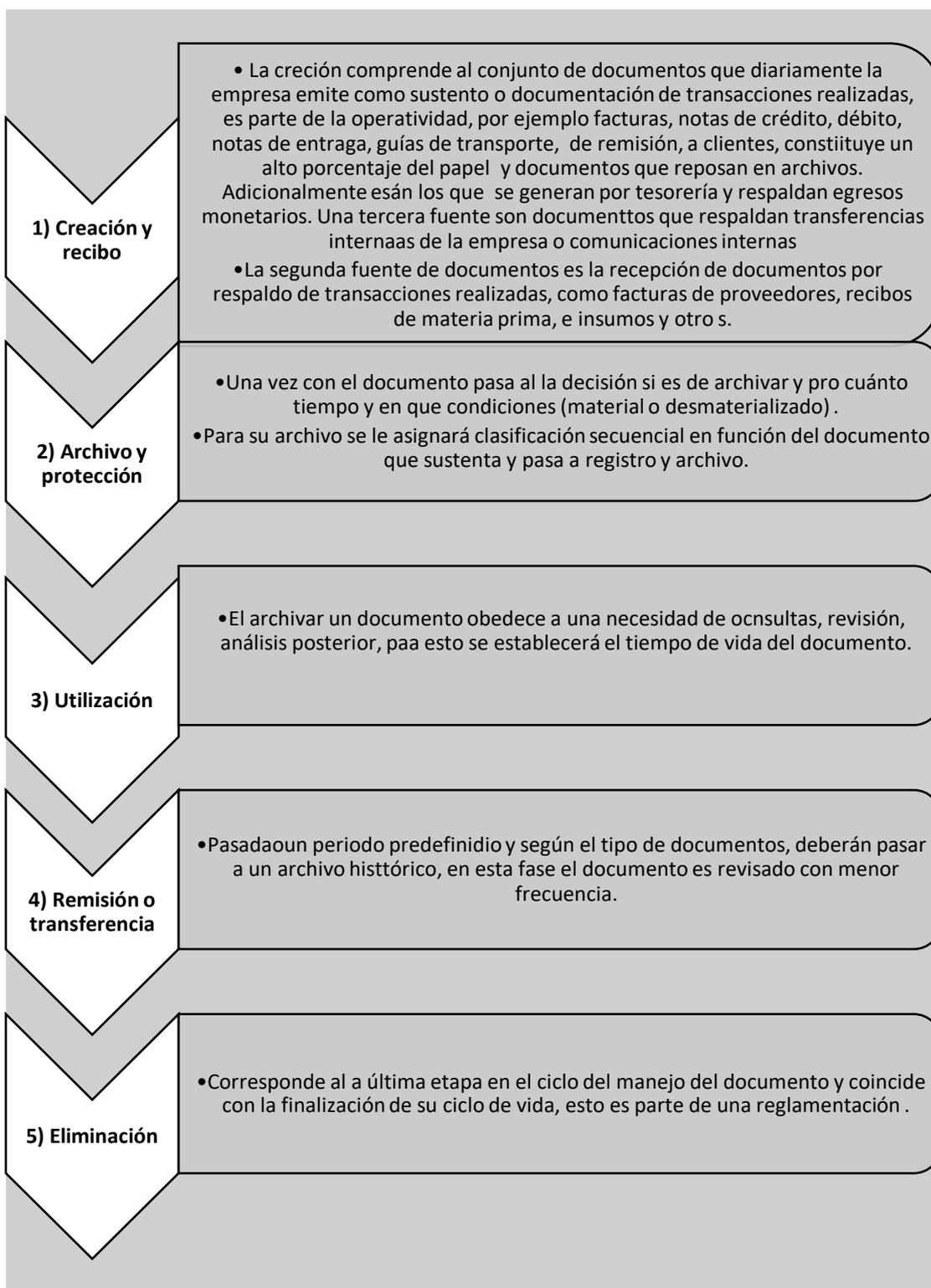


Figura 3. Ciclo de vida del documento, detalle

Fuente: Alvarado, Mabel, 2007, Administración de la información, EUNED.

1.9. Gestión documental y tipo de documentos

El diseño de un sistema de gestión documental debe partir de algunas precisiones, una de estas es el tipo de documentos, Russo (2009) propone la siguiente clasificación:

Ambiental: Son documentos o fuentes de información que se utiliza en la empresa con contenidos de contexto e información externa, es el cúmulo de obras que reposan en las bibliotecas o centros de documentación de la organización, ejemplo de estos son las leyes, estadísticas nacionales, locales, sectoriales y estudios en general, es de acceso público sin ningún tipo de restricciones.

Interna: Corresponde al conjunto de documentos e informas que informan o registran transacciones, operaciones y estados. Es información oficial para efectos fiscales y financieros, tiene que ser archivada por un tiempo mínimo determinado por la autoridad tributaria. Es de acceso restringido y solamente disponible para personal oficialmente designado según el puesto que ocupen y la formalización mediante accesos al sistema.

Corporativa: Es el conjunto de información de la empresa para ser consumida por público externo, es de acceso abierto y normalmente mucha de ella ya figura en los sitios públicos empresariales, ejemplo de estos documentos son: memorias anuales, informes a accionistas o socios, folletos, acciones de responsabilidad social, información comercial, de productos, de marketing, etc. La fuente de la información corporativa es el departamento de marketing.

1.10. Planificación estratégica

La palabra estrategia se ha usado de muchas maneras en diferentes contextos, su origen se remota principalmente al área militar en el planteamiento de maniobras astutas enfocadas a debilitar al enemigo. El término proviene del griego *strategos* que significa “*general del ejército*” y el verbo se traduce como “*planificar la destrucción del enemigo en razón del uso eficaz de los recursos*” (Pimentel, 1999).

Aunque la definición específica no se aplica de forma literal en el ámbito de los negocios, los estrategas de las empresas no planean la destrucción de sus

competidores, pero sí tratan de ganar mayor cobertura de mercado, obteniendo las mejores utilidades.

Peter Drucker, en su libro *The Practice of Management* (citado en Pimentel, 1999), expresa que el desarrollo de estrategias aspira que los gerentes analicen la situación actual y de ser necesario la cambien, puesto que se espera que conozcan sus recursos reales y los que deberían tener.

Mintzberg y Quinn (citado en Aramyo & Candia, 2005) aclaran que el estratega tiene la función de formador, lo que comprende la planificación y la capacidad de poder anticiparse a las situaciones, además de ser una persona dispuesta a desenvolverse con la postura consciente de un camino que requiere un continuo aprendizaje por lo que las tácticas pueden surgir de manera espontánea o premeditadamente.

Por otro lado Ezequiel Ander-Egg (citado en Aramyo & Candia, 2005) señala acerca de la planificación lo siguiente:

Sustantivamente, planificar es un esfuerzo por incluir en el curso determinados acontecimientos, mediante la acción deliberada de algunos actores sociales; formalmente significa , incidir de una manera organizada y formalizada sobre determinados procesos y acciones conducentes al logro de ciertos objetivos y metas propuestos; y operacionalmente, se expresa en la utilización de determinados procedimientos, con el propósito de introducir organización y racionalidad a un conjunto de actividades consideradas pertinentes para el logro de determinadas metas y objetivos.

Ferrell & Hartline, (2011) mencionan que para que una empresa pueda alcanzar las metas propuestas debe contar con un plan de actividades o un mapa que indique el camino a seguir, en conclusión, se debe describir la planificación organizacional para poder tener éxito.

Chiavenato, (2001) menciona que corresponde a un proceso continuo de toma de decisiones que se enfoca en considerar variables futuras que puedan afectar a la compañía y tomar decisiones en el presente. Las características que debe tener la planificación estratégica son:

- Debe proyectarse a largo plazo.
- Orientarse en las relaciones internas y externas de la empresa.
- Incluir todas las áreas y niveles de la compañía, además de todos los recursos.

- Responder a un contexto global y estar debidamente estructurado.

Asimismo expresa que debe cumplir seis etapas:

1. Determinación de los objetivos empresariales.
2. Análisis ambiental externo.
3. Análisis organizacional interno.
4. Formulación de las alternativas estratégicas y elección de la estrategia empresarial.
5. Elaboración de la planeación estratégica.
6. Implementación mediante planes tácticos y operacionales.



Figura 4. Modelo integral de dirección estratégica.

Fuente: David, (2003).

El esquema propuesto por Fred David, no garantiza el éxito, sin embargo representa un proceso claro y práctico para la implantación de estrategias. El primer paso se inicia bajo los preceptos establecidos en la misión y visión de la empresa, aun cuando no los tenga desarrollados o correctamente comunicados, siempre se sabe, incluso de manera tácita, el lugar a donde quiere llegar. Se debe considerar que la dirección estratégica corresponde a un proceso de continuo cambio que depende en gran medida de las variables externas e internas que afectan el entorno organizacional, por lo que los gerentes, en quienes recae principalmente la responsabilidad de planificar, deben estar dispuestos a actuar prontamente en la toma de decisiones y acciones que les permita responder eficientemente frente a los

nuevos desafíos. Por lo mencionado, se establece que una planificación estratégica debe ser siempre flexible y con la facilidad de introducir nuevas actividades en un proceso que nunca concluye (David, 2003).

1.11. Análisis FODA

Dentro de la planificación estratégica se incluyen análisis sustanciales que tienen por objetivo conocer primeramente el entorno y la situación actual de la empresa y del mercado. Steiner (citado en Ramírez J. , 2009) manifiesta que la planeación estratégica se basa en determinar de manera consecuente las oportunidades y riesgos del futuro, que compaginado con otra información suministran datos relevantes que permiten a los directivos tomar las mejores decisiones. El proceso de planeación considera algunas etapas como reconocimiento de la misión, visión, análisis situacional, formulación de estrategias, implementación y control, y dentro de la fase de análisis se valoran las variables correspondientes al análisis FODA que responde al propósito de la planeación estratégica ya que se enfoca en realizar una valoración de las condiciones internas organizacionales y externas del mercado.

El nombre FODA proviene de la traducción del inglés de las iniciales SWOT que son (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) y se constituye en una herramienta eficiente para diagnosticar las fortalezas y debilidades a nivel de la entidad y las oportunidades y amenazas a las que se enfrenta exteriormente (Ponce, 2006). El autor Steiner (citado en Codina, 2011), propone lo siguiente:

El análisis FODA es un paso crítico en el proceso de planeación. Examinar correctamente oportunidades y peligros futuros de una empresa, y relacionarlo en un estudio imparcial con las potencialidades (fortalezas) y debilidades de la misma representa una enorme ventaja (p. 92).

De esta forma se establece que, el análisis FODA tiene como finalidad generar estrategias que respondan a las posibilidades que se presentan en el sector, teniendo en cuenta los riesgos, planeando la forma de enfrentarlos mediante las características en las que sustenta su éxito reduciendo los inconvenientes que se puedan presentar por las debilidades reconocidas (Codina, 2011).

Este diagnóstico situacional, permite estimar las condiciones reales en las que opera la empresa, a fin de que sus estrategias se encaminen para su beneficio,

determinadas bajo el uso eficiente de recursos que las conviertan en acciones viables que cumplan los objetivos propuestos. Las estrategias se fundamentan en las fortalezas de la organización, lo que simboliza su competitividad, es decir, su capacidad de ofertar bienes o servicios que generen valor para el usuario y le permitan incrementar su participación de mercado (Ramírez J. , 2009).

Los autores Kotler & Armstrong (2008), establecen que, las fortalezas tiene que ver con las capacidades internas, recursos y condiciones positivas que favorecen la entrega de un buen producto o servicio a los clientes; las debilidades consideran los inconvenientes y circunstancias negativas al interior de la organización que entorpecen el buen desempeño; por otro lado las oportunidades son causas convenientes actuales del entorno de las que la empresa puede valerse para beneficiarse, y las amenazas constituyen variables externas perjudiciales que pueden provocar el no cumplimiento de los estándares establecidos, lo que se resume en el cuadro siguiente:

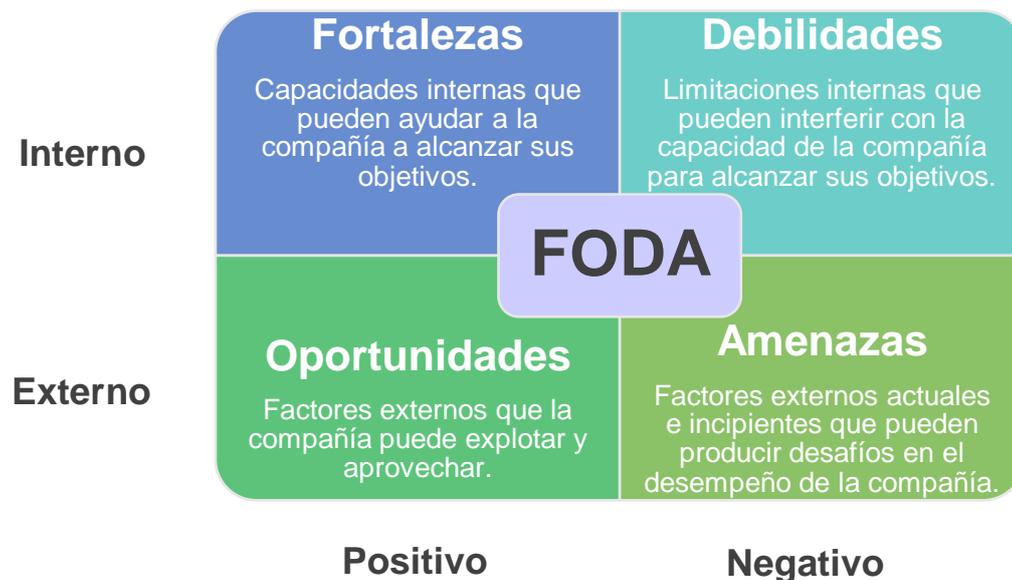


Figura 5. Análisis FODA.

Fuente: (Kotler & Armstrong, Fundamentos de marketing, 2008).

1.12. Investigación de mercado.

El origen de la investigación data de muchos años atrás, se estima que tuvo sus inicios en sondeos de opinión en campañas presidenciales en Estados Unidos en los años 1800 sin mayor efectividad, sin embargo significó el inicio del reconocimiento de la necesidad de tener la oportunidad de predecir situaciones en distintos temas

de la vida. Desde entonces hasta ahora se ha encontrado su gran utilidad en el mundo de los negocios (Pope, 2002).

Para proporcionar una definición más aceptable de la investigación de mercados se hace referencia a la expresada por la Asociación Americana de Marketing (AMA) que menciona: “Es la obtención, clasificación, y análisis de los datos y hechos que están relacionados con la transferencia y venta de mercancías y productos” (Soler, 2001, p. 7). Zikmund & Babin (2009), definen lo siguiente: “es la aplicación del método científico en la búsqueda de los fenómenos de marketing” (p. 5). Así también Philip Kotler (citado en Prieto, 2013) expresa que es: “Análisis sistemático de problemas, construcción de modelos y hallazgos de hechos que permitan mejorar la toma de decisiones y el control en el mercado de bienes y servicios” (p. 4).

La investigación de mercados conlleva un proceso de actividades que se inicia cuando se identifica un problema o una oportunidad y se realiza de forma estructurada en distintas etapas, d'Astous, Sanabria, & Pierre, (2003), lo plantean de la siguiente forma:



Figura 6. Proceso de investigación de marketing.

El objetivo primordial de su ejecución es conocer información relevante previa que reduzcan los riesgos inherentes a la toma de decisiones financieras, comerciales y estratégicas en el desarrollo de nuevas empresas, productos o servicios. El proceso de investigación de mercado corresponde a una de las funciones del departamento de Marketing que hace posible la planificación estratégica y la toma de decisiones (Soler, 2001).

Se espera que este proceso brinde información relevante del mercado que permita no sólo desarrollar o crear, sino además controlar la efectividad de las estrategias implantadas. Con los resultados alcanzados se pretende elaborar el plan de marketing con el fin de que los productos y servicios ofertados por la empresa respondan eficientemente a las necesidades de los consumidores.

1.13. Marketing

El departamento de marketing en una empresa, cumple la función de velar por la atracción y satisfacción de los clientes, mediante la creación de valor a través de sus productos y servicios. A diferencia de lo que se piensa comúnmente el marketing no sólo involucra las ventas o la publicidad, sino que forman parte de un conjunto de muchas actividades orientadas hacia el cliente. Kotler & Armstrong, (2003) definen al marketing como: "Proceso social y administrativo por el que los individuos y grupos obtienen lo que necesitan y desean a través de la creación y el intercambio de productos y de valor con otros" (p. 5).

Para poder entender de mejor manera la definición se hace necesario aclarar los conceptos de necesidades, deseos y demandas. Las necesidades de los usuarios se dan al percatarse de una escasez, estas necesidades se relacionan a aspectos básicos físicos del ser humano, como alimento, ropa, seguridad; pueden relacionarse también con aspectos sociales, de afecto, identidad, y las más profundas e individuales como la autorrealización. Estas necesidades se toman de referencia según los estudios realizados por el psicólogo Abraham Maslow y su propuesta de la Pirámide de Necesidades del ser humano.

Un deseo, por otro lado, corresponde a la necesidad adaptada a la cultura y personalidad de la persona, por ejemplo, si una persona tiene necesidad de alimento, dependiendo de su lugar de origen o de las costumbres de su entorno,

deseará cubrir esa necesidad con una hamburguesa, o una pizza, arroz, frijoles, etc. Debido a que los deseos de las personas se asocian con sus gustos y preferencias, se considera que estos son ilimitados, pero se ven enfrentados a una gama de posibilidades limitadas, por lo que siempre se enfrentará al proceso de decisión de elegir entre el bien o servicio que le signifique mayor satisfacción a cambio del dinero que está en capacidad de pagar. Cuando la persona se encuentra con la suficiencia de adquirir un bien o servicio deseable como respuesta al valor que tiene disponible, se dice entonces que existe una demanda, es decir, la cantidad de usuarios que desean y tienen los recursos para comprar determinado producto o prestación (Kotler & Armstrong, Fundamentos de Marketing, 2003).

El departamento de marketing basa sus funciones en la planificación de estrategias que le permitan lograr el objetivo de su naturaleza, a esta planificación se la conoce como Marketing Mix, que involucra el diseño de actividades en cuatro principales variables, que son: producto, precio, plaza y promoción, llamada también como las cuatro P.

- **Producto.-** El producto debe diseñarse para cumplir dos funciones principales, la primera es satisfacer la demanda de los consumidores y segundo, lograr la preferencia por encima de la competencia. Para lograr estos objetivos, se deben llevar a cabo actividades como cambios, modificación, mejora, innovación, introducción de nuevos modelos, colores y accesorios, rediseño, etc. Se deben tomar decisiones con respecto a su lanzamiento y reducción de costes basándose en resultados de investigaciones sobre su forma, empaque, marca, utilidad y pruebas de concepto (Soriano, 1990). En esta variable se debe además establecer las directrices del manejo de marca y cómo se dará su posicionamiento en el mercado, que permita lograr una recordación y diferenciación del producto que se traduzca en crecimiento continuo.
- **Precio.-** Es la cantidad de dinero que los consumidores están en capacidad de dar a cambio de la adquisición de un bien o servicio que satisfaga sus necesidades y deseos. Las decisiones con respecto a la fijación de precio se basan en el estudio de las características individuales de los consumidores y de su poder adquisitivo, un precio muy alto reducirá o anulará la demanda, en cambio un precio muy bajo no producirá utilidades, por lo que su decisión es muy importante.

La decisión sobre el precio que debe asignarse se puede hacer basada en el valor que le da el cliente, en la competencia, en relación a los costes de producción, considerando la relación de calidad del producto, o por el valor agregado que se le pueda dar. También existen otras consideraciones como la estrategia de marketing general propuesta, por la situación actual del mercado y la relación entre la oferta y la demanda. Los costos que se deben considerar son los variables, fijos y totales (Kotler & Armstrong, Marketing, 2012).

- **Plaza.-** O canal de distribución es el conjunto de intermediarios que forman parte del proceso para lograr que la producción de un bien o servicio llegue al consumidor o usuario final. Una buena estrategia de distribución contribuye en gran medida en la creación de valor para el cliente lo que se puede traducir en una ventaja competitiva frente a los competidores. Los distribuidores tienen gran capacidad de generar valor por lo que una buena elección es fundamental para lograr el acceso a nuevos mercados. Existen diferentes niveles de canales, se puede dar de manera directa, sin intermediarios, o de forma indirecta con uno o más intermediarios. Se debe analizar las necesidades del consumidor, identificar y evaluar alternativas de distribución y las elecciones que se tomen tienen que comprometerse con la filosofía empresarial.
- **Promoción.-** Corresponde a todas las herramientas promocionales que sirven como medio de comunicación entre la compañía y los clientes, que deben transmitir eficiente y claramente su mensaje. El mensaje se caracteriza principalmente por ser persuasivo con el propósito de lograr conectar con el cliente y establecer una relación a largo plazo. La mezcla de promoción involucra definición de estrategias en cuanto a la publicidad, promoción de ventas, ventas directas, relaciones públicas y marketing relacional, es decir, la conexión directa con el cliente (Kotler & Armstrong, 2012).

Además de las variables mencionadas que conforman la tradicional mezcla de marketing, existen otros factores que los proveedores de servicio deberían considerar, denominados las 3 P's adicionales propuestas con Booms y Bittner, que se enfocan en elementos que afectan directamente la percepción del servicio en el cliente:

- **Personas.**- Conforman el personal de la empresa que está en contacto directo con el cliente y son los encargados de entregar el servicio, por lo que su actitud, disposición y trato, afectan en la opinión que se genere en el usuario, en la calidad percibida y por ende en la imagen de la empresa. Por esta razón de parte de la organización debe existir un real interés en la satisfacción interna de los empleados, así como ofrecer capacitaciones para que estén aptos en resolución de problemas, relación cordial, respuesta a necesidades, iniciativa, entre otros (Kotler, 2002). Se estima que la entrega de un servicio no se puede separar de las personas, por lo que se enfatiza su importancia e incluye también el personal que no está en contacto directo pero que son visibles.
- **Procesos.**- Toda actividad de entrega del servicio se constituye un proceso que incluye procedimientos, planificación de actividades y toma de decisiones, se valora incluso mayormente que las personas, debido a que aunque se tenga un personal capacitado y motivado para la entrega del servicio, podrá servir muy poco si la empresa cuenta con prácticas ineficaces. Si los procesos no pueden garantizar, rapidez, comodidad, eficiencia u otro atributo valioso para el consumidor, no resultará beneficioso por lo que se convertirían en clientes insatisfechos lo que afecta negativamente y se vuelve perjudicial para la compañía. Al reconocer los procesos como una variable clave para la calidad del servicio se podrá planificar mejor las actividades que integren de mejor manera los recursos internos con las necesidades de los clientes externos (Christopher, Payne, & Ballantyne, 1994).
- **Evidencia física.**- Corresponde la demostración tangible del servicio por lo que afecta también la percepción del cliente, incluye todo el entorno por el que el usuario se forma impresiones de la prestación, como las instalaciones, decoración, iluminación, disposición de espacios, materiales de escritorio, todo lo que crea el ambiente en el cual se realiza el proceso de compra. La evidencia física mal administrada afecta la imagen del negocio, como una lámpara dañada, polvo, manchas, incluso los olores, cada detalle cuenta para que el cliente puede hacer tangible el servicio recibido y genere la mejor opinión (Ferrell & Hartline, 2012).

1.14. Estudio de factibilidad

El autor Cerda Gutiérrez, (2003) menciona que resulta complicado determinar un significado único al término proyecto, debido a que su aplicación se da en todas las áreas, por lo que su definición se considera imprecisa. Su origen proviene del latín “proiectus” cuyo prefijo “pro”, significa hacia adelante o hacia el futuro e “iectus” que es el pasado participio del verbo lacere, traducido como lanzar. En conclusión su significación se estima como lanzarse hacia delante o abrirse al futuro, principalmente como un deseo o una meta no concebido necesariamente como un plan estratégico con propósitos y objetivos específicos, como se lo reconoce actualmente.

En la antigüedad, el término, abarcaba un significado más extenso a nivel filosófico, puesto que se refería al deseo del ser humano por manifestarse hacia los demás y trascender. Otros autores como Ortega y Gasset (citado en Secchi, 2007) señalan a la vida misma como un proyecto, puesto que el ser humano constantemente se enfrenta a nuevas situaciones que se le presentan a lo largo de la vida. Por otro lado los profesionales de la sociología y antropología manifiestan que el progreso de una comunidad constituyen un proyecto de desarrollo, debido a las acciones que se deben realizar que involucran un cambio en su forma de pensar y de relacionarse (Cerda Gutiérrez, 2003).

El autor Arias (citado en Dubs de Moya, 2002), define el proyecto como una organización de ideas y actividades planificadas, que tienen como propósito cumplir un objetivo. Un proyecto se planea como una sucesión de actividades que van a depender del tipo de proyecto o de lo que se planea hacer, pero generalmente en su ejecución se consideran las siguientes tareas:

- a. Identificación del problema.
- b. Estudio de pre-factibilidad.
- c. Estudio de factibilidad.
- d. Diseño.
- e. Negociación.
- f. Implantación
- g. Monitoreo y evaluación.

Vale la pena recalcar que un proyecto no es lo mismo que un programa, éste último corresponde a un conjunto de proyectos; un proyecto es la entidad operativa, autónoma y detallada que forma parte de un programa, por esta razón se declara que existen diferentes tipos de proyectos, que pueden ser de: desarrollo, inversión, investigación, aprendizaje, factible, entre otros, que dependen del fin que persiguen. El objetivo de un proyecto factible es que la propuesta pueda ser realizada de forma inmediata, considerando que su propuesta se da como respuesta o solución a un problema previamente identificado (Dubs de Moya, 2002).

Para realizar un estudio de factibilidad se debe haber identificado claramente el problema, y definido una solución viable económica, social y ambientalmente, que permitirá mostrar evidencias de los motivos por los que debe llevarse a cabo, argumentándose en una propuesta de diseño, análisis de costos y exposición de beneficios económicos (División general de Planificación (DGP), 2008).

Santos, (2008) menciona que un estudio de factibilidad establece el cierre de los análisis de preinversión, que involucra el desarrollo de actividades que comprenden el diseño, evaluación y aceptación de las inversiones, garantizando que su implementación sea efectivamente justificada y que las soluciones que propone a nivel técnico y económico sea el más beneficioso. Para llevar a cabo el estudio general de factibilidad se requiere analizar tres estudios: de mercado, técnico y financiero.

El autor Córdoba, (2011) indica que el estudio de factibilidad tiene cuatro componentes básicos que son: un inversionista o persona que decide, las variables que puede controlar, las que no puede y las opciones que debe evaluar. Las variables se definirán por el análisis que se haya realizado, del entorno al que pertenece la idea, negocio o proyecto, que permitirán conocer el impacto o el grado de afectación que tendrán.

Miranda, (2005), establece que luego de realizar el estudio de factibilidad se puede decidir renunciar al proyecto, por no considerarse suficientemente aceptable o beneficioso para el inversionista, o esperar para mejorarlo, quizá modernizando su diseño considerando las recomendaciones de personal experto; además se espera que con este estudio se certifique la existencia de un mercado potencial y la justificación técnica, administrativa y financiera para su ejecución.

1.15. Estudio técnico

El estudio de factibilidad involucra el análisis de muchos factores, entre ellos la viabilidad técnica, el autor Córdoba, (2011) expresa que el estudio técnico tiene por objetivo responder las cuestiones de cantidad, lugar, recursos y métodos, además de determinar las condiciones óptimas en que se deberá producir el bien o servicio. Sapag (2007), menciona que un estudio técnico es de vital relevancia para conocer su viabilidad económica, calculando los costos y beneficios derivados, por lo que se debe determinar las particularidades óptimas de los factores que permitirán que se consiga ofertar eficientemente el bien o servicio. Luego de analizar previamente el mercado y constatar que existe una demanda, se pretende definir las necesidades de capital, mano de obra, materia prima y demás bienes necesarios para ejecutar el proyecto. Entre la información que se espera obtener constan:

- **Tamaño del proyecto.-** El autor Rojas (citado en Córdoba, 2011) define que el tamaño “es la capacidad de producción que tiene el proyecto durante todo el período de funcionamiento”, dependiendo de su naturaleza se estima por día, semana, mes o año. La importancia de su evaluación se define por conocer los costos, la inversión necesaria y la rentabilidad que generaría el negocio. Sapag, (2007), refiere que también se debe evaluar la oportunidad de una capacidad ociosa de producción que en el futuro se podrá utilizar a medida que se aumente la demanda. Así también el tamaño del proyecto incluye el estudio de la capacidad instalada que se divide en la capacidad de diseño que corresponde a la planificación, la capacidad del sistema que es la producción máxima trabajando de forma eficiente integradamente, y la capacidad real promedio, que responde a la producción que incluye las afectaciones de las variables externas e internas.
- **Localización del proyecto.-** Dentro de este estudio se busca conocer la disponibilidad de un terreno, la forma de asignación de la demanda, acceso a medios de transporte y de proveedores, existencia de otras industrias con las que se pueda generar sinergias de trabajo, disposiciones legales de la región y las condiciones de vida.

Entre estos factores lo más relevante es conocer profundamente el mercado y los recursos disponibles, para lo cual se debe considerar: elegir un terreno

adecuado, selección de mano de obra calificada, acceso a materia prima y a transporte y el cumplimiento de los preceptos legales.

El proceso se resume en tres fases que son: precisar los requerimientos óptimos de terreno al realizar una evaluación comparativa con otros lugares, balance de transporte unitario y cálculo de inversión necesaria. Para el análisis se propone los siguientes pasos:

- Análisis preliminar.- Traduce las estrategias de la organización en necesidades operativas y de mercado, principalmente características del suelo, insumos, personal, servicios básicos, condiciones ambientales e infraestructura.
 - Disponibilidad de materia prima.- Incluye las características de los insumos y la geografía de la localidad.
 - Estudio de mercado.- Integra la característica de los productos y la plaza.
 - Valoración de transporte.
 - Puntos estratégicos.
 - Distancias entre lugares importantes.
 - Identificación del tamaño de la planta.
 - Preselección de puntos alternativos.- Se realiza una lista de los mejores lugares a los cuales se estudiará más detalladamente.
 - Consideración de otros criterios.- Reglamentos, leyes, incentivos tributarios, características medioambientales, entorno y cultura social.
 - Evaluación de alternativas.- Análisis profundo de todas las características de las opciones elegidas.
 - Selección de alternativas.- Mediante la valoración de los resultados de estudios cualitativos o cuantitativos se elige una o varias opciones aceptables, ya que no existirá una localidad óptima, puesto que depende mucho de los factores que cada persona crea conveniente (Córdoba, 2011).
- **Ingeniería de proyecto.**- En esta parte se pretende describir la forma de instalación y actividades de la planta, Miranda, (2005) define que se debe buscar “una función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la elaboración de un bien o en la prestación de un servicio” (p.132). La tecnología constituye en el factor principal que influye en la evaluación de alternativas ya que de ella depende la técnica y el proceso de producción que se desarrolle. Dependiendo de las particularidades del

producto, materia prima, factores legales y recursos económicos se va a elegir el tipo de producción que puede ser en serie con economías de escala, o por pedido que conlleva un uso especializado, de todo esto se identificará los costos de producción, inversiones y rentabilidad.

1.16. Estudio financiero

Los proyectos tienen aplicación en una multitud de áreas y dimensiones, se emplean desde la solución de inconvenientes caseros hasta complejos diseños de ingeniería (Valero, 2005). De manera general un proyecto busca la solución de un problema, no obstante, también se pueden llevar a cabo por una persona particular, ya sea por un empresario o por un emprendedor, donde se conoce como proyecto de inversión, es decir, que de su ejecución se espera recibir beneficios. Acorde a lo mencionado por Fernández, (2007), la inversión corresponde al valor total de los recursos que el administrador debe tener disponible para comprar, edificar e instalar los bienes necesarios para la puesta en acción de la idea o negocio.

Para que el inversionista pueda tomar la decisión más acertada sobre la conveniencia y rendimiento de sus recursos, se debe valorar el proyecto financieramente. Por medio del análisis de indicadores económicos se puede determinar la rentabilidad del proyecto, para lo que se hace necesario precisar todos los ingresos, costos de operación, y el valor inicial para su implementación (Fernández, 2007). Este análisis se conoce como estudio financiero, que según Miranda, (2005) busca sustentar su aplicación, como productor de ganancias, mediante la realización de presupuestos, proyección de costos e ingresos, flujos de caja, con el fin de atraer la atención de los interesados en aportar capital.

Fernández, (2007) menciona que para que el estudio financiero sea posible se debe contar previamente con un estudio de mercado y técnico, ya que los resultados obtenidos de ellos dos, permitirán realizar las proyecciones de ventas, costos y la valoración de los recursos necesarios para comenzar. Los conceptos que se debe tener claro al respecto son:

- a. **Inversión inicial.**- Comprende el valor de todos los bienes que se necesitan adquirir para iniciar el proyecto como terreno, infraestructura, maquinaria, equipos, materiales, incluyendo si se necesita contar con asesoría externa.

- b. **Costos de producción.-** Se refiere a los costos necesarios para producir, fabricar o entregar el bien o servicio al usuario final. Involucra los costos relacionados directa e indirectamente a la creación del bien o entrega del servicio entre los cuales se encuentran, la materia prima, pago de mano de obra, servicios básicos, alquiler de localidad, impuestos, etc.
- c. **Capital de trabajo.-** Corresponde a la cantidad de dinero en efectivo que se necesita para que el proyecto pueda funcionar.
- d. **Costo de capital.-** Es el valor que se necesita para financiar el proyecto, que depende de las fuentes y el porcentaje de la participación de los inversionistas.
- e. **Flujo de efectivo.-** Se inicia con la proyección de ventas que considera el precio de venta del bien o servicio y las cantidades de los mismos que se espera vender, teniendo en cuenta el estudio de mercado; así también, incluye los costos de producción, administrativos, la depreciación de las adquisiciones, que permitirán deducir la rentabilidad del proyecto.
- f. **Rentabilidad del proyecto.-** Se concluye con las técnicas de evaluación financiera que precisan un valor actual neto (VAN), y la tasa interna de retorno (TIR).
- g. **Escenarios.-** Existen tres escenarios sobre los cuales se realizan las proyecciones del flujo de efectivo, que son la normal, la pesimista y la optimista, que van a depender en gran manera del estudio de mercado y de las posibilidades de accionar de la competencia, además de la consideración de las variables económicas como la inflación, y de aspectos legales o reglamentarios del país.

Córdoba,(2011) especifica que existen tres tipos de flujo de caja que dependen específicamente del financiamiento:

- Flujo de caja del proyecto sin financiamiento.- Cuando la totalidad de los recursos provienen de fuentes propias.

- Flujo de caja del proyecto financiado.- Cuando la fuente de recursos proviene de los propios recursos y de fuentes externas, que se adquiere como deuda y que incluye intereses.
- Flujo de caja del proyecto de accionistas.- Cuando el financiamiento se da por accionistas que esperan recibir dividendos por los fondos aportados, por lo que se presenta la factibilidad para ellos.

Para conocer la rentabilidad de un proyecto existen algunos métodos que nos permiten observar: el valor actual que representa la proyección del proyecto en a menos cinco años, el período en el cual se va a recuperar la inversión, el índice de rentabilidad, la relación beneficio/costo, o la tasa de rendimiento contable, los cuales se esclarecen a continuación:

- a. **Valor presente neto (VAN).**- Mascareñas (citado en Santos, 2008) expresa que se define como el valor actualizado traído al presente de los flujos proyectados a lo largo de la vida del proyecto. Se espera que este valor sea mayor a cero, es decir, que sumados todos los flujos de caja al año donde se realiza la inversión, supere el valor del coste inicial, de esta forma se considera que un proyecto es realizable. Si se evalúan diferentes alternativas, el VAN con mayor valor será el preferible, ya que representa un beneficio superior para los inversionistas y para la empresa. Un VAN positivo se traduce, no sólo en la capacidad del proyecto para solventar gastos de intereses y la devolución de la inversión inicial, sino además que genera una rentabilidad mayor al valor mínimo requerido que beneficiará a los inversionistas.

Este método de valoración se considera uno de los más importantes y el más idóneo por la relación directa que existe entre el resultado del VAN obtenido y la ganancia para los inversionistas, sin embargo vale la pena mencionar que presenta algunos inconvenientes, como la no valoración de opciones reales de crecimiento, aprendizaje, abandono, etc., y que tácitamente considera una reinversión de los flujos de caja hasta el final de la vida del proyecto, suponiendo que la tasa del coste de oportunidad del capital no varía; esto generalmente llegaría a cambiar el valor calculado.

Santos, (2008) indica además la tasa de descuento como otro aspecto necesario a considerar, ya que se necesita conocer su valor para el cálculo del VAN. Su tasación parte de la suposición de la presencia de un mercado financiero, el cual definirá su valor, que será igual a la tasa de interés vigente, sin diferenciar entre la tasa activa y pasiva, ni su variación que depende del monto solicitado; otra pauta para determinar la tasa de descuento corresponde al del costo de oportunidad del capital, entendiéndose a éste como: “la mejor alternativa de utilización de los recursos, es decir, la rentabilidad a la que se renuncia en una inversión de riesgo similar para colocar los recursos del proyecto”. Esta suposiciones no realistas, es lo que determina que el valor del VAN sea sólo un aproximado.

- b. **Tasa interna de retorno (TIR).**- El método de la TIR, se constituye como el segundo más eficiente para tomar decisiones financieras, Mascareñas, (2008) denomina a la tasa interna de rendimiento como: “la tasa de descuento para la que un proyecto de inversión tendría un VAN igual a cero” (p. 17), por lo que se considera una medición relativa de la rentabilidad de un negocio, definida con mayor exactitud, se puede decir que: “es la tasa de interés compuesto al que permanecen invertidas las cantidades no retiradas del proyecto inversión”. Se elige un proyecto cuando su TIR resulte mayor al coste de oportunidad del capital y si se evalúan varios proyectos es preferible el que tenga la tasa más alta. Por otro lado López, (2006) define a la TIR como “aquella tasa que descuenta el valor de los futuros ingresos netos esperados igualándolos con el desembolso inicial de la inversión” (p. 12)
- c. **Criterio costo/beneficio.**- Miranda, (2005) menciona que este criterio permite comparar la rentabilidad de proyectos al observar el comportamiento de los ingresos y costes. López, (2006) señala que se lo conoce también como índice de rentabilidad (IR) y supone otro de los métodos más relevantes como el TIR y el VAN para evaluar proyectos. Se calcula mediante el cociente entre el valor actual neto de las ganancias proyectadas y el valor de la inversión inicial, al igual que el VAN, sin embargo, en vez de deducir el costo inicial, se aplica como denominador, lo que da como resultado el número de veces en que los ingresos esperados en la actualidad se igualan con el coste inicial, por lo que un proyecto se considera aceptable cuando su valor sea mayor a uno,

se rechaza cuando es menor y se analiza si procede su aplicación cuando es igual a uno.

- d. **Plazo de recuperación.**- López, (2006) señala que este método revela la cantidad de tiempo que se necesitará para que los flujos de efectivo proyectados igualen a la inversión inicial. Sin embargo, cabe mencionar sus limitaciones, ya que principalmente no revela el valor de la rentabilidad, sólo calcula el tiempo, no considera el valor del dinero en el tiempo y no toma en cuenta los flujos de fondos que se obtendrán después de que se recupera la inversión inicial. Estos inconvenientes ocasionan que la decisión se base en menor tiempo que se recuperará la inversión y no necesariamente el proyecto más rentable, por lo que su uso se considera como un análisis complementario a otro método.

Acorde a lo mencionado por Fernández, (2007) un estudio financiero debe incluir los siguientes puntos:

- Inversiones
- Costos de producción.
- Costos de operación.
- Depreciaciones.
- Valor de recuperación de activos.
- Cálculo de indicadores financieros (rentabilidad).
- Escenarios (p. 48).

1.17. Marco legal laboral

El Código Civil define en su Art. 1957 a una sociedad o compañía:

Es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. La sociedad forma una persona jurídica, distinta de los socios individualmente considerados (Codificación del Código Civil, 2005).

El Art. 1 de la Ley de Compañías menciona sobre el contrato de compañía:

Es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

El Art. 2 de la misma ley define cinco especies de compañías de comercio:

- En nombre colectivo
- En comandita simple y dividida por acciones
- De responsabilidad limitada
- En compañía anónima y
- De economía mixta (H. Congreso Nacional. Comisión de Legislación y Codificación, 1999).

En la actualidad las compañías pueden constituirse de manera electrónica como lo especifica el Reglamento para la Aplicación de los Procesos Simplificados de Constitución Electrónica y Registro de Compañías, cuyo proceso se inicia en la Superintendencia de Compañías y Valores, con el registro de información en el formulario de constitución; este proceso incluye la escritura de la empresa, el nombramiento de los representantes legales y su inscripción en el Registro Mercantil, la generación del Registro Único de Contribuyentes que lo otorga el Servicio de Rentas Internas y finaliza con el registro de todos los datos de la compañía en la base de datos de la Superintendencia (Superintendencia de Compañías y Valores, 2017).

En el Ecuador aún no existe una ley que fomente y promueva el emprendimiento, sin embargo desde el año 2013 se han dado los primeros pasos para lograr que el país brinde un entorno atractivo para la creación de nuevas empresas; en octubre del presente año, la Alianza para el Emprendimiento e Innovación (AEI), presentó, a la ministra de Industrias y Productividad y principal del Consejo Consultivo Productivo y Tributario, insumos técnicos para la Ley de Emprendimiento e Innovación, producto de un trabajo coordinado entre los sectores público, privado y la academia. Los ejes más importantes de la propuesta implican acceso al financiamiento, reducción de la tramitología legal, ingreso a mercados extranjeros, impulso de transferencia de tecnología al sector privado e incentivos a la inversión (Ministerio de Industrias y Productividad, 2017).

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Para conocer la oferta actual del mercado, los competidores y las percepciones sobre el servicio brindado, se diseñara la metodología de investigación a seguir que permitirá obtener información relevante para tomar decisiones sobre la estructura y estrategias que tendrá la empresa.

2.1. Definición del proceso de investigación.

Malhotra, (2004) en su libro Investigación de mercados, la define como:

Identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de problemas y las oportunidades de marketing (p. 7).

En el proceso de investigación se precisa la información que se requiere conocer, la forma en que se recopilarán y analizarán los datos, y se exponen los resultados. El proceso de investigación conlleva las siguientes etapas:

a. Definición del problema.-

- **Descripción del problema.-** El problema el cual se debe estudiar corresponde a la situación actual en la oferta de servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil, las características del servicio brindado y las percepciones en el usuario. Además de conocer las expectativas de posibles clientes con respecto a las necesidades que aun no son satisfechas y que esperan cubrir.
- **Definición de los objetivos de la investigación.-**

Los objetivos que se espera cumplir al término de la investigación son:

Obejtivo general

- Comprender el mercado actual de oferta de servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil y descubrir las necesidades aun no cubiertas en usuarios del servicio.

Objetivos específicos

- Identificar las empresas que son las principales competidores en el mercado de servicio de gestión documental y las características de sus prestaciones.
- Entender la situación presente del entorno económico, tecnológico y social que afecta a la prestación del servicio de gestión documental.

- Reconocer las mejores prácticas de un servicio integral de gestión documental en las empresas estudiadas, inclusive explorar las mejores prácticas de empresas extranjeras.
- Comprender las percepciones positivas y negativas de los usuarios actuales sobre el servicio recibido.
- Percibir las necesidades no satisfechas en los usuarios actuales sobre el servicio recibido que puedan generar valor agregado o signifiquen una oportunidad potencial.

b. Diseño de la investigación.-

- **Fases de la investigación.-** El tipo de investigación que se realizará será una investigación cualitativa, puesto que mediante este tipo de investigación se espera lograr un entendimiento general de la realidad estudiada. Los autores Zikmund & Babin, (2009, p. 130) señalan que la investigación de mercados cualitativa, utiliza técnicas con las cuales la persona que investiga puede deducir acerca del fenómeno estudiado sin contar con una demostración numérica. El propósito es revelar los verdaderos significados internos y las perspectivas de las interrogantes planteadas, es decir los datos que se recopilan son interpretados por el investigador para transformarlos en información.

Las técnicas de investigación van a depender del tipo de investigación según lo detallado en el cuadro a continuación:

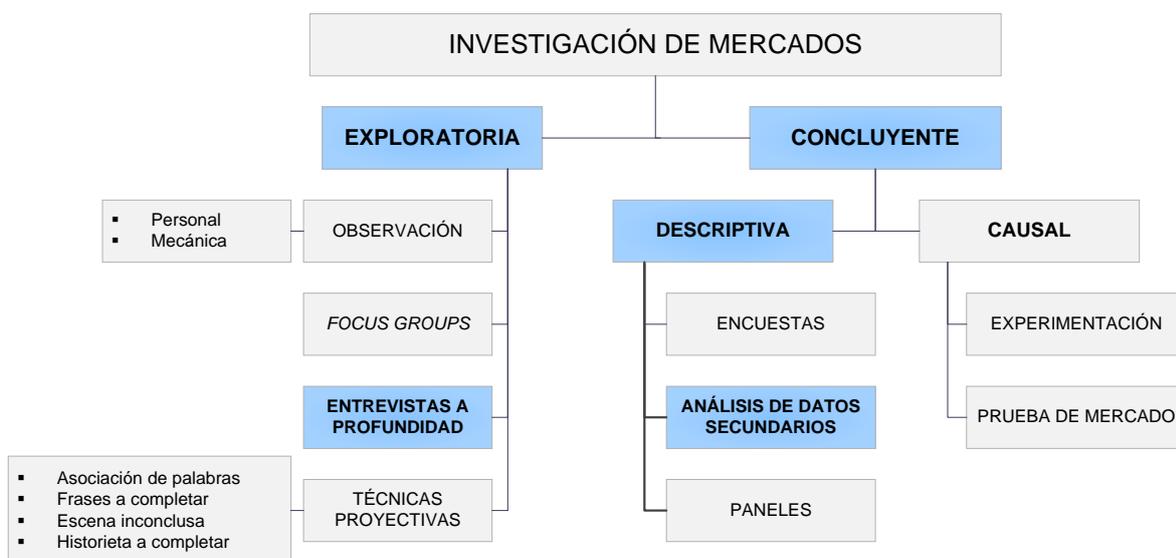


Figura 7. Tipos de investigación de mercado.

Fuente: Adaptado de Malhotra, Investigación de mercados, (2008).

Se realizará una investigación exploratoria, utilizando la técnica de entrevistas a profundidad y mediante el análisis de datos secundarios y las entrevistas se obtendrán resultados descriptivos. Las entrevistas a profundidad, permitirán conocer previamente información relevante para encaminar de mejor manera las preguntas de las encuestas y con la investigación descriptiva se pretende examinar datos significativos del ambiente que afectará la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental.

- **Fuentes de información.-** Las fuentes a consultar para la investigación son:
 - Información secundaria.- La información secundaria se refiere a los datos que han sido tomados de investigaciones, reportes o informes previos para propósitos ajenos al tema estudiado actualmente. Se establecen como el inicio de toda investigación puesto que corresponden a datos accesibles (Malhotra, 2008). Las fuentes secundarias a las que se consultarán serán: libros, reportes económicos, páginas de internet de las empresas competidoras, e informes empresariales.
 - Información primaria.- Las fuentes de información primaria son las que se efectúan específicamente para el tema que se estudia, es decir, los datos se obtienen de primera mano con la observación y el uso de técnicas de recolección de información directas. La información primaria, se obtendrá de las entrevistas a profundidad y de la encuesta.

c. Recopilación de la información

- **Instrumentos de recopilación de la información.-**
 - **Preguntas que la entrevista debe contestar:** Para la obtención de los datos primarios en las entrevistas a profundidad se diseñará un cuestionario no estructurado, es decir, las preguntas no son fijas e inflexibles, sino que pueden variar, conforme se desarrolle la conversación, el objetivo es lograr un diálogo ameno que permita dar respuesta a las interrogantes planteadas. Las preguntas estarán dirigidas a empresas que brinden el servicio de gestión documental con el propósito de conocer las dificultades que se presentan en la oferta del servicio, sus percepciones, opiniones y la situación del mercado.
 - Para las empresas de gestión documental
 - *¿A qué tipo de empresas está enfocada su oferta de servicio?
 - *¿Qué dificultades se le presentan para poder brindar un buen servicio de gestión documental a las empresas?

*¿Qué tipo de empresas constituyen sus mayores clientes? ¿Ha recibido algún reclamo por parte de ellos?

*¿Qué beneficios adicionales usted otorga que lo diferencia de la competencia?

*¿Considera que el mercado donde se desenvuelve se encuentra saturado, o existen más oportunidades?

*¿Qué otros servicios le gustaría incluir en su actual oferta?

*¿Qué expectativas usted considera tiene el cliente que aún no han sido cubiertas?

*¿Cuáles son los precios de los servicios que ofrece?

*¿Qué medios utiliza para comunicar y dar a conocer sus servicios?

*¿Qué proveedores prefiere, o según su percepción son más eficientes para su negocio?

- **Preguntas que la encuesta debe contestar:** La encuesta está orientada a personas que trabajen en empresas que no y que sí tengan contratado un servicio de gestión documental externo, con el fin de conocer las percepciones y expectativas sobre el servicio. El diseño de la encuesta se define de la siguiente forma:

La presente encuesta se realiza con fines académicos y tiene como objetivo conocer necesidades específicas sobre el mercado de servicio de gestión documental, por lo que le agradecemos de antemano por su atención y ayuda en su honesta contestación.

1. Conoce ¿de qué se trata un servicio de gestión documental?

Sí _____ No _____

2. ¿Con qué relaciona principalmente la frase: gestión documental? Marque sólo una opción.

Sistema informático

Centro de almacenamiento físico

Digitalización de documentos

Administración integral de documentos

Reciclaje y destrucción de archivos

3. La empresa donde trabaja ¿contrata externamente un servicio de gestión documental?

Sí _____ (diríjase a la pregunta 5) No _____ (diríjase a la pregunta siguiente)

4. Si la empresa no cuenta con este servicio, ¿cree usted que contratarlo mejoraría la gestión actual?

Sí _____ No _____

5. ¿La empresa cuenta con un software que permite la administración digital de los documentos?

Sí _____ No _____

6. ¿Piensa que su empresa precisa indispensablemente de un servicio de gestión documental? ¿Por qué?

Sí _____ No _____

Porque _____

7. Si la empresa cuenta o contrataría un servicio de gestión documental, valore, ¿qué razones considera las más relevantes para hacerlo?

Variables	1	2	3	4	5
Por falta de conocimiento de la forma adecuada de manejar el archivo					
Por cumplimiento de disposiciones legales y tributarias					
Para evitar multas y sanciones estatales					
Por falta de espacio físico para el almacenamiento de archivo					
Por reducción de costos en la implementación propia de gestión documental					
Por innovación tecnológica, encaminada a una cultura de cero papel					
Por recomendación de terceros					

8. ¿Qué aspectos valoraría o valora más en la recepción del servicio?

Variables	1	2	3	4	5
Precio accesible					
Seguridad y confidencialidad de información					
Sistema informático eficiente y personalizado					
Respuesta inmediata de solicitudes					
Disponibilidad de servicio técnico					
Almacenamiento seguro de archivos					
Garantías del servicio					

Gracias por su colaboración.

- **Elección de la muestra.-** La muestra corresponde a un subgrupo que pertenece a la población la cual se está estudiando, es decir, que pertenece al grupo de personas que comparten los atributos y particularidades de la situación analizada.
- **Muestra para las entrevistas:** Para la elección de la muestra se utilizará un muestreo No Probabilístico, es decir, que no todos los elementos que pertenecen a la población podrán ser elegidos, esto debido a que no se tiene acceso a todo el conjunto que forma la población. La técnica de muestreo no probabilístico será por conveniencia, se da principalmente a pertinencia de la persona que investiga relacionada a la disposición y acceso a las personas seleccionadas de la muestra.
- **Perfil de los entrevistados**

Tabla 5. Grupos de interés y número de personas a entrevistar.

Grupo de interés	N° entrevistados
Persona que ejerza un cargo de jefatura o de dirección en una empresa que brinde el servicio de gestión documental.	2
Persona que trabaje en primera línea en la oferta del servicio de gestión documental.	1
Total entrevistados	3

Elaborado por: Christian Moncayo

- **Muestra para las encuestas:** La elección de la muestra para las encuestas se hará por el método probabilístico, aleatorio simple, que consiste que en cada elemento que pertenece a la población tiene la probabilidad de ser elegido, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

n= tamaño de la muestra.

N= tamaño de la población.

σ = desviación estándar de la población, cuando no se conoce el valor se utiliza 0,5.

Z= margen de confiabilidad o nivel deseado de confianza, que generalmente suele ser 95% y equivale a 1,96.

e= límite aceptable de error, que en el presente caso se establece como 5%.

N = En Guayas existe un total 160.960 empresas.

σ = 0.5.

Z = 1.96

e = 0.05

n = 383.25 \approx 383.

2.2. Análisis de la situación del macro entorno

El análisis del entorno se estudiará desde la perspectiva de tres enfoques, el económico, legal y tecnológico; lo que permitirá tener conocimiento de la realidad de los factores que afectan directamente a la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental.

2.2.1. Factores económicos.

Al momento de considerar la instauración de una empresa, se hace necesario conocer los principales indicadores económicos del país, ya que esto permitirá la realización de pronósticos de futuros ingresos y encaminará las decisiones de la empresa en el área financiera, legal y también estratégica.

Uno de los primeros informes del actual presidente del Ecuador, señalaba como crítica la situación económica del país, indicando que la suma de los compromisos que tiene asciende a USD 577888 millones, equivalente al 59% del Producto Interno Bruto (PIB), se espera que el Estado se financie principalmente de las recaudaciones tributarias (Orozco & Angulo, 2017). Esto a pesar de la reducción de dos puntos porcentuales del 14% al 12% en el Impuesto al Valor Agregado (IVA) que entró en vigencia por un año desde julio del 2016 por motivo de la Ley Solidaria y de Corresponsabilidad Social que pretendía ayudar a las familias afectadas de Manabí y Esmeraldas por el terremoto del 16 de abril del 2016 (El Universo, 2017).

Sin embargo pese a toda esta situación, según informes de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el desempleo se redujo, pasando del 6,9% al 6,8% (Agencia EFE, 2017), y para el nuevo año el Banco Central del Ecuador, prevé que, en valores nominales, el PIB superará levemente al año 2017 en unos 4000 millones de dólares; además sugiere un crecimiento en un 2% de la economía sustentándose en la recuperación de inversión privada y extranjera, y en las exportaciones de

productos no petroleros, que conforme indica se espera aumente en un 3,5%. Todo este crecimiento se cimienta en la confianza que han manifestado diversos agentes económicos en el nuevo gobierno (Agencia EFE, 2017).

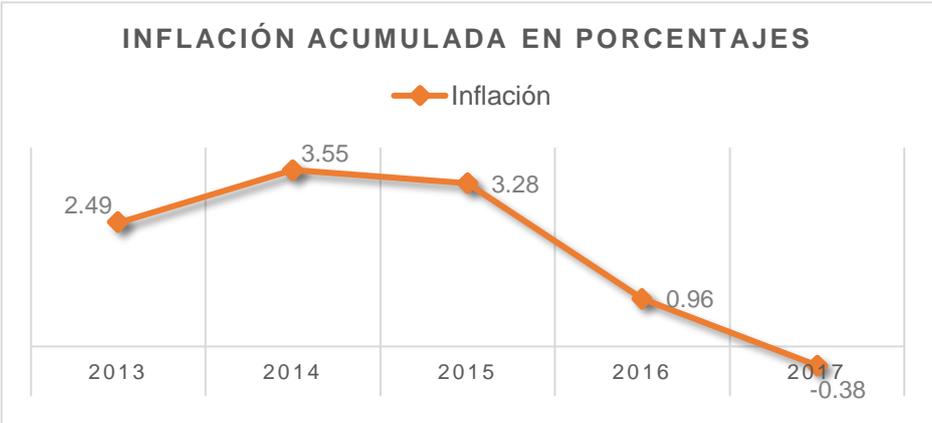


Figura 8. Inflación acumulada Ecuador 2013 - 2017.
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2017.

La inflación del Ecuador en el período del 2013 al 2017, presenta una subida en los años 2014 y 2015, sin embargo se evidencia una caída en los últimos dos años, llegando en este último a -0,38; lo que supone un restablecimiento de la economía y confianza en el mercado para poder invertir. Así también es conveniente observar las cifras en la tasa de empleo pleno, que permita analizar las condiciones laborales de las personas. El gráfico a continuación muestra una variante más o menos constante en cuanto a una ocupación adecuada, lo que también generaría confianza con respecto a la recuperación de la economía.

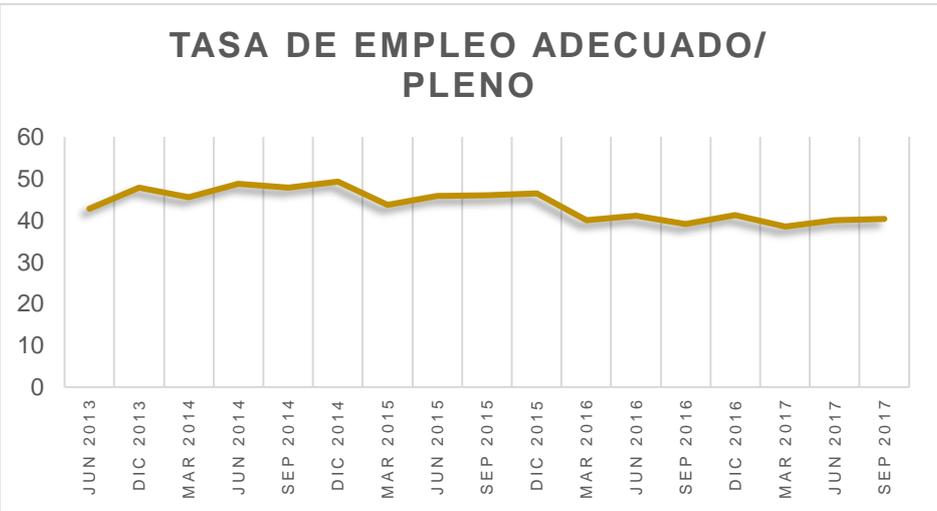


Figura 9. Evolución de la Tasa de empleo pleno 2013 - 2017.
Fuente: INEC, 2017.

2.2.1.1. Indicadores económicos empresariales

Se hace necesario además observar el comportamiento económico no sólo a nivel de país, sino a nivel económico empresarial, conocer, el número, gastos, inversión y otras estadísticas, ayudan a ubicarse en el contexto en el cual se desenvolverá la empresa, lo que permitirá analizar las mejores estrategias y definir de mejor manera la oferta y la demanda.

En el gráfico continuo se presenta los porcentajes de participación en las ventas totales registradas en las fuentes de recaudación tributaria, se presenta el mercado que cubren las empresas clasificadas por su tamaño, las grandes, medianas A y B y las pequeñas empresas; se excluyen de estos datos los microempresas, puesto que por su naturaleza es imposible obtener datos reales de su participación, ya que no están obligadas a presentar declaraciones que permitan conocer estadísticas efectivas. Los datos obtenidos corresponden al año 2014, correspondiente al último censo empresarial realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC).

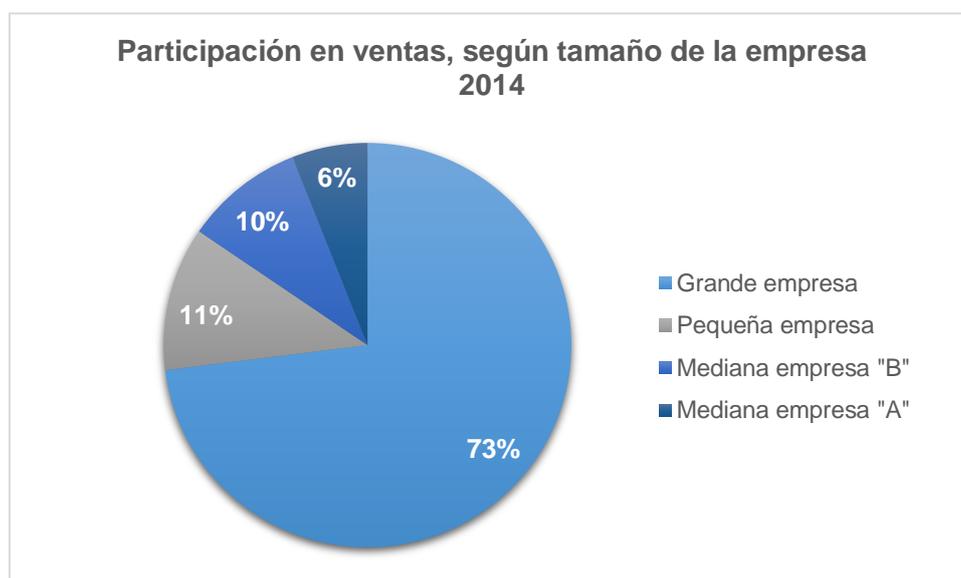


Figura 10. Participación en ventas, según tamaño de la empresa 2014.
Fuente: INEC, 2014.

2.2.2. Factores tecnológicos

El entorno tecnológico del país, tiene afectación directa con la creación de la empresa, debido a que el uso de las nuevas tecnologías contribuyen en gran proporción a la oferta de servicios de calidad y diferenciados. Un ambiente

favorecedor en cuanto a su implementación y acceso, permitirá brindar soluciones eficientes en cuanto a almacenamiento digital, conectividad, seguridad y gestión.

En Ecuador el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) corresponde a un derecho ciudadano, por esta razón a través del Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información se llevan a cabo programas que permitan el acceso a internet, mediante la dotación de equipos en los planteles educativos públicos y la capacitación a niños, jóvenes y adultos. Asimismo se han implementado infocentros comunitarios y aulas móviles en sectores urbanos con concentración de población de estratos económicos bajos, con el objetivo erradicar el analfabetismo digital y favorecer la inclusión de toda la ciudadanía a la era del conocimiento virtual. Todos estos proyectos que responden a políticas de Estado, han permitido que en los últimos tres años, Ecuador mejore su posicionamiento en cuanto a disponibilidad de tecnología en red (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2017).

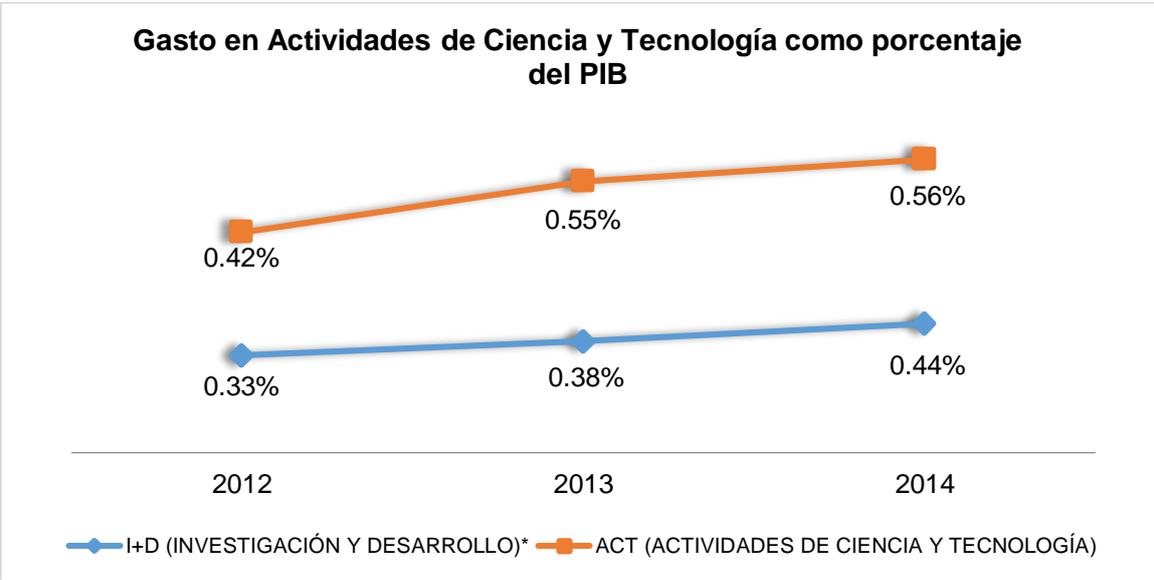


Figura 11. Gasto en Ciencia y Tecnología como porcentaje del PIB. Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2012-2014, Convenio INEC-SENESCYT, Banco Central del Ecuador.

En las estadísticas del INEC se muestra un incremento en los gastos destinados a las actividades de ciencia y tecnología y a las de investigación y desarrollo, no sólo en el sector de la academia, sino también en el sector privado productivo, gobiernos y ONG, como se muestra en la figura siguiente.

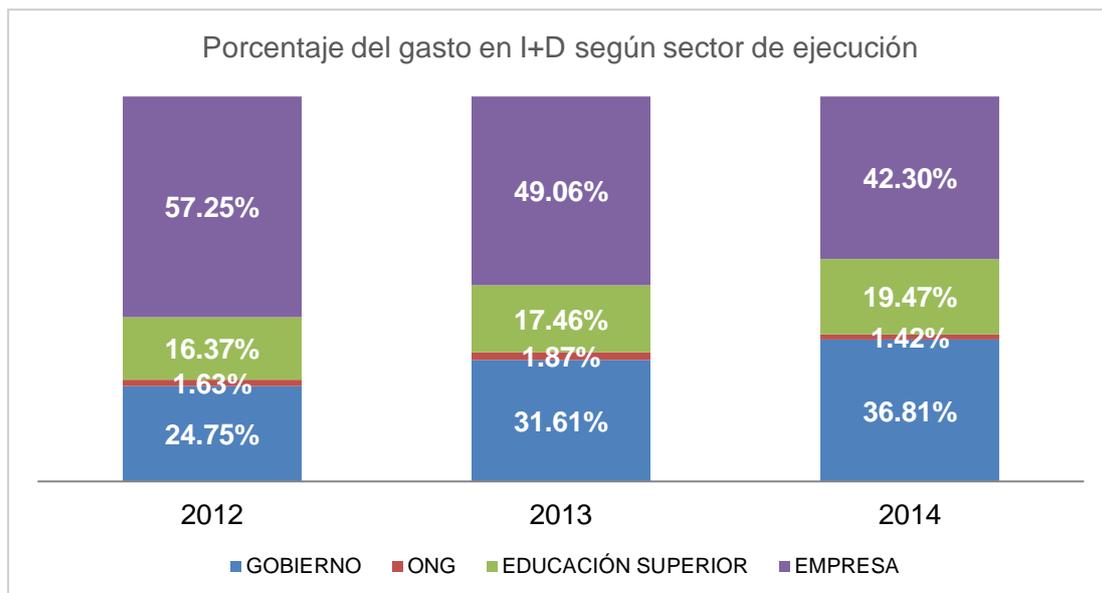


Figura 12. Porcentaje del gasto en I+D según sector de ejecución.

Fuente: INEC. Encuesta Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación 2012-2014, Convenio INEC-SENESCYT.

Según estadísticas del INEC, al año 2015, sólo el 67% de las empresas registraban inversión en TIC, el cual se desglosa según el tamaño de la empresa.

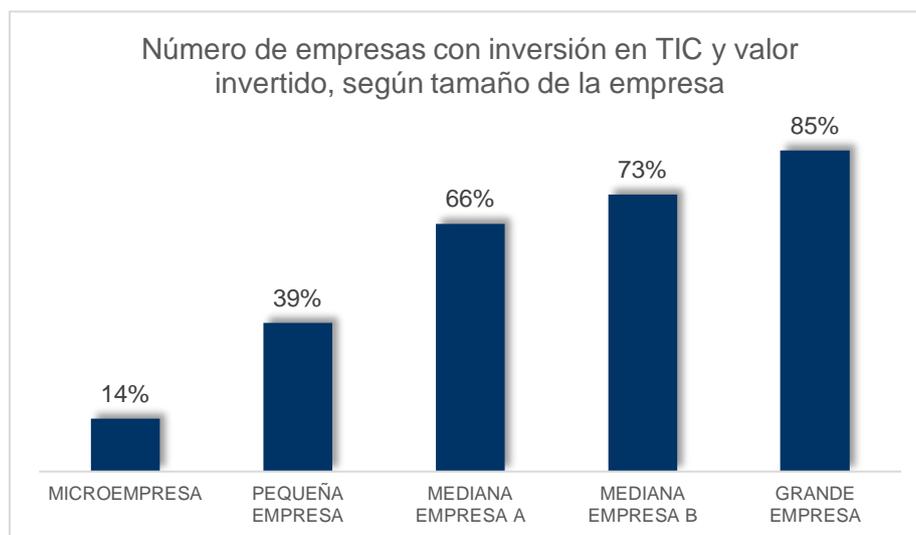


Figura 13. Número de empresas con inversión en TIC, según su tamaño.

Fuente: INEC. Módulo de TIC de las Encuestas Industriales 2015.

2.3. Análisis del micro entorno

2.3.1. Análisis de la demanda

La demanda se traduce en la cantidad de bienes o servicios que el mercado solicita para satisfacer sus necesidades particulares a un precio fijo. Con este análisis se busca conocer la participación que la empresa tendría en la satisfacción de la

demanda existente. Acorde a los diferentes tipos de demandas se puede catalogar el mercado al cual se quiere acceder como:

En relación a su oportunidad:

- **Demanda satisfecha no saturada.-** Esta demanda es la que se encuentra satisfecha, sin embargo existen oportunidades de innovación que permitan ofrecer mejores servicios. En el mercado existen varias empresas que brindan servicios de gestión documental, no obstante sus usuarios siempre están a la expectativa de que se les ofrezca mejores prestaciones en cuanto a manejo, seguridad, respaldo y accesibilidad de la información, por lo que, en el actual entorno de invención tecnológica constante se pueden presentar distintas soluciones a inconvenientes o problemas latentes.

En relación a su temporalidad:

- **Demanda continua.-** Corresponde a la demanda que no depende de alguna particularidad para existir, sino que a pesar de las circunstancias del entorno se mantiene constante. Desde las disposiciones gubernamentales de que las empresas tanto públicas como privadas implementen un sistema de gestión documental como parte de un proceso de innovación y de gestión ambiental, se ha incrementado la demanda de empresas externas que se encarguen de estos procesos, principalmente por la falta de tiempo y de recursos monetarios y humanos que asuman estas funciones. Los directivos prefieren muchas veces un contrato externo que les signifique un incremento en sus gastos mensuales, a considerarlo como inversión, ya que eso representa un valor superior a costear.

2.3.1.1. Potenciales clientes

Se consideran clientes potenciales, a los consumidores actuales del servicio que se espera brindar, además a los que incluso no son usuarios pero se estima que existe una necesidad aun no revelada que se les puede manifestar al momento de ofrecer el servicio.

Analizando la demanda que existe en cuanto a la adquisición de gestión documental, se aprecia que se da principalmente de las empresas públicas y de las que, según la clasificación por tamaño de la Superintendencia de Compañías, entran en el grupo de las grandes empresas, es decir cuando sus ventas totales superan los \$5,

000,001.00 de dólares, debido a que su tamaño contempla mayores transacciones, lo que implica mayor manejo de información, y son las que tienen recursos disponibles para adquirir estos servicios. Por esta razón el segmento al cual se planea ofertar el servicio de gestión documental será primordialmente a estas empresas, por lo que se hace relevante observar su evolución en los últimos cinco años.

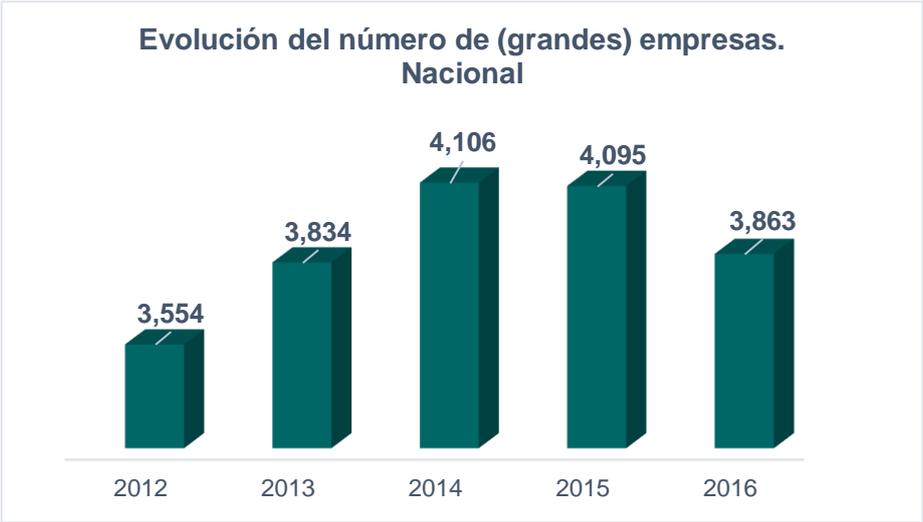


Figura 14. Evolución del número de grandes empresas.
Fuente. INEC, 2017.

Como muestra el gráfico previo, desde el año 2012 hasta el 2014 se han incrementado el número de grandes empresas, sin embargo en los dos últimos años se ve un descenso, pero aun así mayor al año 2012. Con la previsión del Banco Central de que la economía crecerá levemente en el próximo, año se espera que aumente también el número de empresas en esta clasificación.

2.3.2. Análisis de la oferta

La oferta comprende la disponibilidad actual del servicio, para lo cual se analizarán las características principales de sus prestaciones, con el objetivo de conocer las fortalezas y debilidades de la competencia, que permitan establecer la mejor estrategia en cuanto a servicio, calidad e innovación. Para el desarrollo del análisis se valorarán las cinco empresas con mayor reconocimiento y facturación que brindan sus servicios en la ciudad de Guayaquil.

Tabla 6. Principales competidores del mercado.

Razón social	Nombre comercial	Frase publicitaria
Grupo Ecuacopia	EC Solutions	
Yaneril S.A.	Documents	Tus documentos a la mano.
Lockers Ecuador S.A.	Lockers	Administración de archivos.
DataSolutions S.A.	DataSolutions	Administrando eficientemente la información del Ecuador.
Seventeenmile S.A.	Seventeenmile S.A.	Servicios de digitalización y gestión documental, ofreciendo soluciones expertas con la mayor agilidad y confiabilidad del mercado.

Elaborado por: Christian Moncayo.

En las tablas a continuación se presenta el análisis de variables internas y externas de cada empresa que se ha identificado como competencia, con el objetivo de conocer mejor los productos y prestaciones existentes, así como proveedores, partners y clientes destacados.

Tabla 7. Análisis de la competencia. EcSolutions.

Empresa	EC Solutions
Productos	Repuestos suministros y servicio técnico: tinta, tóner, hot rollers, resmas, piezas. Multifuncionales color y b/n Escáneres y proyectores
Servicios	Gestión documental (ECM+BPM): <ul style="list-style-type: none"> - Versionamiento y revisiones. - Formularios electrónicos. - Auditoría y analytics. - Workflow de automatización. - Firma digital. - Tablas de retención. - Integraciones ERP, CRM, etc. Outsourcing de impresión: <ul style="list-style-type: none"> - Equipos + suministros + servicios. - Renovación tecnológica sin inversión. - Estadísticas y reportes de consumo. - Controles, cuotas y permisos (usuario, área, etc.)

	<ul style="list-style-type: none"> - Integración de servicios Cloud, ECM, BPM. <p>Digitalización y archivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Captura por OCR, IRC, barcode, etc. - Indexación y clasificación automática. - Importación de facturas XML. - Seguridad por usuario, categoría, documento. - Informes de productividad. <p>Soluciones personalizadas para la industria de salud, banca y seguros.</p>
Dirección	Carchi 601 y Quisquis Edif. Quil, Mezzanine.
Presencia en otras ciudades	Quito, Cuenca, Ambato, Manta y Santo Domingo de los Tsáchilas.
Clientes destacados	Industrias Ales, Corporación GPF.
Proveedores	Distribuidor exclusivo de Ricoh Corp.
Partners	Ricoh, Laserfiche, Fujitsu, Nuance, Axentria, Soft Expert, Objectif Lune.

Tabla 8. Análisis de la competencia. Documents.

Empresa	Documents
Experiencia	16 años
Productos	Software personalizable.
Servicios	<p>Procedimientos Buenas prácticas de gestión del cambio, gestión de riesgos, aseguramiento de la calidad, seguridad de la información, gestión de proyectos.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tecnología RFID (Identificación por radio frecuencia).
Dirección	Edificio Emporium piso 11, oficina 1104
Otras ciudades	No
Clientes destacados	M.I. Municipalidad de Guayaquil, Agrocalidad, Magda Supermercados, Quito Turismo, Ministerios de Inclusión Económica y Social, Ministerio de Educación, Terminal Terrestre, CNEL E.P., Empresa Pública del Agua, Ministerio de Salud Pública, AKROS Cía., Junta de Beneficencia de Guayaquil, Alcaldía de Milagro, Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Seguros Confianza, Agroproduzca, EMAPA E.P., GAD del Cantón Jipijapa, Registro de la propiedad y mercantil del cantón Tena, TIA S.A.
Proveedores	ATIS, Digital team, Fujitsu.

Partners	TechNet, AKROS
-----------------	----------------

Tabla 9. Análisis de la competencia. Lockers.

Empresa	Lockers
Experiencia	8 años
Productos	Software LIS TM (Lockers Information System). Venta y/o desarrollo de aplicaciones relacionadas con la administración y gestión de documentos.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Consultoría documental. - Administración de archivos físicos. - Gestión documental electrónica. - Custodia documental. - Servicio personalizado para las industrias de banca y seguros, salud, gobierno y servicios públicos, comercio mayorista y minorista. <p>Digitalización:</p> <ul style="list-style-type: none"> - De forma masiva. - Captura masiva de base de datos. - Indexación masiva. - Integración con información de base de datos del cliente. - Desarrollo de worklows digitales.
Dirección	Parque California 11/2 Km., vía Daule Bodega G1.
Otras ciudades	Quito
Clientes destacados	Información no disponible
Proveedores	Información no disponible
Partners	Digital Solutions

Tabla 10. Análisis de la competencia. DataSolutions.

Empresa	DataSolutions
Experiencia	8 años
Productos	Software de gestión de documentos.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Ordenamiento de archivos. - Destrucción y reciclaje de archivos.

	<ul style="list-style-type: none"> - Custodia de información digital. - Custodia de información física. - Flujo de procesos. - Servicio personalizada para industria comercial, financiera, legal y salud. <p>Digitalización de documentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - OCR en los documentos. - Depuración. - Revitalización de imágenes. - Escaneo de documentos antiguos. - Digitalización de microfilms.
Dirección	Av. Domingo Comín y Leonidas Ortega Moreira
Otras ciudades	Quito
Clientes destacados	Información no disponible
Proveedores	Información no disponible
Partners	Información no disponible

Tabla 11. Análisis de la competencia. Seventeenmile S.A.

Empresa	Seventeenmile S.A.
Experiencia	11 años
Productos	<ul style="list-style-type: none"> - Sistema de gestión documental y digitalización: OnBase, Alfresco, - Soluciones de captura y mejoramiento de imágenes: Kofax. - Escáneres de alto rendimiento Fujitsu.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> - Asesoría técnica en gestión documental y digitalización. - Automatización de flujos de documentación. - Servicios de digitalización histórica de documentos. - Custodia y almacenamiento de archivos. - Centro de atención y soporte. - Soporte telefónico y técnico.
Dirección	Cdla. Prosperina mz. 30 solar 19
Otras ciudades	Quito y Cuenca.
Clientes	Reybanpac, AGA, ECAPAG, SUPERTEL, Indurama, Banco de

destacados	Guayaquil, BIESS, Petroamazonas, Lloyds TSB, Banco del Austro, Diario La Hora, M. I. Municipalidad de Guayaquil, Super Paco, Importadora el Rosado S.A., Mutualista Pichincha. Registro Civil de Guayaquil
Proveedores	Kofax, Fujitsu
Partners	Información no disponible

2.3.3. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.

Con el análisis de las cinco fuerzas propuestas por Michael Porter en 1980 en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, se espera que la empresa pueda conocer y superar a la competencia, así como identificar y formular estrategias para enfrentarse a las amenazas del mercado. Porter menciona que existen cinco fuerzas en el mercado industrial o de algún segmento que van a fijar su rentabilidad a largo plazo, y con el estudio desde estas perspectivas se apreciará mejor su atractivo entendiendo acertadamente las oportunidades y amenazas de la industria donde pertenece nuestra empresa.



Figura 15. Modelo de Cinco fuerzas de Michael Porter.

2.3.3.1. F 1. Competidores potenciales.- Amenaza de nuevos competidores.

La amenaza de nuevos competidores se supone baja, debido a que se presentan barreras que impiden la entrada de nuevas empresas, no obstante, estas situaciones suelen ser a veces favorables para recientes rivales como se explica a continuación:

- **Requerimiento de capital.-** Se requiere de gran inversión de capital para la compra o desarrollo de programas informáticos, compra o importación directa de equipos para digitalización, seguridad en transporte y custodia de documentos, equipos de almacenamiento digital y compra o alquiler de grandes espacios para el almacenamiento de archivos físicos.
- **Economías de escala.-** Existe la necesidad de desarrollar en el corto plazo economías de escala, para poder reducir costes y consecuentemente precios. Las empresas que operan actualmente en el sector ya ofrecen precios accesibles por volúmenes de trabajo, sin embargo una nueva empresa remotamente podría brindar los mismos precios por la cantidad invertida, rectificando lo expresado anteriormente de que necesitaría de mucho capital y de suficiente capacidad instalada para poder responder a los primeros clientes de forma eficiente.
- **Curva de aprendizaje.-** La experiencia que poseen las empresas actuales es importante con respecto a las dificultades que genera el manejo, almacenamiento y custodia de los documentos que son importantes para los clientes, sobretudo en el aspecto de confidencialidad, puesto que la práctica de estos servicios les ha permitido tomar medidas con respecto a la seguridad y garantía de reservas de información.
- **Diferenciación de producto.-** La oferta de servicio de gestión documental es mayoritariamente la misma, por lo que se hace necesario suministrar diferentes prestaciones y características que mejoren la propuesta actual. La tecnología es la vinculación primordial como valor agregado para la mejora de procesos y tratamiento de los documentos, pero se requiere de una importante inversión en su adquisición o en caso de desarrollarla se necesita de incurrir en gastos de protección intelectual.
- **Desventaja en costos.-** El reconocimiento y la trayectoria que tienen las actuales organizaciones, sobre todo las que operan en otros mercados como el Grupo Ecuacopia, les permite competir con precios bajos pudiendo sostenerse

económicamente de otras formas, lo que impide que una nueva empresa pueda generar ventaja. Así también el mercado está abierto para negocios internacionales que operan globalmente con capacidad y recursos amplios.

- **Acceso a canales de distribución.**- En este caso se considera una ventaja para nuevos competidores, puesto que no existe ninguna limitación en el acceso a potenciales clientes, ya que no existe un dominio establecido por una empresa y la entrega del servicio y de los productos no necesita de intermediarios, sino que se establece una relación directa.
- **Política gubernamental.**- Representa convenientemente una ventaja, debido a que el Estado mismo promueve por reglamentación la implementación de una cultura de cero papel en las instituciones públicas y la innovación e implementación de tecnología para el manejo de documentos, además la promoción de uso de software de licencias libres se establece como el principal motivante para la creación de programas informáticos que respondan a las necesidades propias de cada usuario. La demanda exige que se ofrezcan soluciones personalizadas y adaptables a su diario entorno, por lo que también genera un mercado abierto para los negocios de desarrollo de paquetes informáticos.

2.3.3.2. F 2. Compradores. Poder de negociación de los compradores.

Los compradores no tienen mayor poder de negociación puesto que el servicio de gestión de documentos no tiene otro sustituto, sino sólo las empresas que lo brindan, a menos que el usuario decida manejar propiamente la información. Sin embargo es de considerar el número de consumidores, debido a que las empresas que manejan grandes volúmenes de información, por lo general ya cuentan con un proveedor y las empresas que aún no lo tienen prefieren respaldarse en los años de experiencia o en referencias de conocidos.

Además se debe tener en cuenta que los negocios de aplicaciones y sistemas informáticos se renuevan constantemente por lo que los demandantes pueden ejercer mayor presión para la incorporación de mejores y nuevas prestaciones por el mismo valor, por lo que estar a la vanguardia de nueva tecnología resulta indispensable.

2.3.3.3. F 3. Sustitutos. Amenaza de ingreso de nuevos sustitutos.

En el mercado de oferta de servicio de gestión documental, los consumidores pueden optar por no adquirir el servicio, sino sólo un software de administración; producto que es brindado por muchas empresas de desarrollo de tecnología informática. Estos programas pueden convertirse en sustitutos del servicio, cuando los usuarios consideren que no tienen suficientes recursos económicos para externalizar la asistencia, cuando estimen que los documentos relevantes ya fueron digitalizados, o cuando ya hayan implementado toda una cultura digital y decidan manejar su propia información.

2.3.3.4. F4. Proveedores. Poder de negociación de proveedores.

Tiene que ver con la capacidad de los proveedores para cambiar los precios de la industria, dependiendo de su cobertura de mercado o de acuerdos entre otros distribuidores; en cuanto a la oferta de servicio que se espera brindar, se puede prescindir de proveedores de desarrollo de software externos y contar con especialistas propios, para el caso, se requiere analizar los costos que generaría cada opción y tomar la mejor decisión con respecto a los beneficios esperados. Si se dispone de contar con profesionales propios, no se tendría inconveniente con las negociaciones de proveedores, en cambio si se decide contar con agentes del servicio, se puede manifestar que en el mercado existen muchas empresas dedicadas al desarrollo y producción de tecnología, por lo que su control sobre precios es limitado o nulo.

Así también, si se pretende brindar un servicio completo, se debería incorporar la oferta de equipos que permitirán realizar el proceso de digitalización y de otros que hagan posible el almacenamiento de información digital, para lo cual generalmente se cuentan con proveedores internacionales.

2.3.3.5. F5. Competidores del sector. Rivalidad de competidores.

La rivalidad que pueda existir entre los competidores del sector define su rentabilidad, es decir, si un mercado tiene muchos competidores, que contienden por una porción de mercado, los beneficios se verán menguados, por el número de negocios existentes; por el contrario si son pocos, el mercado se vuelve menos competitivo y genera más beneficios para sus integrantes. En la actualidad existen

varias empresas que brindan diferentes enfoques en las prestaciones de administración de documentos, algunos se especializan en soluciones en cuanto al archivo digital, otras ofrecen equipos y servicios de digitalización, otras ofrecen acompañamiento en la cadena del proceso de almacenamiento, administración, reciclaje y destrucción; usualmente parecen diferenciarse por algún tipo de producto o prestación.

Valorando desde la perspectiva general y con lo analizado previamente, se considera un mercado satisfecho pero que aún tiene oportunidades para la implementación de nuevas empresas que puedan ofertar mejor e innovadoras soluciones frente a los desafíos que se presentan de manera particular, por lo que las empresas que cuentan con un software propio adaptable y personalizable a la realidad del cliente, tienen mayores posibilidades de crecimiento.

Debido a que no existe un vasto número de negocios, ni se encuentra saturada una característica distintiva del servicio, la rivalidad en el mercado es moderada, cada empresa busca diferenciarse del resto con una ventaja competitiva, por lo que la entrada en la industria tendría que cimentarse en una oferta particular sobre las necesidades aún no cubiertas o sobre procesos innovadores en tecnología que mejoren las técnicas actuales.

2.4. Presentación de resultados

2.4.1. Resultados de la entrevista

Oportunidades en el mercado

Como expresa, José Toabanda, gerente de operaciones de la empresa Lockers, el servicio de gestión documental es necesario para toda persona que decida empezar un negocio o se encuentre dirigiendo uno, es decir, es aplicable tanto a personas naturales, emprendedores, pequeñas, medianas y grandes empresas, ya que para todo administrador es fundamental gestionar de la mejor manera el archivo, no sólo por el cumplimiento de disposiciones legales y de impuestos, sino que contar con un sistema, estándares y procedimientos permite una dirección eficiente.

El futuro se encuentra en el mundo digitalizado y una cultura de cero papel se antepone progresivamente, por lo que considera que se encuentra con un mercado donde aún existen muchas oportunidades para crear y crecer, puesto que, no

muchas empresas ofrecen un servicio completo de gestión documental, sino que trabajan con aliados estratégicos en temas de almacenamiento de documentos físicos y digitalización, es muy difícil encontrar una empresa que brinde un servicio integral y completo, generalmente porque no existen recursos programados.

Melanie, supervisora de personal en la empresa Documents, refiere que el mercado no se encuentra saturado, existe una demanda creciente del servicio por lo que es posible la entrada de nuevos negocios, que va a depender en gran parte de la oferta que presenten.

Yamil Chávez, técnico y digitalizador de la empresa Documents, por el contrario percibe que existe una oferta ascendente del servicio, aunque no completo, puesto que existen propuestas de software de gestión que algunos usuarios prefieren y aceptan como sustitución de una prestación completa, al considerar que representa menos inversión. Sin embargo, por cumplimiento de disposiciones legales, todo negocio debe encaminarse a una cultura de cero papel, y el mandato de conservación de archivos, obliga a los directivos a reconocer su necesidad y optar por una contratación completa pero distribuida a largo plazo, es decir, conviene implementar poco a poco una asistencia integral principalmente grandes empresas y las de naturaleza estatal por la cantidad de archivos que manejan.

Desafíos para la introducción en el mercado

La principal desventaja que menciona, José Toabanda, es la falta de conciencia en los directivos sobre la importancia de una adecuada gestión de los archivos, menciona que cada empresa maneja los documentos a su manera, evaluando el día a día sin prestar mucha atención al detalle, en muchos casos no se han establecido parámetros para clasificar y ordenar y tampoco disponen de espacio físico de almacenamiento por lo que los archivos son acomodados como se pueda. El único factor que impide más apertura de mercado, dice, es el desconocimiento, ya que señala que aproximadamente sólo un 20% entiende que qué se trata el servicio, el resto sólo encuentra interés por el tema de devolución de impuestos, sin embargo, se aprovecha esas oportunidades para brindar asesoría.

Otros impedimentos para introducirse en el mercado corresponden a la inversión inicial y de crecimiento, puesto que la compra de estanterías o racks representan altos costos, la compra o alquiler de bodegas destinadas al depósito físico y los equipos operativos como escáner y computadores. La tecnología es otra variable

que impide muchas veces el crecimiento, puesto que nacionalmente no se desarrollan innovaciones y las tarifas de importación hacen que sea costoso renovar y perfeccionar procesos.

Melanie, expresa que muchas veces los usuarios prefieren contratar una empresa que tenga experiencia o que se encuentre ya posicionada en el mercado, lo que dificultaría la introducción de nuevos negocios que no tendrían trayectoria como respaldo a su propuesta. Además menciona los aspectos más relevantes para garantizar un buen servicio, el primero es la seguridad, puesto que de esto depende la confiabilidad que el cliente deposite en la propuesta, ya que valoran mucho el tratamiento sensible de su información; la tecnología es apreciable para que pueda brindar seguridad y que permita responder a las necesidades particularidades de cada usuario, así también, se debe tener personal capacitado.

Para la creación de una empresa se requiere una suma considerable de recursos, ya que se necesita adquirir equipos para digitalización y de cómputo; los escáneres son traídos mayormente de proveedores extranjeros, a cuyo precio se le suman los respectivos valores arancelarios que incrementan los costes, por esta razón la empresa ofrece precios un poco elevados pero que se van reduciendo conforme la cantidad de trabajo, por lo que es preferible los proyectos grandes para reducir gastos.

Dificultades en la entrega del servicio

El principal inconveniente que manifiesta, Yamil Chávez, es que los clientes muchas veces no reflexionan y no le dan la importancia al servicio, lo contratan porque se ha vuelto una necesidad que les permite cumplir con disposiciones legales, pero no existe la verdadera concientización de los beneficios que les otorga, por eso muchas veces no se les ha dispuesto de espacio apropiado para realizar el respaldo digital de los documentos, sino que han tenido que trabajar en espacios reducidos, sin las consideraciones del caso. Igualmente muchos se muestran reacios a que la documentación se trasladada de sus oficinas ya que tienen mucha desconfianza sobre la reserva de comunicación, por lo que se les enfatiza que existen acuerdos de confidencialidad y políticas que se deben cumplir, aún así prefieren que se trabaje in situ. Otra dificultad radica, en se tiene demanda de algunas empresas estatales que muchas veces han abandonado el servicio por no contar con

presupuesto, o por procesos gubernamentales optan por cambiar de proveedor, dejando incompletos los proyectos.

Así también, José Toabanda, expresa que muchos clientes esperan encontrar solución a contratiempos legales tributarios que han tenido por la falta de cumplimientos reglamentarios, pero una vez superados, han optado por cancelar el servicio, dejando el proceso inconcluso. Otro factor constituye la falta de profesionales en archivología, que es necesario para el adecuado manejo de documentos y para ofrecer nuevos servicios como la deconstrucción de archivos, que consiste en construir archivos destruidos; los consumidores no solicitan muchas veces este servicio por los costos que representan, cada hoja tiene precio entre \$ 8,00 y \$15,00 dólares, principalmente por la falta de personal especializado como se mencionó previamente. Otra contrariedad que se presenta es que las empresas manejan diferentes tipos de papel y desean asistencia muy básica lo cual hay que explicarles.

Identificación de necesidades crecientes en los clientes

En los últimos tiempos se ha producido una creciente demanda por el servicio de destrucción de documentos y por el almacenamiento de archivos digitales, aún no existe interés por la administración de toda la documentación empresarial, sino principalmente de los coordinados por los departamentos de recursos humanos e importaciones, según dice José.

Yamil refuerza la idea de que los clientes muestran cada vez mayor interés en manejar y almacenar su documentación de manera digital, dejando de lado la producción y administración física, puesto que anhelan no tener que disponer siempre de un espacio destinado al depósito sino que pueda ser utilizado para otros propósitos operativos. Añade que los clientes se preocupan cada vez más por la seguridad informática que se les pueda ofrecer al manejar los archivos, debido a que son muy minuciosos con la privacidad de la información.

Características competitivas del servicio brindado

La empresa Lockers brinda precios bajos y accesibles, además de ofrecer una prestación completa, como declara José Toabanda, puesto que cuenta con servicio de digitalización, almacenamiento, software estándar y otros aliados para el reciclaje y destrucción de documentos, además de ofrecer asesoría sobre identificación de necesidades, costos e inversión. Cuenta con personal capacitado para el trabajo in

situ en temas de organización, clasificación y consulta de documentos, puesto que se ofrece formación en reconocimiento y manejo de registros contables, tributarios, conocimientos técnicos y sistemas informáticos. Lockers se dedica a ofrecer un servicio personalizado, sistema y respuesta ágil, debido a que se maneja bajo estándares de calidad evaluados periódicamente, como por ejemplo, el tiempo de respuesta a los requerimientos del cliente debe hacerse, específicamente del documento que solicita, y no de la caja en el que se ubica, en un tiempo no mayor de dos horas, para solicitudes digitales y no mayor a medio día para archivos físicos. Brinda un software estándar, denominado Docu R, dividido en dos sistemas diferentes, uno para gestión documental y otro para base de datos, que incluye la digitalización, en los cuales se garantiza la confidencialidad de la información, que puede ser adquirido o alquilado. Para el levantamiento de la información se cuenta con una persona que trabaja en la bodega u oficina del usuario donde se crea la base de datos, y es una persona competente no sólo para digitalizar, sino también digitar la información, posteriormente los directivos deciden si desean que Lockers maneje el sistema o prefieren tener un manejo particular, a los cuales se les ofrece preparación y servicio técnico.

La empresa, Documents se enfoca principalmente en ofrecer el servicio de digitalización, acompañado de un sistema informático que puede ser personalizado según las necesidades del cliente, como el establecimiento de perfiles, incluida la capacitación para su operación; además ofrece garantías por fallas que se puedan presentar en el manejo de los documentos, como lo señala Melanie. Adicional se ofrece un estudio previo para el reconocimiento de las necesidades, puesto que los usuarios pocas veces comprenden lo que verdaderamente necesitan.

Socios estratégicos

Se trabaja principalmente con proveedores locales, ya que, se les puede evaluar bajo las normas de calidad ISO, que la empresa persiste en cumplir, y enfatiza la adquisición de productos calificados, comenta José. Por otro lado, Melanie alude que la empresa trabaja tanto con proveedores locales como extranjeros, sin embargo se prefiere los extranjeros ya que ofrecen productos de calidad respaldados por garantías, en cuanto a los socios también se trabaja con nacionales y extranjeros considerando la experiencia que tengan.

Comunicación de la importancia del servicio

José Toabanda declara, que se debe convencer al cliente que los documentos son importantes, que la inversión en la cual debe incurrir para tener una adecuada gestión de ellos, es mínima comparada con las multas o sanciones que se pueden presentar a futuro, al tener un manejo deficiente. Las glosas impuestas por la administración fiscal estatal son temas fundamentales para crear conciencia en los propietarios y hacerles comprender que los documentos son sagrados y que se deben tomar precauciones a tiempo para evitar repercusiones económicas. En cuanto a los medios utilizados para la comunicación, el boca a boca, ha sido el más efectivo para la empresa, puesto que muchos clientes se han contactado por recomendaciones de otros, de igual forma la compañía cuenta con un equipo comercial que visita clientes, realiza telemarketing, y ofrece información mediante página web.

La empresa gana clientes principalmente por recomendaciones de otros, además posee una página web donde detalla sus servicios y contacto.

2.5. Estudio de Campo

En esta parte se expone un informe completo de estadística descriptiva sobre los resultados de la encuesta aplicada a gerentes de empresas de diversos sectores de la provincia del Guayas. Es importante acotar que la muestra del estudio es de 383 empresarios y gerentes, no obstante, luego del estudio de campo, se obtuvo un total de 379 cuestionarios válidos. El cuestionario contiene ocho preguntas que permiten determinar aspectos como el conocimiento del mercado sobre el servicio de gestión documentada, oferta, demanda y aspectos más importantes al momento de adquirir el servicio.

2.5.1. Análisis de resultados

Los resultados expuestos a continuación se obtuvieron por medio de una encuesta de ocho preguntas realizadas a 379 empresarios de la provincia del Guayas. Cada pregunta intenta responder a aspectos el conocimiento general del mercado sobre el servicio de gestión documentada, oferta, demanda y aspectos relevantes para el cliente al momento de recibir el servicio. Para todas las respuestas se ha calculado la frecuencia y el porcentaje, puesto que cada variable ha sido operacionalizada en

forma nominal u ordinal. Los datos fueron tabulados y analizados con ayuda del software estadístico SPSS 22.

2.5.2. Información básica del estudio

En esta sección se reportan variables como el género, el cargo que ocupa el entrevistado y los años de la empresa en el mercado.

La tabla 5 resume las respuestas de la variable género. El 52,24% de los encuestados es del género masculino mientras que el 47,76% restante corresponde al género femenino.

Tabla 5. *Estadística Descriptiva de la Variable Género.*

Género	Frecuencia	%
Masculino	198	52,24%
Femenino	181	47,76%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

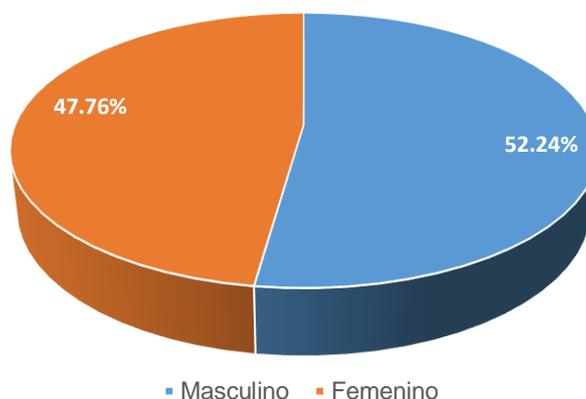


Figura 16. Gráfico circular de la variable género.

Elaborado por: Christian Moncayo.

Por otro lado, se realizó la pregunta a los encuestados sobre el cargo que ocupaban en la empresa donde laboran. La tabla a continuación reporta que el cargo que predomina es el de Gerente General con el 27,97% de participación, seguido de Gerentes Administrativos con el 21,64% y Gerentes de Sistemas con el 17,15%. Es necesario acotar que se tomó en cuenta la participación de gerentes de sistemas o cargos relacionados, puesto que la decisión de compra del servicio de gestión documental está muy influenciada en estos puestos de trabajo. Los cargos que

menos figuran en la encuesta son Vicepresidentes de Desarrollo Organizacional y de Negocios con el 1,32% y 1,06% respectivamente.

Tabla 6. Estadística Descriptiva de la Variable Cargo.

Cargos	Frecuencia	%
Gerente General	106	27,97%
Gerente Administrativo/a	82	21,64%
Gerente de Sistemas	65	17,15%
Gerente de Logística	56	14,78%
Jefe Administrativo/a	32	8,44%
Presidente/a	20	5,28%
Vicepresidente Ejecutivo	9	2,37%
Vicepresidente de Desarrollo Organizacional	5	1,32%
Vicepresidente de Negocios	4	1,06%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

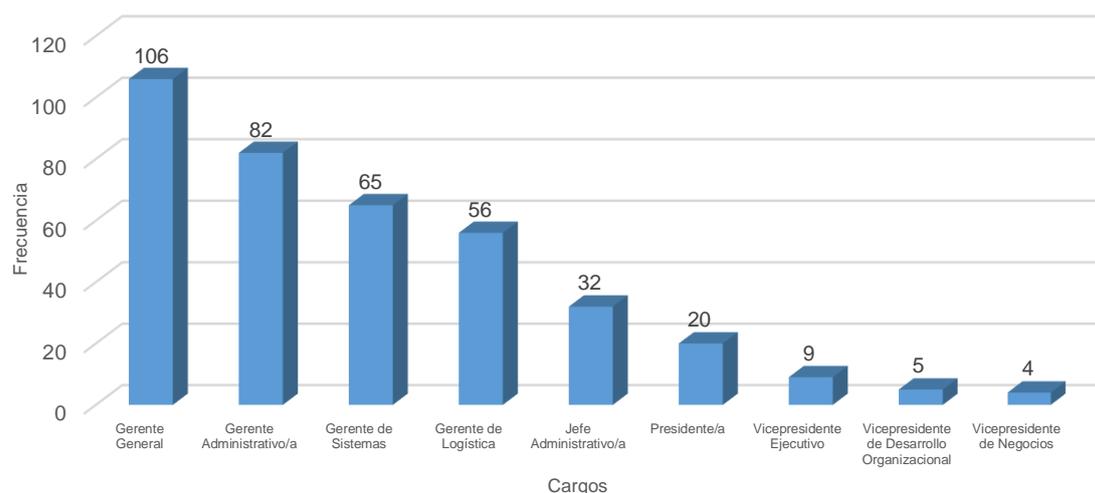


Figura 17. Gráfico de barras de la variable cargo.
Elaborado por: Christian Moncayo.

Por último, se preguntó a los encuestados sobre los años que tiene la empresa en el mercado. Los resultados se resumen en la tabla 7. En primer lugar, se calculó la media de todos los valores, dando un valor aproximado de 14,59 años en promedio que tienen las empresas encuestadas. Posteriormente se calculó la frecuencia por intervalos. Es posible apreciar que el 24,54% de las empresas tienen entre 12 y 15 años en el mercado, seguido de un 21,11% de las empresas que tienen entre 8 y 11

años. Por el contrario, existe poca participación de empresas que tienen entre 40 y 43 años (2,11%) y entre 20 y 23 años (1,85%).

Tabla 7. Estadística Descriptiva de la Variable Años en el negocio.

Años del negocio	Frecuencia	%
Media	14,59	
12 – 15	93	24,54%
8 – 11	80	21,11%
4 – 7	76	20,05%
16 – 19	72	19,00%
32 – 35	15	3,96%
36 – 39	10	2,64%
24 – 27	9	2,37%
28 – 31	9	2,37%
40 – 43	8	2,11%
20 – 23	7	1,85%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

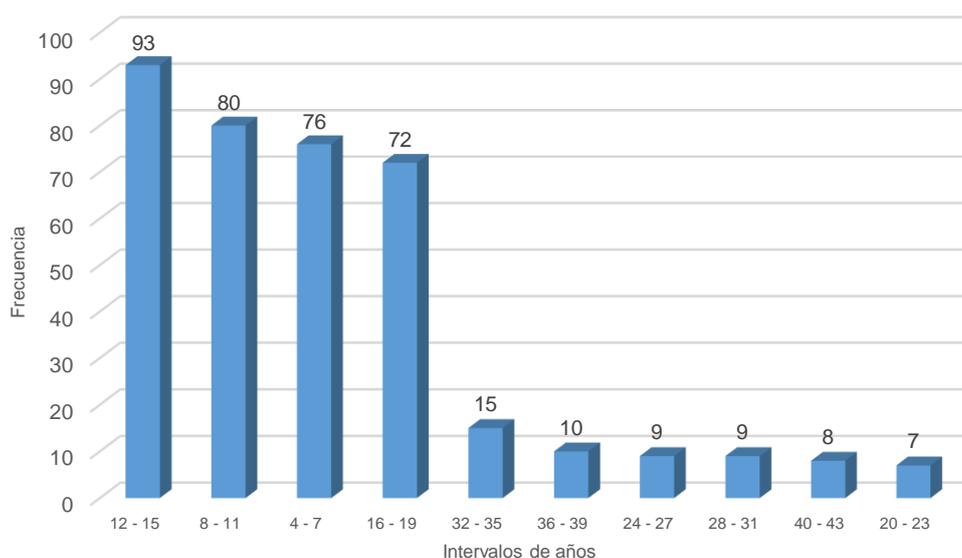


Figura 18. Gráfico de barras de la variable años en el negocio.

2.5.3. Información específica del estudio

Las ocho preguntas a continuación corresponden a la sección del cuestionario que trata sobre el conocimiento del mercado sobre el servicio, la oferta, demanda y

aspectos relevantes para el cliente al momento de adquirir este tipo de soluciones tecnológicas.

La tabla a continuación resume las respuestas a la pregunta 1: “¿Conoce de qué se trata un servicio de gestión documentada?”. El 72,03% de los encuestados respondió que sí conocen el servicio, mientras que un 27,97% de la muestra respondió que no conoce de qué se trata un servicio de gestión documental.

Tabla 8. *Estadística Descriptiva de la pregunta 1: ¿Conoce de qué se trata un servicio de gestión documental?*

Conocimiento del servicio	Frecuencia	%
Si	273	72,03%
No	106	27,97%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

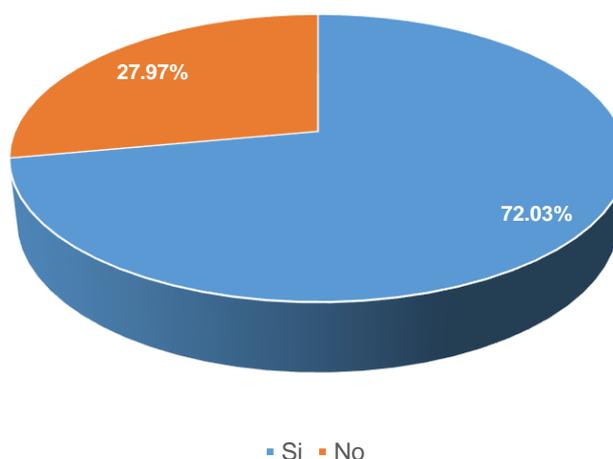


Figura 19. Gráfico circular de la variable conocimiento del servicio. Elaborado por: Christian Moncayo.

La tabla 9 resume los resultados a la pregunta 2: “¿Con qué relaciona principalmente la frase Gestión Documental?”. Se indicó a los encuestados que debían seleccionar una única opción de cinco: (a) sistema informático, (b) centro de almacenamiento físico, (c) digitalización de documentos, (d) administración integral de documentos y (e) reciclaje y destrucción de archivos.

De estas opciones, la mayoría seleccionó la opción “Administración integral de documentos” con un 44,06%, seguido de un 31,13% que seleccionaron “Digitalización de documentos”, evidenciando que los gerentes tienen una idea bastante acercada a la realidad de lo que representa un servicio de gestión documental. Por otro lado, únicamente un 2,9% de la muestra seleccionó la opción “Reciclaje y destrucción de archivos”.

Tabla 9. *Estadística Descriptiva de la pregunta 2: ¿Con qué relaciona principalmente la frase "Gestión documental"?*

Relación del servicio	Frecuencia	%
Sistema informático	53	13,98%
Centro de almacenamiento físico	30	7,92%
Digitalización de documentos	118	31,13%
Administración integral de documentos	167	44,06%
Reciclaje y destrucción de archivos	11	2,90%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo

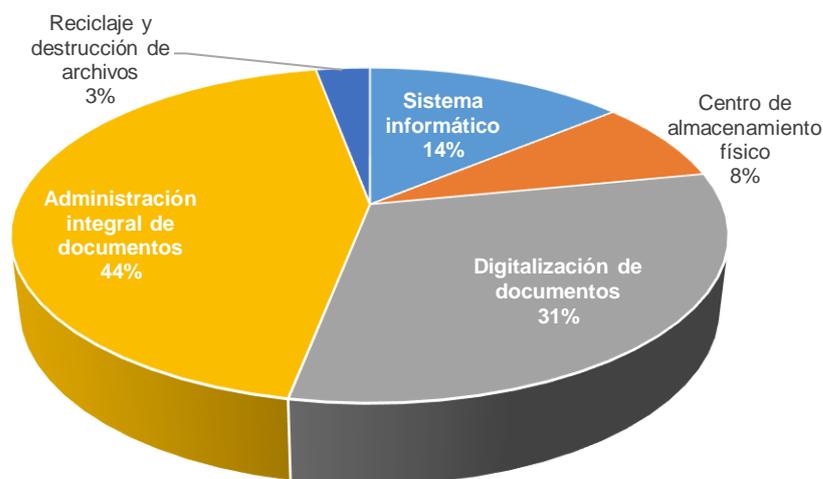


Figura 20. Gráfico circular de la variable relación del servicio.
Elaborado por: Christian Moncayo.

La pregunta 3 de la encuesta trata de conocer si la empresa donde trabaja el encuestado contrata externamente un servicio de gestión documental. Es conocido que existen varios programas en internet que ofrecen estos servicios por montos mensuales. De los 379 encuestados, el 77,57% afirmó que no contratan externamente el servicio de gestión documental

Tabla 10. *Estadística Descriptiva de la pregunta 3: La empresa donde trabaja ¿contrata externamente un servicio de gestión documental?*

Servicio externo	Frecuencia	%
Si	85	22,43%
No	294	77,57%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

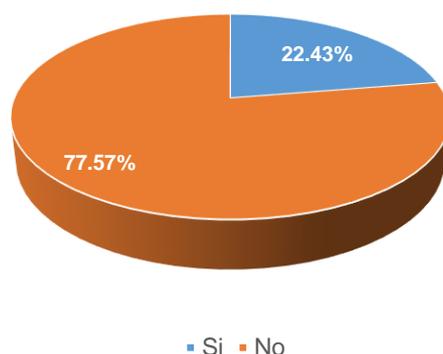


Figura 21. Gráfico circular de la variable servicio externo.
Elaborado por: Christian Moncayo.

Complementando la pregunta anterior, se solicitó a los encuestados que aquellos que seleccionaron la opción “No” (77,57%) respondan a la siguiente pregunta: “Si la empresa no cuenta con este servicio, ¿cree usted que contratarlo mejoraría la gestión actual? Los resultados evidencian que, de estas 294 personas, el 78,23% considera que la adquisición de este servicio mejoraría la gestión actual de sus empresas, es decir que más de la mitad están de acuerdo con los beneficios que traería este tipo de soluciones tecnológicas.

Tabla 11. *Estadística Descriptiva de la pregunta 4: Si la empresa no cuenta con este servicio, ¿cree usted que contratarlo mejoraría la gestión actual?*

Mejora la gestión actual	Frecuencia	%
Si	230	78,23%
No	64	21,77%
n	294	77,57%

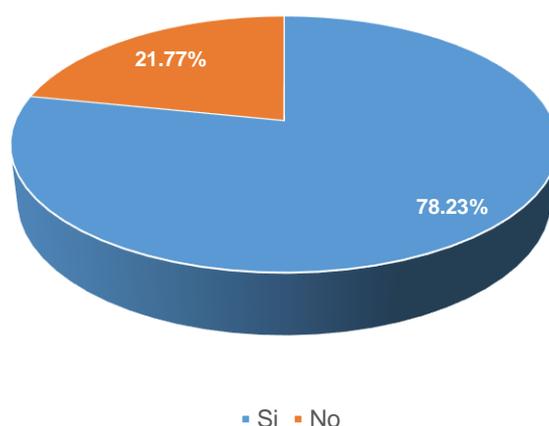


Figura 22. Gráfico circular de la variable sobre la mejora de la gestión actual
Elaborado por: Christian Moncayo.

La tabla 12 resume los resultados a la pregunta 5: “¿La empresa cuenta con un software que permite la administración digital de los documentos?”, con la finalidad de determinar la capacidad de oferta de este tipo de soluciones. De acuerdo a los resultados, el 63,06% de los encuestados afirma que la empresa que representan no cuenta con software de gestión documental, mientras que el 36,94% restante sí cuenta de alguna forma con este tipo de soluciones.

Tabla 12. Estadística Descriptiva de la pregunta 5: ¿La empresa cuenta con un software que permite la administración digital de los documentos?

Software de Gestión Documental	Frecuencia	%
Si	140	36,94%
No	239	63,06%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

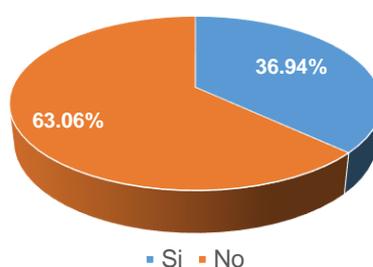


Figura 23. Gráfico circular de la variable posee software de gestión documental.
Elaborado por: Christian Moncayo.

La siguiente tabla reporta los resultados de estadística descriptiva para la pregunta 6: “¿Estaría dispuesto a contratar el servicio de gestión documentada durante los próximos 12 meses?”. Esta pregunta tiene la intención principal de identificar la demanda del servicio de gestión documental en las empresas del Guayas. Los resultados exhiben que más de la mitad de los encuestados, específicamente el 58,05% de los participantes no está de acuerdo en contratar este servicio por los próximos 12 meses y el 41.95% está de acuerdo en contratarlo.

Tabla 13. *Estadística Descriptiva de la pregunta 6: ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio de gestión documentada durante los próximos 12 meses?*

Demanda	Frecuencia	%
Si	159	41,95%
No	220	58,05%
n	379	100,00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

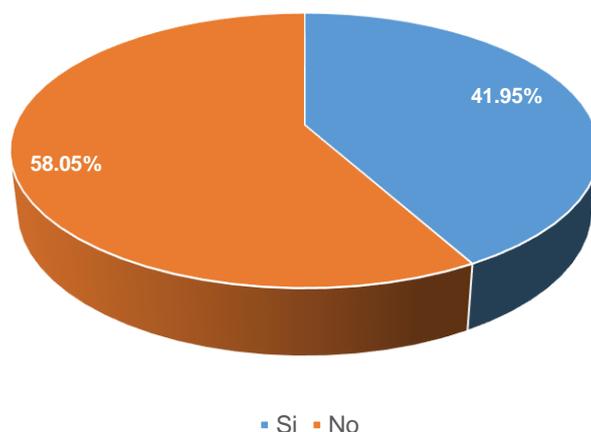


Figura 24. Gráfico circular de la variable demanda.
Elaborado por: Christian Moncayo.

La pregunta 7 de la encuesta pretende determinar las razones más relevantes para contratar el servicio de gestión documental, a través de un total de siete ítems. Esta pregunta fue operacionalizada por medio de una escala Likert de cinco puntos, donde 1 es muy en desacuerdo y 5 es muy de acuerdo.

La tabla 14 resume las frecuencias de las respuestas para cada ítem de la pregunta 7. Los valores indican que los gerentes de las empresas contratarían este servicio mayormente por innovación tecnológica, encaminada a una cultura de cero papeles, con un nivel de acuerdo del 78,89%. Otras razones importantes son por reducir

costos en la implementación propia de gestión documental (68,81%) y por falta de espacio físico para el almacenamiento de archivo (75,99%). A pesar de que la razón “por recomendación de terceros” no se encuentra entre las primeras tres razones relevantes, la mayoría calificó esta razón como “de acuerdo”, evidenciando que la opinión de colegas también es importante para la adquisición de estas soluciones tecnológicas.

Los encuestados también indicaron un nivel superior de desacuerdo en las razones “por cumplimiento de disposiciones legales y tributarias” y para evitar multas y sanciones estatales”, con un 19% y 15,04%, respectivamente. Por último, los encuestados mostraron neutralidad en la razón “por falta de conocimiento de la forma adecuada de manejar archivos” con un 60,95%.

Tabla 14. *Estadística Descriptiva de la pregunta 7: ¿Qué razones considera más relevantes para contratar un servicio de gestión documental?*

Variables	Frecuencia					N
	1	2	3	4	5	
Por falta de conocimiento de la forma adecuada de manejar archivos	5,01%	8,97%	60,95%	15,04%	10,03%	379
Por cumplimiento de disposiciones legales y tributarias	7,92%	11,08%	22,96%	32,98%	25,07%	379
Para evitar multas y sanciones estatales	7,12%	7,92%	26,12%	35,88%	22,96%	379
Por falta de espacio físico para el almacenamiento de archivo	5,01%	7,12%	11,87%	45,12%	30,87%	379
Por reducir costos en la implementación propia de gestión documental	1,06%	11,08%	19,00%	46,97%	21,90%	379
Por innovación tecnológica, encaminada a una cultura de cero papel	2,11%	5,01%	13,98%	26,91%	51,98%	379
Por recomendación de terceros	2,90%	7,12%	21,11%	49,08%	19,79%	379

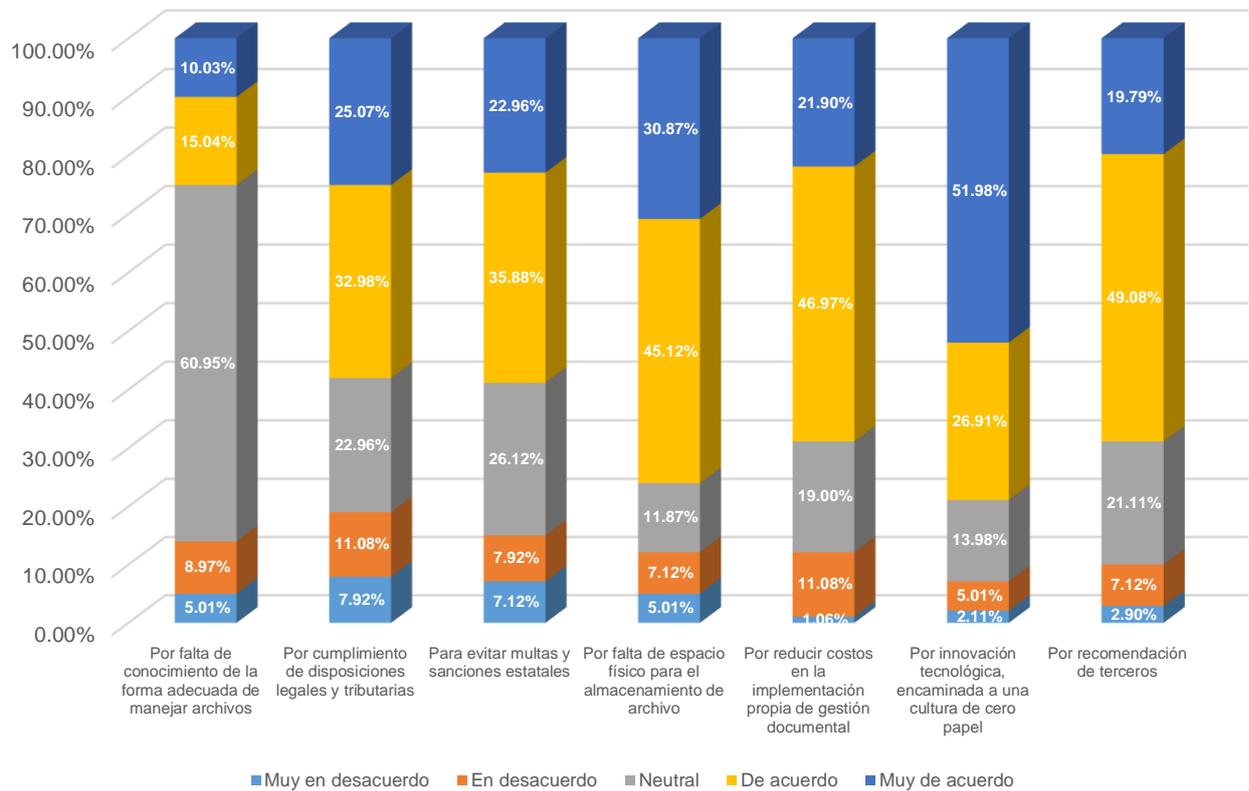


Figura 25. Gráfico de barras de los aspectos más relevantes para la contratación del servicio de gestión documentada

La última pregunta de la encuesta pretende determinar los aspectos que valorarían más los gerentes al momento de adquirir el servicio de gestión documental. Esta pregunta fue operacionalizada por medio de una escala Likert de cinco puntos, donde 1 es muy en desacuerdo y 5 es muy de acuerdo.

La tabla 15 resume las frecuencias de las respuestas para cada ítem de la pregunta 8. Los valores indican que los gerentes de las empresas contratarían este servicio si este presenta un precio accesible con el 77,05% de acuerdo. A estos aspectos le sigue el almacenamiento seguro de archivos con el 76,25% y las garantías del servicio con el 69,92% de acuerdo.

Por otro lado, los aspectos menos puntuados son “sistema informático eficiente y personalizado” y “disponibilidad de servicio técnico” con el 58,84% y 56,73% de aceptación, respectivamente.

Tabla 15. Estadística Descriptiva de la pregunta 8: ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir el servicio?

Variables	Frecuencia					N
	1	2	3	4	5	
Precio accesible	3,96%	7,12%	11,87%	30,08%	46,97%	379
Seguridad y confidencialidad de información	2,11%	12,93%	17,94%	27,97%	39,05%	379
Sistema informático eficiente y personalizado	3,96%	16,09%	21,11%	34,04%	24,80%	379
Respuesta inmediata de solicitudes	10,03%	11,87%	15,04%	40,90%	22,16%	379
Disponibilidad de servicio técnico	6,07%	11,08%	26,12%	44,06%	12,66%	379
Almacenamiento seguro de archivos	2,90%	7,92%	12,93%	35,09%	41,16%	379
Garantías del servicio	5,54%	9,50%	15,04%	39,05%	30,87%	379

Elaborado por: Christian Moncayo

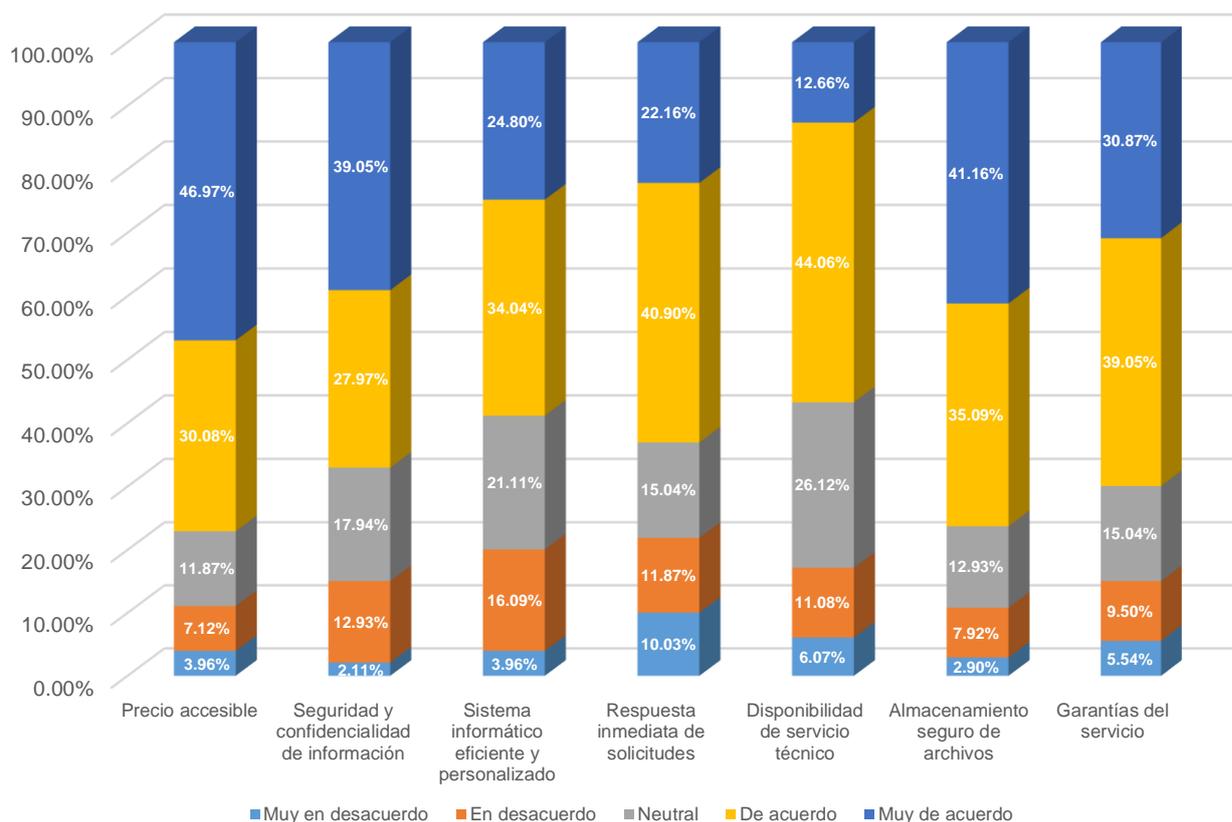


Figura 26. Gráfico de barras de los aspectos más valorados por el cliente para la contratación del servicio de gestión documentada.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

3.1. Localización del proyecto

Como mencionan Sapag & Sapag, (2008) la localización que se decida para un proyecto determinará el éxito o fracaso de éste, por lo que su ubicación depende no sólo de valoraciones económicas, sino estratégicas, legales, inclusive de aspectos emocionales; sin embargo se debe decidir por la opción que proporcione mayor rentabilidad. Este estudio incluye no sólo una planta productiva sino también las oficinas administrativas, puesto que muchas veces se ignora alguna localidad lo que representa inconvenientes a futuro, como gastos económicos o contrariedades estratégicas.

3.1.1. Factores de localización

Los factores que influyen en la decisión de localización, según lo publicado por la revista *Industrial Development*, revelaba una lista de 753 particularidades, no obstante se hará referencia a las que se considera mayormente relevantes:

- **Capacidad.-** Las dimensiones del lugar deben ser lo suficientemente grandes para proveer sin ningún problema el servicio de almacenamiento de documentos, además de tener capacidad para soportar el crecimiento a largo plazo.
- **Infraestructura actual.-** Se considera primeramente la amplitud y las adecuaciones de una bodega o galpón donde deberán desempeñarse tanto la planta como las oficinas administrativas, puesto que la naturaleza del negocio no permite funcionamiento separados.
- **Costos de terreno.-** El valor del alquiler o compra del terreno o localidad depende mucho de su ubicación, existen sectores valorados a menor precio que otros, dependiendo del desarrollo local.
- **Cercanía del mercado.-** El proyecto debe ubicarse cercanamente o donde se tenga vías de acceso a lugares estratégicos donde se encuentren las empresas que conformen el mercado potencial al que se quiere llegar.
- **Medios y costos de transporte.-** Al considerar las solicitudes que deben entregarse a los clientes, se debe analizar los medios de transporte disponibles y los costes de su utilización.

3.1.2. Método de evaluación de localización

Para poder tomar una decisión más rentable existen unos métodos por el cual se puede realizar una evaluación de las condiciones existentes, el método que se utilizará para el presente proyecto será el método cualitativo por puntos, que consiste en definir los factores fundamentales que afectarán el desarrollo y crecimiento del negocio, a los cuales se les designa una valoración dependiendo del grado de importancia del fundamento que se da según criterio de la experiencia de la persona que evalúa, esta valoración deberá sumar un total de 1; luego se procede a calificar cada factor en una escala de 0 a 10 y posteriormente se calcula la ponderación de estos valores y se suman los resultados, el producto mayor será el elegible.

Para desarrollar esta técnica se dispondrá de tres opciones que se encuentran ubicadas en la Vía a Daule, puesto que en esta carretera se asientan grandes empresas y se dispone de infraestructuras amplias que se adaptan a las necesidades requeridas:

Datos	Opción A: Galpón industrial	Opción B: Bodega industrial	Opción C: Bodega
Dimensiones (m2)	1.000	Terreno: 1629,78	1.200
Ubicación	Vía a Daule Km.12	Vía a Daule Km. 9 ½ (Inmaconsa)	Vía a Daule Km. 9 ½ (Inmaconsa)
Acceso a	Vía Perimetral	Vía Perimetral	Vía Perimetral
Adecuaciones	Oficinas, baños, comedor, garaje	Oficinas, baños, bodega	Oficinas, baños con duchas
Prestaciones	Seguridad 24 horas		Galpón
Costo Adquisición	\$ 50000,00	\$ 85000,00	\$ 60000,00

Tabla 16. Evaluación cualitativa por puntos de la localización.

Factor	Peso	Opción A		Opción B		Opción C	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Capacidad	0.30	5	1.5	9	2.7	8	2.4
Infraestructura	0.25	9	2.25	8	2	8	2
Costos	0.20	5	1	7	1.4	9	1.8
Cercanía del mercado	0.15	4	0.6	7	1.05	7	1.05
Medios y costos de transporte	0.10	4	0.4	7	0.7	7	0.7
Total	1.00		5.75		7.85		7.95

Elaborado por: Christian Moncayo.

Posterior a la evaluación se aprecia los resultados, donde se evidencia que la opción C tiene la calificación más alta por lo que se considera la más rentable. Por lo que finalmente la empresa tendrá sus oficinas administrativas y bodega en el Parque empresarial Inmaconsa ubicado al norte de la ciudad con vías de acceso que permiten movilizarse al centro y sur de la ciudad.



Figura 27. Mapa de localización de la empresa.
Fuente: Google maps (2018).





Figura 28. Fotografías de la localidad.
Fuente: Anuncio OLX (2018).

3.2. Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto se determina considerando algunas variables como la demanda, disponibilidad de insumos, localización, plan estratégico, perspectiva futura de crecimiento de la empresa, entre otras.

3.2.1. Factores que determinan el tamaño

El factor más relevante que limita el tamaño del proyecto, según indica Baca Urbina (citado en Sapag & Sapag, 2008), corresponde a la cantidad demandada proyectada que no tiene que ver necesariamente con un crecimiento de mercado. Se considera para este caso proyecciones de una demanda menor a la capacidad posible de instalar, aquella donde la cantidad sea superior a la mayor unidades posibles de producir y aquella que responde a una demanda real según la capacidad de producción de la empresa.

Otros factores que influyen en la decisión del tamaño es la ubicación geográfica del mercado y si se quiere lograr una mayor cobertura, la disponibilidad de recursos materiales, humanos y financieros y si se puede obtener la calidad y cantidad que se espera a costos aceptables; así también la estrategia comercial y la tecnología encaminan la capacidad productiva. Para el presente proyecto los factores que determinarán el tamaño son:

- **La localización.-** EL lugar donde se ha dispuesto la ubicación del proyecto influye en su tamaño ya que, al tratarse de una bodega amplia se tendrá capacidad para ofertar mayormente el almacenamiento y custodia de documentos.

- **Costos de operación.**- Los costes en los que se tenga disponible para poner en marcha el proyecto serán fundamentales para conocer la cantidad y la calidad de equipos, maquinaria e insumos que se puedan adquirir y conocer la capacidad de la empresa.
- **Características del servicio.**- Debido a que entre las prestaciones a los clientes se encuentra el almacenamiento de archivos, se debe disponer de un lugar espacioso donde se puedan custodiar los documentos.
- **Financiamiento del proyecto.**- Corresponde al valor total con el que se espera contar para la inversión inicial que permita ejecutar el proyecto.

3.2.2. Requerimiento de recursos

Maquinaria, equipos y software

En la tabla siguiente se detalla las características y cantidades de los principales insumos que se necesitarán para el inicio del proyecto.

Tabla 17. *Requerimiento de maquinaria, equipos y software.*

Recurso	Características	Ilustración	Cant
Fotocopiadora	RICOH MPC-4503: Copiadora – Impresora - Escáner a color. Puede imprimir directamente desde flash o memoria SD archivos en formato PDF y JPG. 1200 DPI en calidad de impresión. Ampliación hasta el 400% y reducción hasta el 25% en incrementos de 1%.		2
Laptop	Laptops Inspiron Nueva Inspiron 15 5000		7
Computador	Inspiron 3268: 7ª generación del procesador Intel Core i5. Disco duro SATA a 6 Gb/s de 1 TB a 5400 rpm. Memoria de 8 GB		6
Servidor	SPARC de la Serie T de Oracle. SPARC T7-1 Server. Mayor seguridad por la utilización de un chip que tiene 16 cifrados estándar de la industria para protección de datos. Bajo consumo de energía e integración de		2

	muchos servidores en uno solo.		
Cajas para conservación de archivos	Caja de polipropileno EX-LIBRIS para documentos carta/oficio. Acceso a los documentos por la parte superior. Reforzada. Medidas: 30 x 40 x 26 cm.		100
Vehículo	Hyundai Hd 65 / 3.5 TON 2018 / 3.907		1
Software de gestión	Plataforma de software para gestión y automatización de procesos: OfficeGemini. El sistema integra gestión documental, digitalización y captura de datos, almacenamiento en la nube, contador de páginas.		1

Elaborado por: Christian Moncayo.

El software de gestión documental será desarrollado por el equipo de desarrollo e investigación y se acoplará a las necesidades de los clientes.

Recursos humanos

El número de personal y puesto se estima considerando la relevancia de funciones principales que se necesita al principio del proyecto, que se irá incrementando a medida que se alcance un mayor crecimiento.

Tabla 16. Requerimiento de recursos humanos.

Puesto de trabajo	Cantidad
Gerente general	1
Recepcionista	1
Contador	1
Jefe Comercial	1
Coordinador de Operaciones	1
Especialista de Infraestructura	1
Desarrollador Jr.	1
Ejecutivo comercial	1
Desarrollador	1
Asistente técnico	1
Digitalizadores y custodios	2
Conserje	1
Asistente de recursos humanos	1
Chofer	1
Total personal	15

Elaborado por: Christian Moncayo.

3.2.3. Diseño y plano de la empresa

La distribución de la oficina se ilustra en el siguiente plano:

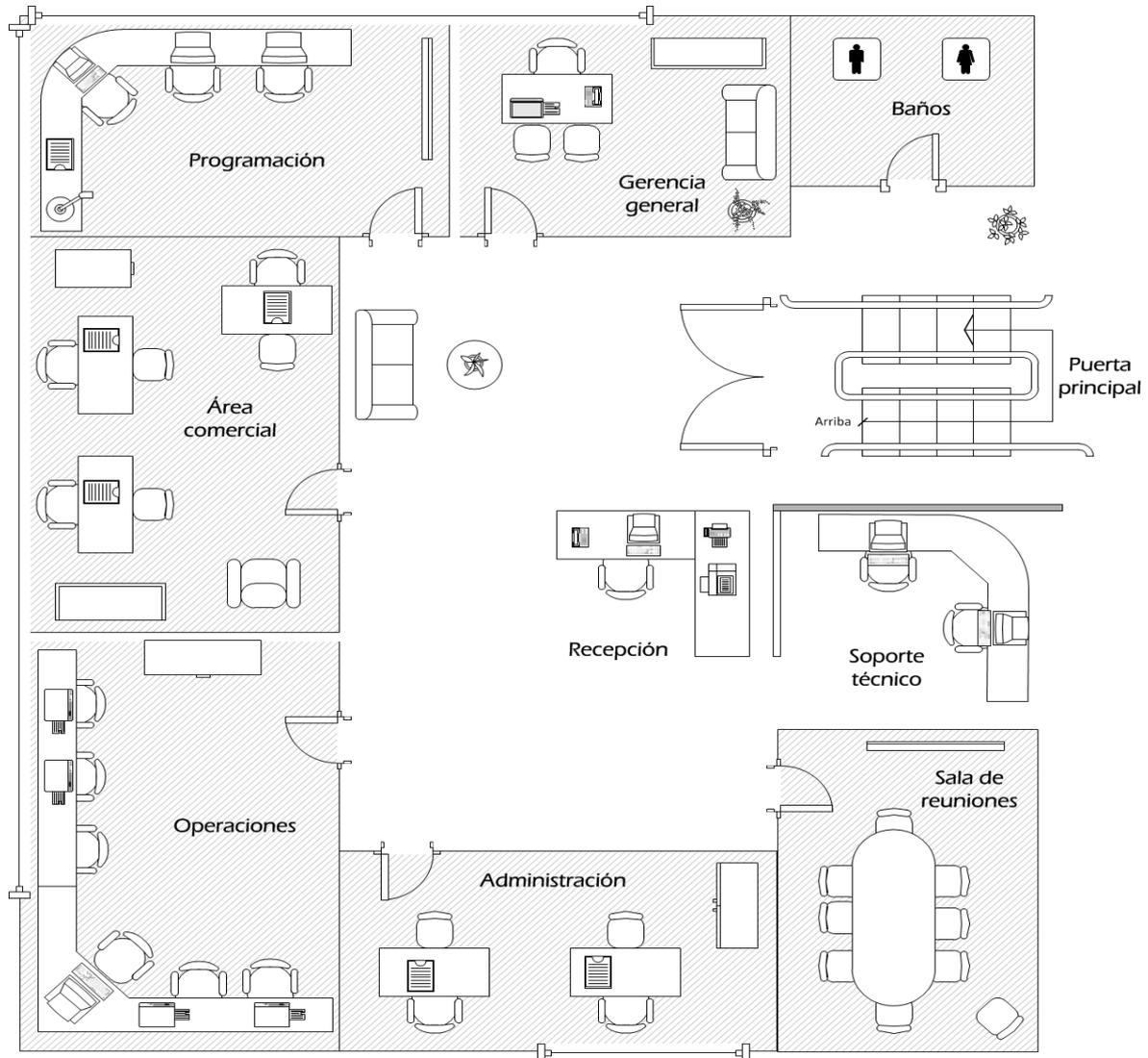


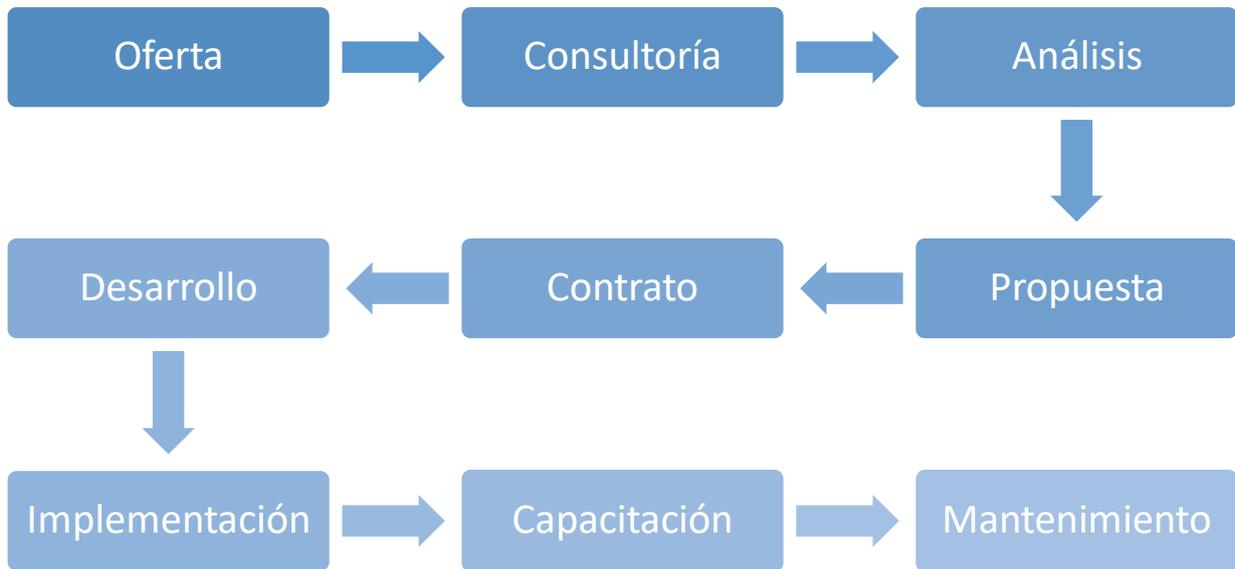
Figura 29. Plano de la empresa.
Elaborado por: Christian Moncayo.

3.3. Ingeniería del proyecto

3.3.1. Descripción del proceso

Dentro del proceso global del servicio de gestión documental, se describen tres procedimientos de manera general, ya que la entrega de un servicio integral o no, dependerá de la decisión del cliente.

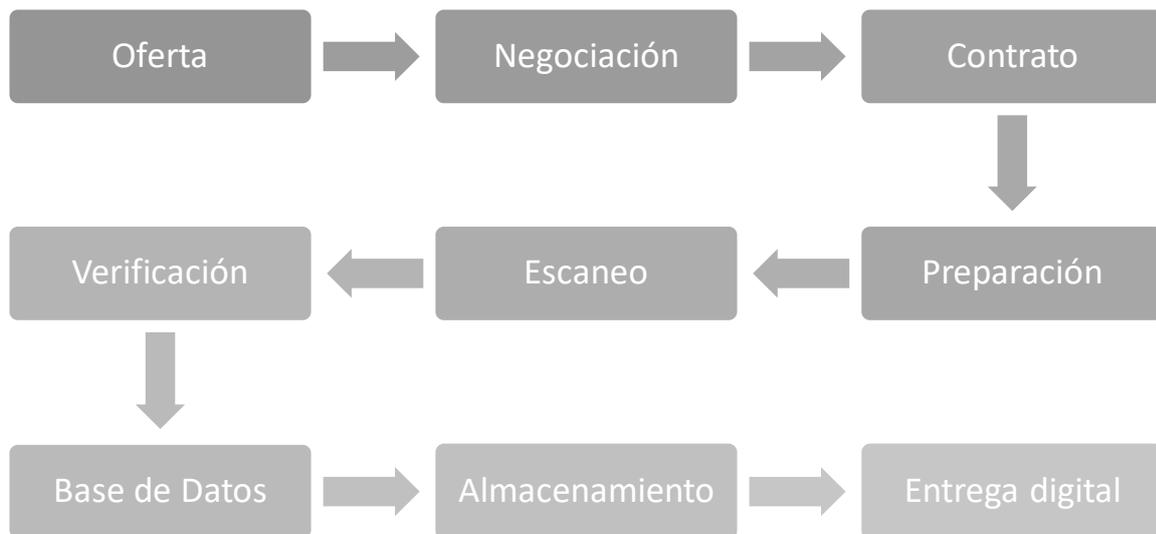
a. Proceso de comercialización de software de gestión documental



Si el cliente desea adquirir el software de gestión documental, primeramente se realiza una consultoría para conocer las características de la empresa, sus necesidades y requerimientos, luego de recoger esa información, los programadores realizan una propuesta de las adaptaciones del sistema adquirido para ofrecer soluciones especializadas. Se presenta la propuesta y se llega a un acuerdo con el cliente, definiendo cláusulas de trabajo en conjunto, luego se desarrolla la propuesta y la implantación. Para la gestión interna el programa, la empresa ofrece capacitación al personal para su correcto manejo, además de dar mantenimiento periódico al sistema.

En algunas ocasiones clientes deciden contratar sólo un sistema de administración de base de datos, para estos casos, el programa puede adaptarse perfectamente para cumplir sólo con esta función, y si el cliente lo desea, inclusive la empresa puede administrarlo.

b. Proceso de digitalización de documentos



Para el proceso de digitalización, la empresa contará con personal calificado que no sólo sean digitalizadores, sino también digitadores, es decir, que puedan crear una eficiente base de datos a partir de la información relevante de cada documento, para una búsqueda posterior eficiente.

Antes de escanear los documentos se preparan físicamente, ordenándolos para un correcto proceso, luego del escaneo se verifica que el procesamiento haya sido correcto y se crea la base de datos. La información física y digital se almacena en el sistema, si el cliente desea adquirirlo, si no desea adquirir el programa se procede a una entrega digital.

c. Proceso de almacenamiento y custodia de documentos

Para el proceso de almacenamiento, primeramente se realiza una base de datos, de los documentos que se van a poner en custodia, si el cliente desea digitalizar la información antes de que se almacene, se realiza previamente el respectivo proceso, si no lo desea, sólo se realiza la base de datos donde se añade la ubicación del documento, indicando la caja y estantería, para una localización rápida. Los documentos se almacenan según criterio del cliente, por tipo, fechas, o alguna otra pauta y se guardan en cajas especiales que ayudan a su conservación.



Los esquemas ilustrados muestran tres de los procesos esenciales que se espera ofertar, sin embargo existen otros servicios como el reciclaje y destrucción de documentos que se manejarán con empresas especializadas externas, hasta que, respondiendo a un análisis respectivo, se identifique la rentabilidad de incorporar como propios estos servicios.

3.4. Diseño administrativo

3.4.1. Tipo de empresa y constitución

La empresa que se constituirá será una compañía de responsabilidad limitada, acorde a lo establecido en la Ley de Compañías, considerando que en este tipo de empresa los socios no tienen la obligación de responder con bienes personales por las acciones del negocio, sino que, como su nombre lo indica, su responsabilidad se limita sólo al capital invertido.

Esta empresa se crea con tres o más personas, máximo quince, cuya denominación societaria va acompañada de la frase “Compañía Limitada” o su abreviación “Cía. Ltda.” EL capital mínimo para su creación es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América que al constituirse deberá ser íntegramente suscrito, y pagado en al menos el cincuenta por ciento de la aportación de cada socio. Las aportaciones podrán ser en dinero efectivo o en especie, y si es en calidad de especie podrá ser por bienes muebles o inmuebles que se relacionen al giro del negocio. El otro cincuenta por ciento deberá pagarse en un plazo de doce meses contado desde la fecha de su constitución.

Además su conformación entrará en la clasificación de pequeñas empresas, puesto que el número de empleados entra en el rango respectivo de entre 10 y 50 personas, que se caracteriza por tener recursos limitados pero que se vuelven rentables e independientes al paso del tiempo.

3.4.2. Misión

Brindar soluciones eficientes para la gestión documental de todos nuestros clientes, desarrollando e innovando nuestros servicios mediante el uso de tecnología que se traduzca en reducción de costos y que contribuyan al establecimiento de proyectos exitosos.

3.4.3. Visión

Ser reconocidos como el mejor socio estratégico de nuestros clientes en la oferta de soluciones integrales de calidad para el manejo de información, aportando así al crecimiento efectivo de sus negocios.

3.4.4. Valores

Los valores definen las bases éticas que dirigen el comportamiento de las personas, por ende los valores mencionados a continuación, corresponderán a la guía de conducta de todos los colaboradores de la empresa:

- **Responsabilidad.-** En el cumplimiento eficiente de todas las actividades designadas.
- **Honestidad.-** En las tareas que se debe realizar, actuando con integridad en la toma de decisiones.
- **Respeto.-** Mostrando consideración y disciplina con sus superiores, compañeros de trabajo y sobre todo con los usuarios del servicio.
- **Servicio.-** Siendo solícitos y amables en la atención a los clientes.
- **Trabajo en equipo.-** Para todos los proyectos que se realicen y resolución de problemas, buscando la integración de todas las opiniones e ideas.

3.4.5. Estructura organizacional y descripción de puestos

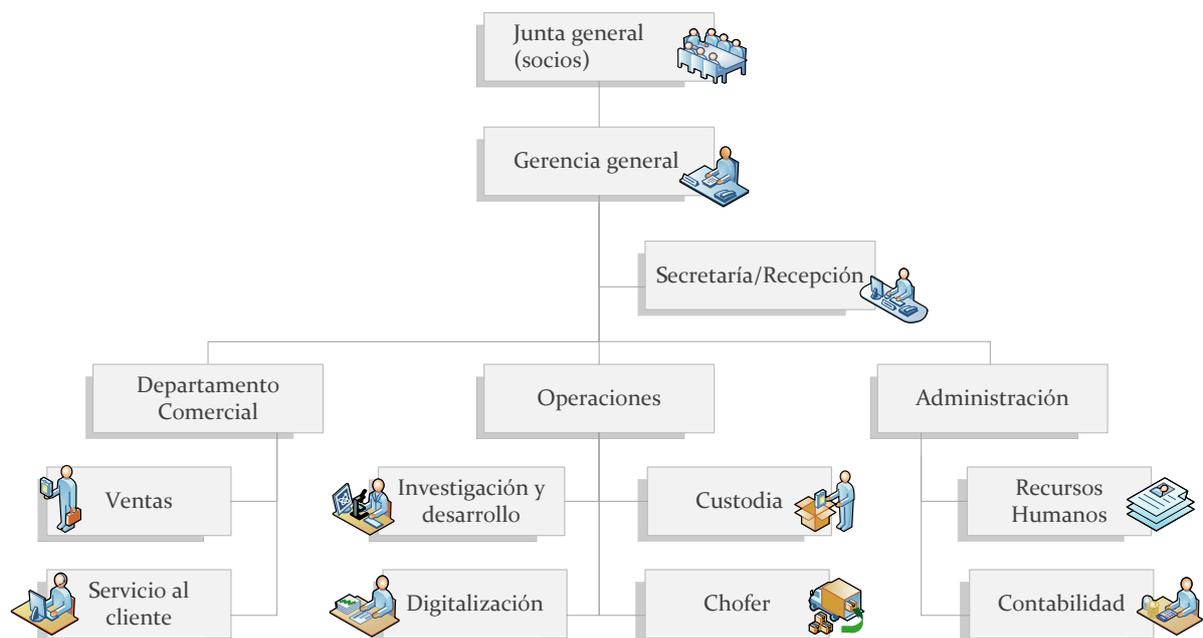


Figura 30. Estructura organizacional.
Elaborado por: Christian Moncayo.

Descripción de puestos

Área: Administración
Cargo: Gerente general
Lugar de trabajo: Interno: Oficina
Horario de trabajo: Lunes a viernes
Funciones: Ejercer la representación legal de la empresa. Dirigir, supervisar y controlar las operaciones de la empresa. Desarrollar, implantar y supervisar el cumplimiento de las estrategias empresariales. Hacer cumplir el reglamento interno. Proveer al personal los recursos necesarios para el desarrollo de sus funciones. Realizar reuniones periódicas para verificar el cumplimiento de objetivos, conocer necesidades de recursos y el correcto desarrollo del negocio. Tomar decisiones correctivas sobre problemas que se presenten. Elaborar reportes periódicos para ser revisados por la junta general.
Requisitos académicos: Grado de cuarto nivel en: Administración, Gestión de proyectos, Finanzas o áreas relacionadas. Idiomas: Inglés
Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos
Especializado: Dirección estratégica – Supervisión y control – Manejo de equipos – Liderazgo – Negociación.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Administración

Cargo: Secretaria/Recepcionista

Lugar de trabajo: Interno: Oficina

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Atender a los usuarios que soliciten información sobre los servicios de la empresa.

Gestionar las comunicaciones internas y externas de la empresa.

Elaborar oficios y memorandos.

Asistir a la gerencia general en reuniones y manejo de agenda.

Manejo de la central telefónica.

Atender a proveedores.

Elaborar reportes e informes de actividades solicitadas.

Manejo de caja chica.

Organización y archivo de documentos.

Requisitos académicos:

Tercer nivel: Secretariado gerencial, Secretariado bilingüe Administración, o áreas relacionadas.

Idiomas: Inglés

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos y atención al cliente.

Especializado: Manejo de archivos – Comunicación efectiva – Redacción.

Experiencia laboral: Un año de experiencia en cargos similares

Área: Comercial

Cargo: Jefe comercial

Lugar de trabajo: Interno: Oficina

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Diseñar, dirigir y supervisar la implantación de la estrategia comercial que permita cumplir con las metas planteadas.

Elaborar y manejar el presupuesto de mercadeo.

Planifica la forma y medios de comunicación.

Planificación y seguimiento de objetivos de metas.

Realizar investigaciones periódicas de satisfacción de clientes y requerimientos para el desarrollo de nuevos servicios.

Realizar estadísticas y reportes periódicos de gestión y cumplimiento de metas para la gerencia.

Diseñar, planificar y supervisar actividades encaminadas al lograr el posicionamiento de la empresa, apertura de mercados y atracción de nuevos clientes.

Requisitos académicos:

Tercer nivel: Administración, Marketing, Comercio o áreas relacionadas.

Idiomas: Inglés.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos

Especializado: Elaboración y ejecución de presupuestos – KPI.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Comercial

Cargo: Ejecutivo de ventas

Lugar de trabajo: Interno y externo: Oficina y exteriores.

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Realizar, formalizar y dar seguimiento a contratos y pedidos.

Analiza y resuelve los requerimientos de los clientes.

Captación y seguimiento de nuevos clientes.

Realizar informes periódicos de cumplimiento de ventas.

Asistir a reuniones periódicas de grupo destinadas a compartir y supervisar estrategias.

Dar respuesta a los requerimientos de los clientes vía correo, por teléfono o presencialmente.

Requisitos académicos:

Estudios: Bachillerato o tercer nivel en Comercio, Ventas o áreas relacionadas.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos

Especializado: Contabilidad – Comercialización y ventas – Técnicas de negociación – Atención a clientes - CRM.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Comercial

Cargo: Ejecutivo de atención al cliente

Lugar de trabajo: Interno: Oficina

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Atender y resolver las consultas de los usuarios del servicio.
Recibir sugerencias, denuncias, quejas o reclamos de los usuarios.
Elaborar informes periódicos sobre atención al cliente.
Proponer mejoras en los procesos y en los servicios según el resultado de atención al cliente.
Canalizar las quejas de los clientes con los departamentos correspondientes con el fin de ofrecer soluciones eficientes.
Archivar y mantener registros de las quejas y de sus resoluciones.

Requisitos académicos:

Estudios: Bachillerato o tercer nivel en Comercio o áreas relacionadas.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos

Especializado: Atención al cliente – Resolución y manejo de conflictos – Técnicas de comunicación – Comercialización y ventas.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Operaciones**Cargo: Coordinador de Operaciones**

Lugar de trabajo: Interno: Oficina

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Planificar el desarrollo de procesos y entrega de servicios.
Coordinar las tareas de los operadores que organizan, clasifican, almacenan y custodian los documentos.
Planificar y dar seguimiento de las políticas de calidad del servicio.
Diseñar, planificar y dar seguimientos a indicadores de calidad y mejoramiento continuo del servicio.
Realizar reportes periódicos sobre el cumplimiento de indicadores y mejora de procesos para la gerencia.
Coordina y gestiona la implantación de nuevas tecnologías.
Realizar reuniones periódicas con el personal con el propósito de informar y conocer sobre el desarrollo de actividades y cumplimiento de las políticas de calidad.

Requisitos académicos:

Tercer nivel: Administración de procesos, Ingeniería Industrial o áreas relacionadas.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos

Especializado: Supervisión y control – Manejo de equipos – Control de calidad.

Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Operaciones
Cargo: Programador
Lugar de trabajo: Interno: Oficina
Horario de trabajo: Lunes a viernes
<p>Funciones:</p> <p>Desarrollar programas que se adapten a las necesidades del cliente.</p> <p>Analizar, diseñar y programar resoluciones y adaptaciones al sistema principal como respuesta a requerimientos de los clientes.</p> <p>Garantizar la seguridad y confidencialidad de la información de los clientes.</p> <p>Monitorear y diagnosticar problemas que se presenten en la ejecución de los sistemas.</p> <p>Velar por el adecuado funcionamiento de los sistemas y prever posibles fallas.</p> <p>Proporcionar soluciones diligentes y eficientes frente a posibles deficiencias de los sistemas.</p> <p>Garantizar la seguridad de los servidores.</p>
<p>Requisitos académicos:</p> <p><u>Tercer nivel:</u> Ingeniería en Sistemas, Computación e Informática, Programación, Desarrollo de programas informáticos o áreas relacionadas.</p> <p><u>Idiomas:</u> Inglés.</p>
<p>Conocimientos:</p> <p><u>Básicos:</u> Manejo de programas informáticos</p> <p><u>Especializado:</u> Conocimiento avanzado de programas informáticos – Base de datos SQL, Server y MYSQL – Programación JAVA. PHP y Visual Basic – Sistemas operativos LINUX.</p>
Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

Área: Operaciones
Cargo: Digitalizador
Lugar de trabajo: Interno y externo: Oficina y domicilio de clientes.
Horario de trabajo: Lunes a viernes
<p>Funciones:</p> <p>Digitalización y digitación de documentos.</p> <p>Administrar, clasificar y organizar archivos físicos y digitales.</p> <p>Clasificar y codificar documentos.</p> <p>Creación, manejo y consulta de base de datos.</p> <p>Gestionar eficientemente tiempos de procesamiento de archivos.</p> <p>Recepción y registro de documentos.</p> <p>Cumplir y coordinar la metodología de organización documental de los archivos.</p> <p>Elaborar calendario de mantenimiento de archivos.</p> <p>Supervisar periódicamente las condiciones físicas de la documentación.</p> <p>Realizar las correcciones pertinentes en cuanto a inconvenientes en el archivo físico y</p>

digital de documentos.

Requisitos académicos:

Estudios: Bachiller en Administración o Informática o estudiante de tercer nivel en carreras de Computación, Informática o áreas relacionadas.

Idiomas: Inglés.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos

Especializado: Digitalización de documentos – Redacción y Ortografía – Técnicas de archivo -Almacenamiento y conservación de archivos.

Experiencia laboral: Un año de experiencia en cargos similares

Área: Administración

Cargo: Contador

Lugar de trabajo: Interno: Oficina

Horario de trabajo: Lunes a viernes

Funciones:

Revisar la correcta aplicación de normativa y reglamentos tributarios vigentes.

Realizar el registro, control y análisis de las transacciones diarias comerciales de la empresa.

Llevar el registro y control diario de las transacciones comerciales, tributarias y financieras.

Tomar decisiones acertadas con respecto a la contabilidad de la empresa.

Realizar el registro y seguimiento de pagos emitidos.

Efectuar puntualmente los pagos a los proveedores de bienes y servicios para evitar multas o intereses.

Realizar cronograma de adquisiciones y pagos respetando la solvencia y liquidez de la empresa.

Supervisar el orden y almacenamiento de comprobantes contables acorde a los reglamentos vigentes establecidos.

Realiza, analiza y evalúa las conciliaciones bancarias.

Desarrolla planes presupuestarios anuales y verifica su cumplimiento.

Realizar y supervisar las actividades que se realicen con entidades bancarias.

Fomentar relaciones a largo plazo con entidades financieras.

Requisitos académicos:

Estudios: Tercer nivel en carreras de Contaduría Pública Autorizada, Auditoría o áreas relacionadas.

Conocimientos:

Básicos: Manejo de programas informáticos y de manejo de contabilidad.

Especializado: Tributación – Capacidad numérica – NIIF – Finanzas – Planificación y control – Administración - Auditoría.

Experiencia laboral: Tres años de experiencia en cargos similares

Área: Operaciones
Cargo: Chofer – Mensajero
Lugar de trabajo: Interno: Oficina
Horario de trabajo: Lunes a viernes
Funciones: Conducir el vehículo asignado. Mantener en buen estado la unidad vehicular que se le ha asignado. Reportar y realizar el mantenimiento periódico preventivo y correctivo del vehículo. Cumplir con la recepción y entrega de documentación a los lugares que se le designen. Reportar y entregar facturas y capital que correspondan a transacciones realizadas inherentes a gastos del vehículo. Transportar personal, documentos o materiales respondiendo a los requerimientos empresariales.
Requisitos académicos: <u>Estudios:</u> Bachiller con licencia profesional para conducir
Conocimientos: <u>Básicos:</u> Conducción de vehículo manual y automático, leyes de tránsito y mecánica automotriz básica. <u>Especializado:</u> Mantenimiento preventivo del vehículo - Trabajo en equipo – Manejo de carga.
Experiencia laboral: Dos años de experiencia en cargos similares

3.4.6. Constitución y funcionamiento legal

Constitución de la compañía

Desde el año 2014, la Asamblea Nacional aprobó la Ley Orgánica para el Fortalecimiento y Optimización del Sector Societario y Bursátil que modifica la Ley de Compañías para la constitución de compañías, ya que establece un proceso simplificado que se puede realizar de manera electrónica, en el cual la Superintendencia de Compañías de Valores y Seguros pone a disposición una plantilla modelo de estatuto que se completa con los datos personales.

Los requisitos generales que establece la Superintendencia de Compañías para la constitución electrónica es que utiliza un sistema que genera el contrato de la compañía, nombramiento de representantes legales, inscripción en el Registro Mercantil y la obtención del Registro Único de Contribuyentes, para lo que se deberá

registrarse previamente. Los pasos a seguir detallados en la Superintendencia de Compañías son:



Figura 31. Proceso de constitución electrónica de compañías.
Fuente: Superintendencia de Compañías (2018).

Para el paso tres de constitución de la compañía se detallan los pasos:

1. Ingresar al portal web de la Superintendencia de Compañías: www.supercias.gob.ec
2. Seleccionar la opción "Portal de Constitución Electrónica de Compañías"
3. Presionar la opción "Constituir una compañía".
4. . Ingresar usuario y contraseña y presionar el botón ingresar.
5. Seleccionar reserva de denominación y presionar Continuar.
6. Presionar el botón de Agregar Socio/Accionista, Continuar; ingresar los datos solicitados y dar clic en Guardar Socio/Accionista.
7. En la sección Datos compañía, ingresar los datos solicitados y presionar el botón verde ubicado en el extremo inferior derecho.
8. En la sección Cuadro de Suscripciones y pago de capital, ingresar los datos solicitados, dar clic en Guardar y luego en el botón verde ubicado en el extremo inferior derecho.
9. En la sección de Representantes legales, dar clic en Agregar, seleccionar tipo de persona, ingresar datos solicitados y presionar el botón verde ubicado en el extremo inferior derecho.

10. En la sección documentos adjuntos, presionar el ícono Adjuntar, y se agrega los documentos solicitados.
11. El sistema mostrará los costos correspondientes y dar clic en continuar.
12. Seleccionar la notaría de preferencia y dar continuar.
13. Leer las condiciones del proceso y dar clic en Acepto y luego en Iniciar trámite.
14. Se mostrará un mensaje con el número de trámite y los valores correspondientes a cancelar.

Afiliación del personal

Una vez que la empresa tenga un registro legal se deberá cumplir con las disposiciones del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), donde primeramente se deberá realizar el registro patronal de la empresa, a través de su representante legal, denominado como Empleador, en el sistema disponible en la página web de la institución. A través del sistema se podrá realizar electrónicamente los avisos de entrada del personal y las respectivas afiliaciones.

Consulta de uso de suelo

La consulta de suelo se obtiene a través de la página web de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar a la página web: www.guayaquil.gob.ec
2. Clic en Servicios en línea.
3. Dar clic en Uso de suelo.
4. Ingresar el código predial y el código de seguridad.
5. Presionar la opción Consultar
6. Dar clic en la opción Uso de suelo
7. Se mostrará todas las actividades permitidas o se podrá buscar la actividad específica.
8. Se mostrará el resultado de la consulta.
9. En la parte inferior se presiona la opción de Imprimir para emitir el resultado de la consulta.

Permiso de funcionamiento

El permiso de funcionamiento que otorga el Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil se podrá obtener a través de la página web siguiendo los siguientes pasos:

1. Ingresar y registrarse en la web: www.bomberosguayaquil.gob.ec
2. Seleccionar el trámite: Permiso para local nuevo.
3. Registrar la información del contribuyente y adjuntar en formato de imagen el RUC, cédula y certificado de votación del representante legal y uso del suelo.
4. Generar orden de pago dando clic en Iniciar trámite, Generar orden. Realizar el pago y esperar notificación.
5. Si la actividad comercial se considera de bajo riesgo se mostrará la opción de Generar declaración, sino se asignará una Inspección. Para la declaración juramentada se deben adjuntar las evidencias en formato de imagen.
6. Luego de realizado lo anterior se obtendrá el Permiso de funcionamiento.

Registro de Patente Municipal

Se debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Certificado del Cuerpo de Bomberos
- Última actualización del RUC
- Formulario de “Solicitud para Registro de Patente Municipal”

Los pasos a seguir son:

1. Descargar el formulario “Solicitud para Registro de Patente Municipal” de la página web: www.guayaquil.gob.ec
2. Adjuntar los requisitos y entregar los documentos en las Ventanillas de la Dirección Financiera.
3. Cancelar el valor en las Cajas Recaudadoras de la Municipalidad.

Tasa de habilitación

La tasa de habilitación, también se puede realizar a través de la página web de la municipalidad, siguiendo los siguientes pasos:

1. Registrarse como usuario en la página web: www.guayaquil.gob.ec
2. Obtener la consulta de uso de suelo.
3. Clic en la sección Servicios en línea e ingresar solicitud de tasa de habilitación.

4. Considerando las especificaciones de la solicitud se podrá generar automáticamente la orden de pago, o se obtendrá un número de trámite, al cual debe dársele seguimiento ya que ha sido enviado para la revisión correspondiente.

CAPÍTULO IV

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

4.1. Análisis estratégico de la empresa

4.1.1. Análisis FODA

Fortalezas

Las fortalezas con las que la empresa cuenta son:

- **Integración de servicios.-** Pocas son las empresas que cuentan con un servicio completo y especializado de todo el proceso de gestión documental, ya que la mayoría de empresas generalmente subcontratan otros negocios para servicios como digitalización, reciclaje o destrucción de archivos. La propuesta del proyecto es ofrecer todos estos servicios de manera directa o trabajando con socios estratégicos, de esta forma se puede brindar mayor comodidad y confianza al cliente, al tratar con una sola empresa y ofreciendo mayor seguridad de la información al evitar la exposición a más personas.
- **Innovación.-** EL pilar fundamental de la propuesta es contar con el desarrollo especializado de programas de gestión documental que se adapten a las necesidades de cada cliente, además de adquirir equipos especializados para la custodia y almacenamiento de archivos tanto físicos como digitales.
- **Personal especializado.-** Se busca contar principalmente con programadores y desarrolladores de sistemas informáticos que puedan responder eficientemente y de manera especializada a los requerimientos específicos de cada cliente, ya que en la actualidad, las empresas trabajan con un mismo sistema informático, que pocas veces se acondiciona a cada necesidad; así también se espera contar con personal profesional en manejo y custodia de documentos.
- **Enfoque al cliente.-** Se contará con un sistema de CRM (*Customer Relationship Management*), donde se establezcan relaciones estables y duraderas con los clientes, buscando siempre dar respuestas eficientes frente a sus necesidades.

Debilidades

- **Falta de reconocimiento.-** Al ser una empresa nueva, no se cuenta con el reconocimiento en el mercado, por lo que se requiere invertir en comunicación para dar a conocer el servicio.
- **Baja cartera de clientes.-** Debido a que la empresa será de reciente creación se deberá considerar que muchos clientes prefieren empresas reconocidas y con una amplia trayectoria, por lo que al inicio se tendrá que asumir unos pocos usuarios, sin embargo se espera principalmente que los clientes satisfechos realicen recomendaciones del servicio, lo que permita el crecimiento constante del negocio.

Oportunidades

- **Disposiciones y reglamentaciones legales.-** Las resoluciones estatales emitidas sobre la obligación de conservación de archivos, constituye una oportunidad de negocio en crecimiento para todas las empresas que deben cumplir con estas disposiciones.
- **Tendencia a la tecnología.-** Aunque en el país siempre ha existido cierto rechazo, en los directivos, frente al uso de tecnologías en algunos procesos, sobretodo en manejo de información, en la actualidad se ha descubierto la facilidad y eficiencia que traen a muchos procedimientos; por lo que cada vez son más las empresas que deciden invertir en la incorporación de tecnología que mejoren su oferta de bienes y servicios.
- **Elevados costos de almacenamiento.-** Cada empresa debe disponer de espacio físico y digital para cumplir con las disposiciones legales de conservación de archivos, sin embargo esto representa altos costos por la gran cantidad de información que se generan diariamente, sobretodo de las grandes empresas, por lo que se busca reducir estos valores al contratar el servicio independientemente.

Amenazas

- **Recelo sobre manejo externo de información.-** Existe una importante cautela de los directivos en cuanto al manejo externo de la información, ya que expresan mucha desconfianza con respecto a la seguridad y confidencialidad de los documentos, por lo que muchas veces prefieren incurrir en gastos propios.
- **Falta de conocimiento del servicio.-** Muchos directivos y colaboradores desconocen que se puede contratar externamente un servicio de gestión

documental, por lo que no sólo habría que dar a conocer la empresa, sino también sobre lo que involucra el servicio.

4.1.2. Análisis de Igor Ansoff

Previo a la planificación estratégica, se sugiere un análisis según las matrices propuestas por Igor Ansoff de producto/mercado y de marcas, para conocer específicamente el terreno en el cual se encuentra el negocio y tomar las mejores decisiones.

Matriz de producto/mercado

		PRODUCTO	
		Actuales	Nuevos
MERCADOS	Actuales	Penetración de mercado	Lanzamiento de nuevos productos
	Nuevos	Desarrollo de mercado	Diversificación

El servicio a ofertar ya existe en un mercado existente, por lo que la empresa debe realizar estrategias de penetración de mercado.

Matriz de marca

		PRODUCTO	
		Existente	Nuevo
MARCA	Existente	Extensión de línea	Extensión de marca
	Nueva	Protección de productos de amenaza de competidores	Marca y producto nuevo

Al tratarse de una nueva empresa con una nueva marca de un servicio existente, se debe buscar protegerla de nuevos competidores que entren al mercado.

4.2. Planteamiento de objetivos

Objetivos generales

- Alcanzar una cuota de mercado representativa de la ciudad de Guayaquil, ofreciendo un servicio integral para la gestión documental, especializado en respuestas innovadoras y eficientes para cada cliente.
- Lograr posicionamiento de la marca en la ciudad y en el país, ganando cada vez más reconocimiento, mediante un sistema de relación con el cliente.
- Ganar fidelidad de los clientes, al ofrecer un servicio diferenciado en atención al cliente con estrategias de mercadeo directo, logrando su preferencia en todos los servicios.

Objetivos específicos.

- Alcanzar una cuota del 15% del mercado objetivo de la ciudad de Guayaquil, comunicando la característica diferenciadora de la empresa al ofrecer un servicio integral y especializado logrando la satisfacción del cliente mediante el cual se pueda realizar campañas de boca en boca.
- Posicionarse en el mercado guayaquileño y del país, como una empresa especializada e innovadora que brinda respuestas rápidas y eficientes a las necesidades de sus clientes, a través de un equipo versado que establezca relaciones confiables a largo plazo.
- Comunicar y difundir la marca y los servicios de la empresa, así como su ventaja competitiva, mediante mercadeo directo y publicidad en prensa digital.

4.3. Segmentación del mercado objetivo

El mercado al cual la empresa se dirigirá será a pequeñas, medianas y grandes empresas, nacionales y extranjeras que aún no cuenten con un servicio externo de gestión documental y las que cuenten parcialmente con este servicio en la ciudad de Guayaquil. Las características específicas corresponden a los siguientes aspectos:

- **Segmentación demográfica**

Se busca generalmente obtener reconocimiento de todas los negocios, ya sea de nuevos emprendimientos o de grandes empresas con vasta trayectoria. El

objetivo del servicio es hacerlo alcanzable para todos y comunicar su importancia en cualquier compañía que les permita iniciar de manera reglamentaria y organizada con la gestión de la información, o reducir costos de almacenamiento y administración.

- **Segmentación psicográfica**

A pesar que se espera tener reconocimiento por las empresas situadas en la ciudad de Guayaquil, vale la pena considerar que existe, de manera general, directivos o representantes que presentan desconfianza frente al manejo externo de documentos o que desestiman la contribución de la tecnología en el mejoramiento de procesos y reducción de costes; por lo que se buscará principalmente presentarse a dirigentes con interés en la innovación, mejora continua y con disposición de realizar inversiones en tecnología.

4.4. Estrategias de posicionamiento

- **Estrategia en la fase de introducción: Estrategia de penetración lenta.-**

Sugiere un bajo precio y baja promoción, un bajo precio porque se pretende presentar el servicio asequible para todos, y debido a que la empresa ha priorizado la inversión en tecnología e infraestructura, no se plantea una inversión agresiva en publicidad, sino, se espera primordialmente que los clientes recomienden y comenten positivamente acerca del servicio.

- **Estrategia de posicionamiento: Estrategia basada en los atributos del servicio.-**

Se enfoca en comunicar y difundir la característica distintiva del servicio que lo diferencia de la competencia, que es un servicio integral en la administración de información con el uso de tecnologías que permitan un resguardo seguro y procesos eficientes y especializados.

- **Estrategia de posicionamiento: Estrategia basada en los beneficios del producto.-**

Comunicando los beneficios que representa para el cliente la adquisición del servicio, resaltando su comodidad, confianza en el manejo de la información y soluciones específicas a sus necesidades.

4.5. Planteamiento de estrategias

- **Estrategia defensiva**

La estrategia defensiva busca, de manera primordial, mantener los clientes que la empresa pueda ganar al inicio y a lo largo del tiempo, mediante campañas de fidelización, por lo que se buscará:

*Brindar asesoría y servicio especializado a cada cliente, contando con personal especializado.

*Fortalecer la lealtad del cliente, ofreciendo descuentos por adquisición de mayores servicios o por el servicio completo, o por otros conceptos que temporalidad, como forma de incentivar y lograr la preferencia del usuario.

- **Estrategia colateral**

Se enfoca en apoyar las ventas del servicio para que el trabajo de los vendedores sea más eficiente como:

*Creación de una página web y redes sociales donde se pueda establecer una relación directa con el cliente, además de folletos informativos cuando los vendedores realicen visitas a potenciales clientes.

4.6. Marketing mix

Tradicionalmente el marketing mix se resume en una planificación de las llamadas 4 p, sin embargo, en la actualidad este enfoque ha cambiado desde la perspectiva de los beneficios para la empresa, a los beneficios que representa para el cliente, convirtiéndose así en las 4 c, que corresponden a otros conceptos en los que se traduce cada variable como se describe a continuación.

4.6.1. *Producto.- Consumidor satisfecho*

Descripción del servicio

La empresa ofrecerá servicios relacionados a todo el proceso de gestión documental de los diferentes negocios, brindando atención especializada y soluciones eficientes a las necesidades identificadas para cada usuario. Los servicios que ofrecerá son:

- Consultoría documental
- Digitalización de documentos
- Almacenamiento y custodia de archivos físicos
- Almacenamiento y custodia de archivos digitales
- Software de gestión de información personalizado
- Administración documental electrónica

- Reciclaje y destrucción de archivos
- Desarrollo de aplicaciones relacionadas a la administración de documentos

Propuesta de valor

Los beneficios que se espera brinden al cliente, se presentan esencialmente por la comodidad de que, si se desea integran en el negocio todos los procesos de gestión documental, pueda hacerlo con una sola empresa, además de ofrecer un servicio especializado, al contar con personal que pueda desarrollar, modificar y adaptar sistemas y aplicaciones que respondan eficientemente a cada solicitud que realice el cliente. No obstante, si el consumidor desea sólo un servicio, quizá, en un solo departamento, igualmente se entregará la misma propuesta especializada.

Al entregar un servicio de calidad que represente valor para el cliente, se tendrá consumidores satisfechos que puedan ser los principales embajadores de la empresa atrayendo más clientes.

Presentación de la empresa

Razón social: DocuStock S.A.

Nombre comercial: DocuStock

Frase comercial: Gestión integral documental

Marca:



DocuStock

4.6.2. Precio.- Costo a satisfacer

El precio final depende en gran medida de los servicios que contrate el cliente, la cantidad de información que se tenga que procesar y el tiempo por el que se quiera el proyecto. La combinación de estas situaciones permitirá realizar una proyección

de costos y ofrecer descuentos o promociones, no obstante, se presenta los precios estándares de los servicios que se encuentran en los parámetros del mercado.

- Consultoría documental.- La consultoría se realiza de manera gratuita, una vez que exista el interés de parte del usuario por adquirir algún o algunos servicios.
- Digitalización de documentos.- El costo por digitalizar una hoja, es decir las dos carillas, es de 0.10 centavos, sin embargo, este valor varía por la cantidad de información que se quiera procesar llegando a costar 0.01 centavos por hoja.
- Almacenamiento de archivos físicos.- El costo por almacenar archivos físicos se presupuesta en 0.04 centavos por hoja, valor que se cobrará mensualmente.
- Almacenamiento de archivos digitales.- El costo por el almacenamiento digital es de 0.01 centavos por documento, valor que se cobrará mensualmente.
- Software de gestión de información.- El costo del software que se desarrolle para el cliente dependerá de las especificaciones que tenga, y si desea que la empresa lo maneje o se capacitará a su personal para administrarlo.

Los demás servicios dependerán de los recursos que se necesiten utilizar, cuyos valores se conocerán luego de realizar el respectivo presupuesto. Se espera que la atención brindada supere las expectativas del usuario de manera que está dispuesto a pagar por los valores presentados.

4.6.3. Plaza.- Comodidad del cliente

Canales.- Niveles de intermediación con los clientes y proveedores

Para la entrega del servicio no existirán intermediarios, sino una relación directa con los clientes y también con los proveedores. Los proveedores se seleccionaran primeramente por la disponibilidad de insumos que tengan y que sean nacionales, en caso de que no tuvieren los recursos necesarios se realizará un contacto directo con fabricantes extranjeros y se comprarán los bienes mediante importación. Sean nacionales o extranjeros los proveedores son una base importante para la entrega de un buen servicio, por lo que para fomentar y mantener una buena relación con ellos, se establecerán las siguientes directrices:

- Realizar a tiempo los pagos acordados.

- Realizar los pedidos oportunamente considerando los tiempos de despacho.
- Cumplir con las cláusulas contractuales convenidas por ambas partes.
- Establecer estándares de calidad para los insumos que se comprarán.

De igual manera las relaciones con los clientes serán directas por lo que se disponen de las siguientes orientaciones para brindar un servicio de calidad:

- Responder oportunamente a todas las inquietudes que se presenten.
- Dialogar con el cliente honestamente y aclarando toda duda antes de firmar un contrato.
- Cumplir con los plazos establecidos para los trabajos.
- Brindar respuestas y soluciones rápidas y efectivas a las solicitudes que realicen.
- Desarrollar y mantener estándares de calidad, que aun mejoren, a lo largo de todo el servicio brindado.
- Disponer de canales de comunicación directa para atención inmediata y en todo momento.

4.6.4. Promoción.- Comunicación

Como se ha mencionado previamente, se ha dado predominio a la inversión en insumos e infraestructura, por lo que, como estrategia de comunicación no se considerará el tipo de publicidad ATL, es decir, las de mayor coste, sino que se dispondrán de otras estrategias promocionales.

Promoción

El objetivo de la promoción es estimular el interés de los directivos en la adquisición del servicio, dándoles a conocer los beneficios y su importancia, logrando un acuerdo contractual. Los instrumentos que se utilizarán serán:

- **Descuentos.-** Por contratar mayor cantidad de servicios o por la cantidad de información que se tenga que procesar.
- **Regalos publicitarios.-** Como estrategia en la fase de introducción del servicio, se obsequiará una pluma con el logo de la empresa, a los usuarios que contraten algún o algunos de los servicios.
- **Premios a la fidelidad.-** A los clientes que hayan adquirido algún o algunos servicios y a partir de eso incorporen otro servicio, se les ofrecerá facilidades

de pagos, asimismo a los clientes que renueven constantemente el tiempo de almacenamiento de sus documentos.

Relaciones públicas

La función de las relaciones públicas será crear la imagen de la compañía, logrando una mayor recordación y posicionamiento en el mercado, así como también dar a conocer los servicios y despertar el interés en el público objetivo. Los instrumentos que se utilizarán serán:

- **Eventos.-** Se establecerán alianzas con instituciones que realicen conferencias, reuniones, etc. que involucren la presencia de jefes o directivos de empresas, con el propósito de dar a conocer la compañía y sus servicios.
- **Redes sociales.-** Como herramienta principal de comunicación directa con personas y empresas.

Mercadeo directo

El objetivo es lograr una comunicación directa con los potenciales clientes, dando a conocer los beneficios de los servicios que se ofrecen. Los medios que se utilizarán serán no impresos, los cuales son:

- **Mailing.-** Corresponde al envío mediante correo electrónico, a posibles usuarios, de folletos y catálogos electrónicos con información que atraiga su atención.
- **E-marketing.-** Mediante la creación de una página web, en la cual se tendrá la opción de contacto, donde se comunicarán directamente con el personal de atención al cliente, además se dispondrá de las redes sociales, Twitter e Instagram, considerando que son las más populares para los negocios e instituciones. La página web mostrará también toda la información y detalle de la compañía y de los servicios.

Ventas personales

Se contará con un equipo comercial que realice visita a empresas y establezca relaciones con ellos, para lo cual se deberá considerar con una planificación de metas, objetivos de ventas y cobertura, capacitación permanente y la implantación de incentivos y bonificaciones.

4.6.5. Personas

Las personas constituyen un pilar fundamental para la percepción de un buen servicio en el cliente por lo que se debe contar con personal capacitado principalmente en atención al cliente y que cumpla con los requisitos establecidos en los lineamientos de descripción de funciones. Igualmente el personal debe guardar una adecuada presencia, modales y comportamiento.

4.6.6. Procesos

Al existir varios servicios y una atención especializada no se podrían generar procesos estandarizados, sin embargo se expone el esquema general de un primer contacto donde interviene el personal de la compañía.



Figura 32. Esquema del proceso de contacto inicial con el cliente.
Elaborado por: Christian Moncayo.

La figura muestra las acciones que se dan en la interacción entre el cliente y el personal de la empresa cuando se establece un primer contacto, en la situación de que un potencial cliente visite las instalaciones de la empresa. El esquema evidencia los aspectos físicos que influyen en el proceso y las funciones que realiza el personal que está en primer contacto con el cliente.

4.6.7. Evidencia física

La evidencia física se relaciona a todo el entorno que afecta los sentidos de la vista, olfato y oído del usuario, que interfiere o afecta su decisión de compra. Las variables a tener en cuenta son:

- **Infraestructura y ambientación de la empresa.-** Si los potenciales clientes se reciben en la empresa, es necesario considerar la decoración y el diseño de interiores, ya que el ofrecer un ambiente agradable que proyecte la imagen de seguridad y confianza será beneficioso para la compañía. Se deben cuidar igualmente la limpieza y orden del lugar, ya que al no disponer de un lugar adecuado traerá recelo en los visitantes.
- **Imagen del personal.-** El personal que trabaja en la compañía debe vestir un uniforme, que proyecte homogeneidad y armonía en la organización empresarial, sobre todo para el personal de atención al cliente, se requiere que tengan buena presencia.
- **Luminosidad.-** Se espera que exista iluminación natural y luz blanca fuerte que no sea intensa, sino que esclarezca todo el lugar.
- **Distribución del espacio y decoración.-** La distribución de las oficinas deberá brindar un aspecto de orden y adecuada organización de espacios contando con área de recepción y espera. La decoración deberá brindar calidez pero a la vez seriedad jugando con los colores institucionales y contar con mobiliario confortable y suficiente para los usuarios que se acerquen a la oficina. De igual forma se debe cuidar de los olores que se puedan presentar y de los ruidos o sonidos, no se debe permitir el volumen alto de música, o de parlantes, y evitar las llamadas o conversaciones personales o telefónicas a gritos.
- **Materiales de oficina.-** Tendrá suficiente suministro de papelería, bolígrafos y demás insumos que se necesiten al realizar contratos o al recibir y dar información, se dispondrá preferiblemente de materiales grabados con el logo empresarial.

CAPÍTULO V

FACTIBILIDAD DEL PROYECTO

Este último capítulo pretende determinar la factibilidad del presente proyecto de tres formas: (a) factibilidad financiera, (b) factibilidad económica y (c) factibilidad técnica.

5.1. Factibilidad Financiera

En esta sección se analiza la factibilidad financiera del estudio, es decir los ingresos esperados y la rentabilidad proyectada del negocio. Para ello, esta sección ha sido estructurada en ocho partes: (a) inversión inicial, (b) costos fijos, (c) gastos fijos, (d) depreciación, (e) financiamiento, (f) proyección de la demanda, (g) proyección de estados financieros y (h) viabilidad financiera.

5.1.1. Inversión Inicial

La inversión inicial consiste en el desembolso de dinero en el período cero del proyecto para garantizar la puesta en marcha y el funcionamiento del negocio. La tabla 17 exhibe la inversión en terreno e instalaciones donde se constituirá la empresa. Este tiene un costo aproximado de USD 60.000.

Tabla 17. *Inversión en terrenos*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Adquisición de terreno e instalaciones	1	\$60.000,00	\$60.000,00
Total			\$60.000,00

Elaborado por: Christian Moncayo.

Además de la inversión en terreno e instalaciones, el proyecto también requiere de la adquisición de bienes tangibles e intangibles. En primer lugar, se encuentran los equipos de cómputo, cuyo valor asciende a USD 27.500,00. Dentro de este monto se contempla la adquisición de servidores, UPS, rack y switch como infraestructura tecnológica para el desarrollo de servicios de soluciones de este tipo.

Se ha considerado también la inversión en bienes intangibles, que asciende a un valor de USD 127.200,00. Este monto incluye aspectos como la adquisición de un dominio y el desarrollo de página web, gastos de constitución del negocio y temas de publicidad y promoción. Por otro lado, se incluyen plataformas virtuales como el

Visual Team Foundation y el Visual.net donde se desarrollará la arquitectura y el diseño del software de gestión documental. El software también requiere de herramientas como el SQL server para el manejo y análisis de bases de datos. Por último, se encuentra el paquete de licencias de Windows, Office y antivirus.

Otro componente de la inversión corresponde a los muebles y enseres, cuyo monto es de USD 1.895,00 e incluye la adquisición de escritorios, sillas, archivadores y cajas. Un vehículo camión Hyundai Hd 65 valorado en USD 30.990,00 y finalmente, la inversión en otros equipos que incluye telefonía celular y fija y aires acondicionados con un monto de USD 1.720,00. El monto total de inversión en activos tangibles e intangibles es de USD 189.305,00. Sumando este valor más la inversión en terreno e instalaciones, el proyecto presenta una inversión inicial total de USD 249.305,00.

Tabla 18. *Inversión en bienes tangibles e intangibles*

Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
<i>Equipos de Cómputo</i>			<i>\$27 500.00</i>
Computadora	6	\$300.00	\$1 800.00
Portátiles	7	\$500.00	\$3 500.00
Impresora-Fotocopiadora	2	\$750.00	\$1 500.00
UPS	1	\$3 500.00	\$3 500.00
Servidores	2	\$8 000.00	\$16 000.00
Rack	1	\$800.00	\$800.00
Switch	1	\$400.00	\$400.00
<i>Inversión bienes intangibles</i>			<i>\$127 200.00</i>
Página web / dominio	1	\$500.00	\$500.00
Gastos de constitución	1	\$1 000.00	\$1 000.00
Publicidad y promoción	1	\$2 000.00	\$2 000.00
Visual team foundation	1	\$80 000.00	\$80 000.00
Visual.net	1	\$20 000.00	\$20 000.00
SQL Server	1	\$10 000.00	\$10 000.00
Windows	11	\$900.00	\$9 900.00
Office	11	\$300.00	\$3 300.00
Antivirus	1	\$500.00	\$500.00
<i>Muebles y enseres</i>			<i>\$1 895.00</i>
Escritorio	4	\$90.00	\$360.00
Silla de ejecutivo	1	\$75.00	\$75.00
Silla giratoria	8	\$50.00	\$400.00
Archivador	2	\$80.00	\$160.00
Cajas	100	\$9.00	\$900.00
<i>Vehículo</i>			<i>\$30 990.00</i>
Camión Hyundai Hd 65	1	\$30 990.00	\$30 990.00
<i>Otros equipos</i>			<i>\$1 720.00</i>
Teléfono fijo	4	\$30.00	\$120.00
Teléfono celular	2	\$300.00	\$600.00
Aire acondicionado	2	\$500.00	\$1 000.00
<i>Total general</i>			<i>\$189 305.00</i>

5.1.2. Costos Fijos

Los costos fijos del proyecto se han dividido de la siguiente forma: (a) mano de obra y (b) materiales directos del servicio. La tabla 19 resume los costos por concepto de mano de obra, mientras que la tabla 20 resume los costos por materiales directos relacionados con el servicio.

Con respecto a la mano de obra, los montos han sido distribuidos de acuerdo al tipo de costo. En este sentido, el sueldo del gerente general, contador, recepcionista, asistente de recursos humanos, chofer y conserje corresponden a mano de obra administrativa, con un monto anual total de USD 66.079,79. Como mano de obra en términos de gastos de comercialización se encuentra el sueldo del Jefe Comercial y el vendedor, con un valor anual total de USD 24.529,00.

Por último, la mano de obra relacionada al servicio se ha incluido como costo de venta. En este monto se ubicaron los sueldos de: (a) un desarrollador, encargado del diseño y arquitectura del software de gestión documental, (b) un Coordinador de operaciones, con la experiencia en el diseño de software de gestión documental y la adaptación a los requerimientos del cliente, (c) un asistente técnico para brindar soporte y garantice el funcionamiento de los equipos (d) dos digitalizadores-custodios que ejecutaran la digitación de los datos de los documentos, rotulación y conservación de los documentos (e) un especialista de infraestructura que analizará la infraestructura óptima necesaria para el funcionamiento del software y (f) un desarrollador junior, que realizará el acompañamiento en la implementación del servicio en todas sus fases. El monto de estos costos de venta por mano de obra anual total es de USD 83.475,80.

Con respecto a los costos por concepto de materiales directos relacionados con el servicio se ha considerado la adquisición de un servidor, un switch y un UPS. Estos montos serán incluidos como costos de venta y se originarán únicamente a partir de una venta concretada. El monto de estos costos de venta por servicio es de USD 4.400,00.

Tabla 19. *Mano de obra*

Cargo	Cantidad	Sueldo fijo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Fondo de reserva	Aporte patronal	Vacaciones	Total Unitario	Total Mensual	Total Anual
<i>Administrativo</i>									\$5 506.65	\$66 079.79
Gerente General	1	\$1 400.00	\$116.67	\$32.17	\$116.67	\$156.10	\$58.33	\$1 879.93	\$1 879.93	\$22 559.20
Contador	1	\$900.00	\$75.00	\$32.17	\$75.00	\$100.35	\$37.50	\$1 220.02	\$1 220.02	\$14 640.20
Recepcionista	1	\$400.00	\$33.33	\$32.17	\$33.33	\$44.60	\$16.67	\$560.10	\$560.10	\$6 721.20
Chofer	1	\$386.00	\$32.17	\$32.17	\$32.17	\$43.04	\$16.08	\$541.62	\$541.62	\$6 499.47
Asistente de Recursos humanos	1	\$550.00	\$45.83	\$32.17	\$45.83	\$61.33	\$22.92	\$758.08	\$758.08	\$9 096.90
Conserje	1	\$390.00	\$32.50	\$32.17	\$32.50	\$43.49	\$16.25	\$546.90	\$546.90	\$6 562.82
<i>Ventas</i>									\$2 044.08	\$24 529.00
<i>Jefe Comercial</i>	1	\$ 1 000.00	\$83.33	\$32.17	\$83.33	\$111.50	\$41.67	\$1 352.00	\$1 352.00	\$16 224.00
Ejecutivo Comercial	1	\$500.00	\$41.67	\$32.17	\$41.67	\$55.75	\$20.83	\$692.08	\$692.08	\$8 305.00
<i>Servicio</i>									\$ 6 956.32	\$83 475.80
Desarrollador	1	\$800.00	\$66.67	\$32.17	\$66.67	\$89.20	\$33.33	\$1 088.03	\$1 088.03	\$13 056.40
Coordinador de Operaciones	1	\$1 200.00	\$100.00	\$32.17	\$100.00	\$133.80	\$50.00	\$1 615.97	\$1 615.97	\$19 391.60
Asistente Técnico	1	\$600.00	\$50.00	\$32.17	\$50.00	\$66.90	\$25.00	\$824.07	\$824.07	\$9 888.80
Digitalizador y custodios.	2	\$450.00	\$37.50	\$32.17	\$37.50	\$50.18	\$18.75	\$626.09	\$1 252.18	\$15 026.20
Especialista de infraestructura	1	\$1 000.00	\$83.33	\$32.17	\$83.33	\$111.50	\$41.67	\$1 352.00	\$1 352.00	\$16 224.00
Desarrollador Jr.	1	\$600.00	\$50.00	\$32.17	\$50.00	\$66.90	\$25.00	\$824.07	\$824.07	\$9 888.80
<i>Total Mano de Obra</i>									\$14 507.05	\$174 084.59

Elaborado por: Christian Moncayo

Tabla 20. *Materiales directos por servicio vendido*

Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Servidor	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Switch	1	\$400,00	\$400,00
UPS	1	\$2.000,00	\$2.000,00
Total			\$4.400,00

Elaborado por: Christian Moncayo

5.1.3. Gastos fijos

Los gastos fijos del proyecto hacen referencia a los montos que se deben desembolsar por el giro propio del negocio. Estos fueron distribuidos también de acuerdo a su origen de tipo administrativo y de comercialización. Los gastos fijos administrativos incluyen el consumo de agua, energía eléctrica, telefonía celular y fija e internet de alta capacidad. El monto anual total es de USD 3.720,00.

Por otro lado, se encuentran los gastos fijos de comercialización que incluyen los gastos por concepto de medios publicitarios, redes sociales y movilización. El monto total de gastos fijos de comercialización asciende a un valor anual total de USD 9.240,00.

Tabla 21. *Gastos fijos del negocio*

Descripción	Valor mensual	Valor anual
<i>Administrativos</i>		<i>\$3.720,00</i>
Agua	\$50,00	\$600,00
Energía Eléctrica	\$150,00	\$1.800,00
Telefonía Celular y fija	\$50,00	\$600,00
Internet	\$60,00	\$720,00
<i>Ventas</i>		<i>\$5.520,00</i>
Medios publicitarios	\$300,00	\$3.600,00
Redes sociales	\$100,00	\$1.200,00
Movilización	\$60,00	\$720,00
Total gastos fijos		\$9.240,00

Elaborado por: Christian Moncayo

5.1.4. Depreciación

La tabla 22 reporta los gastos por concepto de depreciación. De acuerdo a los cuadros de inversiones, específicamente de activos fijos, se ha establecido el porcentaje de depreciación anual por cada tipo de activo. Por tanto, el valor anual de depreciación es de USD 18.126,17.

Tabla 22. *Gastos de depreciación*

Descripción	Inversión	Vida útil	% depreciación	Valor anual
Edificios	\$60 000.00	25	4.00%	\$2 400.00
Muebles y enseres	\$1 895.00	10	10.00%	\$189.50
Equipos de computación	\$27 500.00	3	33.33%	\$9 166.67
Vehículo	\$30 990.00	5	20.00%	\$6 198.00
Otros equipos	\$1 720.00	10	10.00%	\$172.00
Total depreciación				\$18 126.17

Elaborado por: Christian Moncayo

5.1.5. Financiamiento

Usualmente se busca diversas fuentes de financiamiento cuando se emprende un nuevo proyecto, especialmente en proyectos que requieren montos considerables de inversión. De modo general, estos financiamientos se obtienen por medio de entidades financieras bajo la forma de un préstamo.

Para este caso en particular, existen dos fuentes de financiamiento: (a) préstamo con entidad bancaria y (b) capital propio. El préstamo corresponde al 60% de la inversión total, mientras que el capital propio corresponde al 40% restante del monto de inversión. La tabla 23 resume los valores por fuente de financiamiento.

Tabla 23. *Fuentes de financiamiento del proyecto*

Descripción	Monto	%
Inversión Total	\$249 305.00	100%
Préstamo	\$149 583.00	60.00%
Capital Propio	\$99 722.00	40.00%

Elaborado por: Christian Moncayo.

A partir de estos antecedentes, la tabla de amortización de la deuda fue generada, que incluye el valor del dividendo a pagar mensualmente, el interés mensual generado y el abono al capital.

Se consideró un monto de USD 149.583 de capital, con una tasa de interés de 7,5% referencial del Banco Central del Ecuador y a un plazo de cinco años que dura el horizonte de análisis del presente proyecto. La tabla 24 exhibe la tabla de amortización de la deuda. Se puede apreciar así que el interés generado durante los cinco años de la deuda es de USD 30.257,19.

Tabla 24. *Amortización de la deuda*

Datos		Valor					
Monto		\$149 583.00					
Tasa de interés		7.50%					
Plazo (años)		5					
Periodicidad		12					
Meses	Dividendos	Interés mensual	Pago a capital mensual	Capital acumulado	Capital pendiente	Interés anual	Pago a capital anual
0					\$149 583.00		
1	\$2 997.34	\$934.89	\$2 062.44	\$2 062.44	\$147 520.56		
2	\$2 997.34	\$922.00	\$2 075.33	\$4 137.78	\$145 445.22		
3	\$2 997.34	\$909.03	\$2 088.30	\$6 226.08	\$143 356.92		
4	\$2 997.34	\$895.98	\$2 101.36	\$8 327.44	\$141 255.56		
5	\$2 997.34	\$882.85	\$2 114.49	\$10 441.92	\$139 141.08		
6	\$2 997.34	\$869.63	\$2 127.70	\$12 569.63	\$137 013.37		
7	\$2 997.34	\$856.33	\$2 141.00	\$14 710.63	\$134 872.37		
8	\$2 997.34	\$842.95	\$2 154.38	\$16 865.02	\$132 717.98		
9	\$2 997.34	\$829.49	\$2 167.85	\$19 032.87	\$130 550.13		
10	\$2 997.34	\$815.94	\$2 181.40	\$21 214.26	\$128 368.74		
11	\$2 997.34	\$802.30	\$2 195.03	\$23 409.30	\$126 173.70		
12	\$2 997.34	\$788.59	\$2 208.75	\$25 618.05	\$123 964.95	\$10 349.99	\$25 618.05
13	\$2 997.34	\$774.78	\$2 222.56	\$27 840.60	\$121 742.40		
14	\$2 997.34	\$760.89	\$2 236.45	\$30 077.05	\$119 505.95		
15	\$2 997.34	\$746.91	\$2 250.42	\$32 327.47	\$117 255.53		
16	\$2 997.34	\$732.85	\$2 264.49	\$34 591.96	\$114 991.04		
17	\$2 997.34	\$718.69	\$2 278.64	\$36 870.60	\$112 712.40		
18	\$2 997.34	\$704.45	\$2 292.88	\$39 163.49	\$110 419.51		
19	\$2 997.34	\$690.12	\$2 307.21	\$41 470.70	\$108 112.30		
20	\$2 997.34	\$675.70	\$2 321.63	\$43 792.34	\$105 790.66		
21	\$2 997.34	\$661.19	\$2 336.14	\$46 128.48	\$103 454.52		
22	\$2 997.34	\$646.59	\$2 350.75	\$48 479.23	\$101 103.77		
23	\$2 997.34	\$631.90	\$2 365.44	\$50 844.67	\$98 738.33		
24	\$2 997.34	\$617.11	\$2 380.22	\$53 224.89	\$96 358.11	\$8 361.20	\$27 606.84
25	\$2 997.34	\$602.24	\$2 395.10	\$55 619.99	\$93 963.01		
26	\$2 997.34	\$587.27	\$2 410.07	\$58 030.05	\$91 552.95		
27	\$2 997.34	\$572.21	\$2 425.13	\$60 455.18	\$89 127.82		
28	\$2 997.34	\$557.05	\$2 440.29	\$62 895.47	\$86 687.53		
29	\$2 997.34	\$541.80	\$2 455.54	\$65 351.01	\$84 231.99		
30	\$2 997.34	\$526.45	\$2 470.89	\$67 821.90	\$81 761.10		
31	\$2 997.34	\$511.01	\$2 486.33	\$70 308.23	\$79 274.77		
32	\$2 997.34	\$495.47	\$2 501.87	\$72 810.10	\$76 772.90		
33	\$2 997.34	\$479.83	\$2 517.51	\$75 327.60	\$74 255.40		

34	\$2 997.34	\$464.10	\$2 533.24	\$77 860.84	\$71 722.16		
35	\$2 997.34	\$448.26	\$2 549.07	\$80 409.92	\$69 173.08		
36	\$2 997.34	\$432.33	\$2 565.00	\$82 974.92	\$66 608.08	\$6 218.01	\$29 750.03
37	\$2 997.34	\$416.30	\$2 581.04	\$85 555.96	\$64 027.04		
38	\$2 997.34	\$400.17	\$2 597.17	\$88 153.12	\$61 429.88		
39	\$2 997.34	\$383.94	\$2 613.40	\$90 766.52	\$58 816.48		
40	\$2 997.34	\$367.60	\$2 629.73	\$93 396.26	\$56 186.74		
41	\$2 997.34	\$351.17	\$2 646.17	\$96 042.43	\$53 540.57		
42	\$2 997.34	\$334.63	\$2 662.71	\$98 705.13	\$50 877.87		
43	\$2 997.34	\$317.99	\$2 679.35	\$101 384.48	\$48 198.52		
44	\$2 997.34	\$301.24	\$2 696.10	\$104 080.58	\$45 502.42		
45	\$2 997.34	\$284.39	\$2 712.95	\$106 793.53	\$42 789.47		
46	\$2 997.34	\$267.43	\$2 729.90	\$109 523.43	\$40 059.57		
47	\$2 997.34	\$250.37	\$2 746.96	\$112 270.39	\$37 312.61		
48	\$2 997.34	\$233.20	\$2 764.13	\$115 034.52	\$34 548.48	\$3 908.43	\$32 059.60
49	\$2 997.34	\$215.93	\$2 781.41	\$117 815.93	\$31 767.07		
50	\$2 997.34	\$198.54	\$2 798.79	\$120 614.73	\$28 968.27		
51	\$2 997.34	\$181.05	\$2 816.28	\$123 431.01	\$26 151.99		
52	\$2 997.34	\$163.45	\$2 833.89	\$126 264.90	\$23 318.10		
53	\$2 997.34	\$145.74	\$2 851.60	\$129 116.50	\$20 466.50		
54	\$2 997.34	\$127.92	\$2 869.42	\$131 985.92	\$17 597.08		
55	\$2 997.34	\$109.98	\$2 887.35	\$134 873.27	\$14 709.73		
56	\$2 997.34	\$91.94	\$2 905.40	\$137 778.67	\$11 804.33		
57	\$2 997.34	\$73.78	\$2 923.56	\$140 702.23	\$8 880.77		
58	\$2 997.34	\$55.50	\$2 941.83	\$143 644.06	\$5 938.94		
59	\$2 997.34	\$37.12	\$2 960.22	\$146 604.28	\$2 978.72		
60	\$2 997.34	\$18.62	\$2 978.72	\$149 583.00	\$0.00	\$1 419.56	\$34 548.48

Elaborado por: Christian Moncayo

5.1.6. Proyección de la demanda

Este apartado explica la proyección de ventas que se prevé para los próximos cinco años del presente proyecto. De acuerdo al análisis de mercado, existe una demanda de aproximadamente el 41,95% del total de gerentes encuestados de la provincia del Guayas, es decir un total de 159 empresas. Por otro lado, la implementación de este tipo de servicios requiere de un tiempo que oscila entre tres semanas y dos meses, por lo que la capacidad para brindar este servicio en el mercado es limitada.

En primer lugar, es importante acotar que la puesta en marcha más el desarrollo del software de gestión documental tomará un tiempo aproximado de seis meses. Posterior a ello, el proyecto puede ser comercializado, sin embargo, se ha considerado un total de dos proyectos de gestión documental por mes. De esta forma, el 2018 se prevé la venta del servicio a 12 empresas y 24 empresas para el 2019.

Para los siguientes años, se proyecta un aumento aproximado del 10% de los clientes anual. Es importante además destacar que la suma de los clientes proyectados para los cinco años de análisis da un total de 158 empresas, una menos que las 159 empresas de la muestra que potencialmente adquirirían este tipo de soluciones.

Tabla 25. *Proyección de la demanda*

Años	N	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Clientes	159	12	24	26	29	32	35	158

Elaborado por: Christian Moncayo.

5.1.7. Proyección de Estados Financieros

Continuando con el análisis, se procedió a calcular los montos de ingresos anuales, considerando un precio de venta unitario por proyecto de USD 17.000,00. A diferencia de otros softwares que se encuentran en internet con precios mensuales, la idea central del negocio es la instalación de la infraestructura y la adecuación del software al giro del negocio del cliente. Por lo tanto, se cobrará un solo valor, sin ataduras de pagos mensuales y con facilidades de pago. El valor de USD 17.000 es un precio referencial, puesto que la cifra puede estar sujeta a cambios dependiendo de la dimensión del proyecto. Se espera así que el año cero de puesta en marcha del negocio genere USD 204.000,00 de ingresos.

El panel financiero incluye un análisis del estado de pérdidas y ganancias en un horizonte de cinco años. Es importante acotar que los costos y gastos se proyectaron mediante una tasa de inflación de 0,53%, de acuerdo a información proporcionada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 26. *Proyección del estado de pérdidas y ganancias.*

Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Número de clientes	12	24	26	29	32	35
Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1. Ingresos	\$204.000,00	\$408.000,00	\$442.000,00	\$493.000,00	\$544.000,00	\$595.000,00
2. Costo de Venta	\$136.275,80	\$190.069,77	\$198.916,03	\$212.185,43	\$225.454,82	\$238.724,21
3. Utilidad Bruta (1-2)		\$217.930,23	\$243.083,97	\$280.814,57	\$318.545,18	\$356.275,79
(-) Gastos de ventas	\$15.024,50	\$30.206,97	\$30.365,77	\$30.525,40	\$30.685,87	\$30.847,19
(-) Gastos administrativos	\$69.799,79	\$70.166,73	\$70.535,59	\$70.906,40	\$71.279,15	\$71.653,87
(-) Gastos financieros		\$10.349,99	\$8.361,20	\$6.218,01	\$3.908,43	\$1.419,56
(-) Depreciación		\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17
4. Total Gastos		\$128.849,85	\$127.388,72	\$125.775,97	\$123.999,62	\$122.046,78
5. Utilidad antes de impuesto (3-4)		\$89.080,38	\$115.695,25	\$155.038,61	\$194.545,56	\$234.229,01
(-) 15% particip. Trabajadores		\$13.362,06	\$17.354,29	\$23.255,79	\$29.181,83	\$35.134,35
6. Utilidad después de particip. Trabaj.		\$89.080,38	\$115.695,25	\$155.038,61	\$194.545,56	\$234.229,01
(-) 22% impuesto a la renta		\$19.597,68	\$25.452,95	\$34.108,49	\$42.800,02	\$51.530,38
7. NOPAT (Utilidad Neta)		\$69.482,69	\$90.242,29	\$120.930,11	\$151.745,54	\$182.698,63

Elaborado por: Christian Moncayo

Tabla 27. *Proyección del flujo de caja del proyecto.*

Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
7. NOPAT (Utilidad Neta)		\$69.482,69	\$90.242,29	\$120.930,11	\$151.745,54	\$182.698,63
(+) Depreciación		\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17
(-) Inversión inicial	-\$249.305,00					
8. Flujo de caja libre	-\$249.305,00	\$87.608,86	\$108.368,46	\$139.056,28	\$169.871,70	\$200.824,79
9. Flujo acumulado	-\$249.305,00	-\$161.696,14	-\$53.327,68	\$85.728,60	\$255.600,30	\$456.425,10
Tasa de descuento	7,50%					
Valor actual neto (VAN)	\$283.709,27					
Tasa interna de retorno (TIR)	40,16%					
Payback period	2,38					

Elaborado por: Christian Moncayo

Tabla 28. *Proyección del flujo de caja del inversionista*

Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
7. NOPAT (Utilidad Neta)		\$69.482,69	\$90.242,29	\$120.930,11	\$151.745,54	\$182.698,63
(+) Depreciación		\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17	\$18.126,17
(-) Amortización		\$25.618,05	\$27.606,84	\$29.750,03	\$32.059,60	\$34.548,48
(-) Inversión inicial	-\$99.722,00					
8. Flujo de caja libre	-\$99.722,00	\$61.990,81	\$80.761,62	\$109.306,25	\$137.812,10	\$166.276,32
9. Flujo acumulado	-\$99.722,00	-\$37.731,19	\$43.030,43	\$152.336,68	\$290.148,78	\$456.425,10
Tasa de descuento	7,50%					
Valor actual neto (VAN)	\$311.471,38					
Tasa interna de retorno (TIR)	80,24%					
Payback period	1,61					

Elaborado por: Christian Moncayo

En la Tabla 26 se procedió a la obtención de la utilidad neta del ejercicio o NOPAT se realiza restando la participación de trabajadores y el impuesto a la renta. Los resultados evidencian que el negocio comienza a ser rentable a partir del primer período, generando una utilidad de USD 69.482,69.

En la tabla 27 se procedió a calcular el flujo de caja libre y el flujo acumulado, sumando el valor de depreciación a la utilidad neta de cada período y considerando el valor de la inversión inicial en el período cero. A través de este procedimiento se pudo realizar el cálculo de indicadores financieros como el valor actual neto (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y el período de recuperación de la inversión.

En la tabla 28 se procedió a calcular el flujo de caja del inversionista, sumando el valor de la depreciación y restando los abonos de la deuda a la utilidad neta de cada periodo y considerando el valor de capital propio en el periodo cero.

5.1.8. Viabilidad Financiera

Este punto analiza los indicadores financieros VAN, TIR y el período de recuperación de la inversión, con la finalidad de determinar la factibilidad financiera del proyecto.

Para asegurar la factibilidad financiera, el proyecto debe contar con un valor actual neto mayor a cero y una tasa interna de retorno superior a la tasa de descuento. La tasa de descuento empleada fue de 7,5%.

En resumen con respecto a la viabilidad del proyecto, el VAN es de USD 283.709,27 y la TIR de 40,16%; por tanto, el proyecto es rentable financieramente. El período de recuperación de la inversión para el proyecto es aproximadamente de dos años y cuatro meses.

El inversionista obtendrá un VAN USD 311.471,38, una TIR 80,24% lo que significa que la inversión será segura y el periodo de recuperación será de 1 año 6 meses.

5.2. Factibilidad Económica

Complementando el análisis de factibilidad financiera, este apartado exhibe la factibilidad económica del proyecto, que consiste en la identificación de lo que produce la implementación del software en forma de rentabilidad interna.

Previo al análisis de factibilidad económica, es importante identificar los beneficios que brinda la implementación de la gestión documental en las empresas:

- (a) Mayor productividad, en forma de eficacia y eficiencia en la búsqueda y recuperación de documentos y expedientes, además del acceso rápido y seguro a la información de la empresa, reduciendo tiempos de búsqueda de información y de respuesta.
- (b) Ahorro de costes, producto de la reducción de los espacios donde es guardada la documentación, junto con costos asociados como el archivar, imprimir, fotocopiar, buscar, entre otros.
- (c) Ahorro de tiempo, pues la información es más fácil de encontrar y recuperar al tener toda la documentación en un solo repositorio, agilizando las tareas dentro de la organización y de respuestas a los clientes. Además, se gana tiempo evitando todo el proceso de archivado de los documentos físicos.

- (d) Homologación de actividades, pues en muchas ocasiones una misma tarea puede ser realizada de diferentes maneras por diferentes personas, departamentos y, a través de un gestor documental, se pueden unificar los procedimientos para realizar todas las tareas, y cuantificar los resultados de dichas tareas.
- (e) Mejora en los procesos, ya que la automatización de los procesos permite un mejor control del propio proceso y de los documentos que se generan en ellos, provocando un aumento de la eficacia del trabajador.
- (f) Movilidad, al presentar una plataforma con plenitud de acceso a la web para cumplir el requisito de conexión en todo momento y en cualquier lugar, de modo que sea posible acceder a los documentos desde cualquier dispositivo conectado a la red.
- (g) Preservación a largo plazo de los documentos electrónicos, debido a que la existencia de esta plataforma supondrá que la información estará disponible durante todos los años de vida del documento a salvo de cambios tecnológicos que se produzcan en ese tiempo.

A partir de estos antecedentes, se procedió a calcular la factibilidad económica del proyecto al implementarlo en un cliente. Para ello, se desarrolló un diagrama analítico de procesos de una empresa comercializadora de equipos de cómputo y suministros, con el proceso actual bajo el cual esta empresa entrega su producto o servicio y el nuevo proceso, incluyendo aspectos como la automatización de actividades, mejoras de procesos, ahorro en tiempos de consulta y búsqueda de documentos y ahorro en suministros. La tabla 27 exhibe el análisis de factibilidad económica del proyecto.

Tabla 29. Factibilidad económica del proyecto para el cliente

DIAGRAMA ANALÍTICO DE PROCESOS				
Diagrama Nº.	RESUMEN			
Objetivo: Diagramación del proceso actual de recepción y entrega de pedidos	ACTIVIDAD	Actual	Propuesta	Economía
Proceso: Compras / Ingreso / Entrega / Caja	Operación			
Lugar:	Transporte			
Compuesto por:	Espera			
Gerente de Procesos	Inspección			
Fecha: 3/12/2016	Almacenamiento			
	Tiempo Hrs	32.50	19.43	-40.22%
	Costo \$	\$ 45.16	\$ 31.70	-29.81%

Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Número de pedidos	1430	1552	1684	1827	1982	2150

Período	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1. Costo Proceso Actual	\$64 578.80	\$70 456.77	\$76 449.23	\$82 941.06	\$89 977.66	\$97 604.42
2. Costo Nuevo Proceso	\$45 331.00	\$49 457.04	\$53 663.43	\$58 220.36	\$63 159.69	\$68 513.29
Ahorro (1-2)	\$19 247.80	\$20 999.74	\$22 785.80	\$24 720.70	\$26 817.96	\$29 091.13
Inversión Inicial	-\$17 000.00					
Flujo de Efectivo	-\$17 000.00	\$20 999.74	\$22 785.80	\$24 720.70	\$26 817.96	\$29 091.13
Flujo acumulado	-\$17 000.00	\$3 999.74	\$26 785.54	\$51 506.23	\$78 324.20	\$107 415.33

Tasa de descuento	7.50%
Valor actual neto (VAN)	\$76 740.56
Tasa interna de retorno (TIR)	129.08%
Payback period	0.82

Elaborado por: Christian Moncayo

De acuerdo al proceso actual, el tiempo en que la empresa cierra el proceso por pedido es de 32,50 horas, sin contar con tiempo de espera del proveedor. Cada proceso a su vez genera un costo de USD 45,16. Por otro lado, la simulación del nuevo proceso con la implementación de la solución de gestión documental exhibe que la empresa generaría un ahorro de tiempo en un 40,22% y de costos en un 29,81%. Específicamente, el nuevo tiempo de proceso es de 19,43 horas y con un costo de USD 31,70 por pedido en el sistema.

Continuando con el análisis, el caso exhibe una cantidad de pedidos proyectados para los siguientes años con base en los históricos. La multiplicación del número de pedidos anual por el costo de cada proceso de pedido da el total de costos del proceso actual y el proceso nuevo con la implementación del servicio de gestión documental. La diferencia entre ambos valores representa el ahorro de costos en el proceso. Este valor no es únicamente monetario, sino que representa el número de pedidos extra que se podrían realizar por el ahorro en tiempo, es decir, bajo estas características, las empresas tendrían capacidad para atender mayor cantidad de requerimientos o pedidos.

Este ahorro representa el flujo de efectivo económico que genera la implementación de la gestión documental y la inversión sería el valor a pagar por el servicio, de USD 17.000,00. Los ratios indican que el Valor Actual Neto Económico es de USD 76.740,56 y la Tasa Interna de Retorno Económica de 129,08%; por tanto, el proyecto es viable económicamente por los beneficios que trae consigo. El período de recuperación de la inversión del cliente es menor a un año.

5.3. Factibilidad Técnica

El estudio de factibilidad técnica es importante para este tipo de proyectos, precisamente porque determina si la tecnología disponible permite la correcta ejecución del proyecto. Este análisis debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto, como una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales. Estas

indicaciones permiten generar un equilibrio entre criterios económicos y técnicos.

Implícitamente, los rubros considerados en la inversión inicial y los costos por mano de obra y materiales directos incluyen los requisitos necesarios para el correcto funcionamiento del proyecto, en este caso, del desarrollo y comercialización del software de gestión documental. Los recursos y costos, en este caso, fueron consultados con expertos que laboran en empresas de soluciones en tecnología.

Con respecto a los recursos para el desarrollo del software de gestión documental, la tabla 17 reportó los rubros de los equipos de cómputo a adquirir (hardware). Estos son: (a) servidores que permiten el almacenamiento y centralización de la información, (b) UPS que mejoran la calidad de la energía eléctrica, (c) rack que es la infraestructura sobre la cual se colocan los servidores y switch, y (d) switch que es el que permite la conectividad de red.

En términos de software, la misma tabla reporta ciertos rubros: (a) Visual Team Foundation y (b) el Visual.net, como plataformas donde se desarrollará la arquitectura y el diseño del software de gestión documental, y (c) SQL server para el manejo y análisis de bases de datos.

La mano de obra es otro insumo importante en el análisis de factibilidad técnica. La tabla 18 reporta la mano de obra relacionada al servicio, específicamente de: (a) un desarrollador, encargado del diseño y arquitectura del software de gestión documental, (b) un líder de proyecto, con la experiencia en el diseño de software de gestión documental y la adaptación a los requerimientos del cliente, (c) un especialista de infraestructura que analizará la infraestructura óptima necesaria para el funcionamiento del software y (d) un desarrollador junior, que realizará el acompañamiento en la implementación del servicio en todas sus fases.

De igual modo, la tabla 19 exhibe los costos por concepto de materiales directos que serán adquiridos por la entrega de cada servicio al cliente. Se ha considerado la adquisición de un servidor, un switch y un UPS como

infraestructura, mientras que el software será entregado por la compañía una vez desarrollado.

Además de la disponibilidad de la tecnología, otros factores también son analizados como la durabilidad, operatividad e implicaciones energéticas. En el primer caso, la infraestructura adquirida para el negocio tiene una vida útil de diez años, precisamente por su uso a nivel empresarial. Con respecto a la operatividad, la contratación de personal capacitado en los campos específicos de infraestructura y arquitectura de sistemas permitirá que el software funcione plenamente. Por último, las implicaciones energéticas fueron consideradas con la adquisición de UPS, que mejoran la calidad de la energía eléctrica.

CONCLUSIONES

- Los directivos de empresas del país desconocen mayoritariamente lo que involucra y los beneficios que trae una adecuada administración de la información, desde su creación hasta que el documento se considera en desuso; por esta razón muchas veces se encuentran frente a problemas administrativos y legales por la falta de una correcta gestión y tienen que pagar multas y sanciones cuando se les realiza una auditoría estatal.
- El mercado en la ciudad de Guayaquil presenta una oportunidad en expansión, puesto que la mayoría de empresas tienen su sede principal en la ciudad de Quito, además que cada vez se incrementa el número de negocios con interés en contratar externamente el servicio, puesto que al conocer sobre la propuesta entienden los beneficios que les representa.
- El servicio integral que presenta el proyecto contribuye a que las empresas cumplan con las disposiciones reglamentarias con respecto al manejo de archivos, implementando una cultura de cero papel y de conservación documental, evitando así que se les presenten multas o sanciones, además de contribuir a la reducción de costes que presenta el manejo propio de la información.
- Se pretende que la implantación del proyecto genere empleo en el país, aportando al crecimiento económico y al cambio de la matriz productiva, al ser una empresa que desarrolle y transforme tecnología, ya que cuenta con personal capacitado y partidario de lograr el perfeccionamiento personal.
- La ventaja competitiva de la empresa es ofrecer un servicio integral y especializado, ya que en el mercado la mayoría de la oferta se enfoca en sólo un servicio como digitalización o almacenamiento y custodia, además de trabajar bajo un programa informático estándar al que se le realizan muy pocas adaptaciones. La propuesta de valor para el cliente es encontrar en una misma empresa el servicio completo a lo largo de la vida del documento y soluciones específicas a sus necesidades.

- Contar con personal capacitado y con experiencia permitirá ofrecer un servicio de calidad, que sea cordial y profesional, para lograr la fidelidad de los clientes.
- Con la adquisición de servidores modernos con ventajosas características posibilitará la oferta de seguridad en el manejo y almacenamiento de la información digital, lo que brindará confianza en el cliente.
- La creación de la empresa requerirá de una considerable inversión en equipos e infraestructura, que deberá compensarse con la atracción de nuevos clientes por parte del equipo comercial de la empresa, por lo que se debe contar con personal competente y ofrecer incentivos para mantenerlos motivados, ya que gran parte de las operaciones iniciales dependerá de los resultados de su trabajo.
- Para la atracción de nuevos clientes, no sólo debe existir una campaña de comunicación de la marca y servicios de la empresa, sino también de los beneficios de contar con una adecuada gestión documental, ya que muchos jefes y directivos desconocen del tema.
- La implementación de DocuStock, empresa de gestión integral documental, en la ciudad de Guayaquil, favorecerá una nueva oferta moderna e innovadora para las empresas que deseen reestructurar y maximizar sus recursos al contar con un manejo eficiente y seguro de la información.

REFERENCIAS

- Agencia EFE. (7 de Diciembre de 2017). Economía de Ecuador crecerá 1,5%, según el Banco Central. *Vistazo*, Electrónica.
- Agencia EFE. (28 de Diciembre de 2017). En Ecuador y países andinos el desempleo se redujo a comparación del 2016, según OIT. *El Comercio*, pág. Electrónico.
- Alvarado, M. (2007). *Administración de la información*. Buenos Aires: EUNED.
- Aramyo, O., & Candia, R. (2005). Manual de Planificación estratégica. Universidad de Chile.
- Banco Central del Ecuador. (10 de abril de 2017). Reporte macroeconómico 2016. Ecuador: Banco Central del Ecuador (BCE).
- Cerda G., H. (1997). *Cómo elaborar proyectos*. Santa Fe de Bogotá, Colombia: cooperativa editorial magisterio.
- Cerda Gutiérrez, H. (2003). *Cómo elaborar proyectos: Diseño, ejecución y evaluación de proyectos sociales y educativos* (Cuarta ed.). Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Chiavenato, I. (2001). *Administración, proceso administrativo*. McGraw-Hill Interamericana.
- Christopher, M., Payne, A., & Ballantyne, D. (1994). *Marketing Relacional*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Codificación del Código Civil. (10 de Mayo de 2005). Codificación del Código Civil. Quito, Ecuador: Comisión de Legislación y Codificación.
- Codina, A. (2011). Deficiencias en el uso del FODA. Causas y sugerencias. *Revista Ciencias Estratégicas*, 19(25), 89-100.

- Comisión de la Comunidad Andina. (9 de diciembre de 2008). Decisión 702. Lima, Perú.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá. Colombia: ECOE Ediciones.
- Cruz Mundet, J. R. (2011). *Administración de documentos y archivos. Textos fundamentales*. Madrid: Coordinadora de Asociaciones de Archiveros y Gestores de Documentos (CAA).
- d'Astous, A., Sanabria, R., & Pierre, S. (2003). *Investigación de mercados. Una manera de conocer preferencias, comportamientos y tendencias*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración estratégica* (Novena ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- David, F. (2003). *Conceptos de Administración Estratégica*. México D.F.: Pearson-Prentice Hall.
- División general de Planificación (DGP). (Octubre de 2008). Manual para realizar Estudios de Prefactibilidad y Factibilidad. Nicaragua: Programa de Apoyo al Sector Transporte – PAST-DANIDA. Ministerio de Transporte e Infraestructura.
- Dubs de Moya, R. (2002). El Proyecto Factible: una modalidad de investigación. *Sapiens. Revista Universitaria de Investigación*, 3(2), 0.
- El Universo. (7 de Diciembre de 2017). 'Mesa servida', endeudamiento y retorno del IVA al 12%, entre los principales temas económicos del 2017. *El Universo*, pág. Electrónico.
- Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión*. Cartago: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Ferrell, O. C., & Hartline, M. (2011). *Estrategia de marketing*. México D.F.: Cengage Learning Editores.

- Ferrell, O., & Hartline, M. D. (2012). *Estrategia de marketing* (Quinta ed.). México: Cengage Learning Editores, S.A.
- Garcia, E. (2013). *Gestión de documentos en la E-Administración*. Barcelona: UOC.
- García, J. (2005). Diseño de un modelo para la implantación de un sistema de gestión documental en áreas u organizaciones jurídicas. Bogotá D.C., Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Facultad de Ingeniería. Carrera de Ingeniería de Sistemas.
- Gonzalez, J. (2017). Gestión electrónica de documentos. *Buenas prácticas para la gestión de la información*. Bogotá, Colombia: Infoesfera.
- H. Congreso Nacional. Comisión de Legislación y Codificación. (5 de Noviembre de 1999). Ley de Compañías. Quito, Ecuador.
- Heredía, A. (2008). Gestión de documentos y administración de archivos. *Revista Códice Vol. 4 N° 2*, 43-50.
- INEC. (2017). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Visualizador de estadísticas productivas:
http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- INEC. (2017). *INEC. Laboratorio Empresarial*. Obtenido de http://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2015). Índice Tecnologías de la Infomación y la Comunicación - TIC. Ecuador.
- Irima, C. (2010). *Sistema de Gestión Integral de Documentos de archivo para empresas de la construccion del Territorio de Camaguey*. Granada: Universidad de Granada.

- Irima, C. (2010). *Sistema de Gestión Integral de Documentos de Archivo para Empresas de Construcción del Territorio de Camaguey*. Granada: Universidad de Granada.
- Kotler, P. (2002). *Dirección de marketing, conceptos esenciales*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México D.F.: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson Educación.
- López, G. (2006). *Cálculo financiero aplicado (Un enfoque profesional)*. Buenos aires. Argentina: Editorial La ley.
- López, José. (2013). *Universidad Complutense de Madrid*. Recuperado el Noviembre de 2017, de <https://www.ucm.es/data/cont/docs/446-2013-08-22-9%20notas.pdf>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados. Un enfoque aplicado* (Cuarta ed.). México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Mascareñas, J. (Marzo de 2008). La valoración de proyectos de inversión productivos. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- Ministerio de Fomento. (s.f.). *Gestión documental*. España: Gobierno de España.
- Ministerio de Industrias y Productividad. (11 de Octubre de 2017). *Ministerio de Industrias y Productividad > Comunicamos > Noticias*. Obtenido de Insumos técnicos de propuesta de Ley de Emprendimiento e Innovación se entregaron hoy a Consejo Consultivo Productivo y Tributario: [http://www.industrias.gob.ec/insumos-tecnicos-de-](http://www.industrias.gob.ec/insumos-tecnicos-de)

propuesta-de-ley-de-emprendimiento-e-innovacion-se-entregaron-hoy-a-consejo-consultivo-productivo-y-tributario/

Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2017). *Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información*. Obtenido de <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/ecuador-continua-creciendo-en-tecnologia/>

Miranda, J. (2005). *Gestión de proyectos: evaluación financiera, económica, social y ambiental*. Bogotá. Colombia: MM Editores.

Orozco, M., & Angulo, S. (28 de Julio de 2017). Lenín Moreno dice que situación económica del país es crítica. *El Comercio*, pág. Electrónico.

Pimentel, L. (Septiembre de 1999). *Universidad de Pamplona*. Obtenido de Planificación estratégica: http://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portallG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.2.pdf

Ponce, H. (Septiembre de 2006). La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos y determinar estrategias de intervención en las organizaciones productivas y sociales. *Contribuciones a la Economía*, Texto completo en <http://www.eumed.net/ce/>.

Pope, J. (2002). *Investigación de mercados. Guía maestra para el profesional*. Bogotá, Colombia: Grupo Editorial Norma.

Presidencia del Sr. Ec. Rafael Correa Delgado. (15 de julio de 2010). Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios. Quito, Pichincha, Ecuador: Presidencia Constitucional de la República.

Prieto, J. (2013). *Investigación de mercados*. Bogotá, Colombia: Ecoe ediciones.

- Ramírez, J. (2009). Procedimiento para la elaboración de un análisis FODA como una herramienta de planeación estratégica en las empresas. *Ciencia Administrativa*, 54-61.
- Ramírez, J. L., & Vega, O. (julio-diciembre de 2015). Sistemas de información gerencial e innovación para el desarrollo de las organizaciones. *Télématique*, 14(2), 201-213.
- Real Academia Española. (2017). Obtenido de <http://www.wordreference.com/es/en/frames.aspx?es=archivo>
- Sabino, C. (07 de Agosto de 2013). *Metodología de Investigación Científica*. Obtenido de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/delimitacion-del-problema-de.html>
- Salgado, C. (28 de Enero de 2013). QUIPUX, la apuesta del gobierno. (E. Diario, Entrevistador)
- Sánchez, A. (2014). La gestión de documentos como estrategia de innovación empresarial. *Enl@ce Revista venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento.*, 11(2), 25-50.
- Santos, T. (2008). Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio. *Contribuciones a la economía*, electrónico.
- Sapag, N. (2007). *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. México: Pearson Educación.
- Sapag, N., & Sapag, R. (2008). Preparación y evaluación de proyectos. *Quinta*. México: McGraw-Hill.
- Secchi, G. (2007). La vida humana en el pensamiento de Ortega y Gasset. Chile: Universidad de Chile Facultad de Filosofía y Humanidades Departamento de Filosofía Escuela de Postgrado.
- Soler, P. (2001). *Investigación de mercados*. Cataluña, España: Universitat Autònoma de Barcelona.

Soriano, C. (1990). *Marketing Mix: Conceptos, estrategias y aplicaciones*. Madrid, España: Diaz de Santos S.A.

Superintendencia de Compañías. (5 de Diciembre de 2017). Número de compañías. Análisis por actividad económica. *Información estadística por: Tipo, actividad, región, estado legal e intendencia*. Guayaquil, Ecuador.

Superintendencia de Compañías. (2018). *Superintendencia de Compañías*. Obtenido de http://appscvs.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/cons_elec.zul#PhotoSwipe1519271375384

Superintendencia de Compañías y Valores. (15 de Diciembre de 2017). *Constitución electrónica*. Obtenido de Superintendencia de Compañías y Valores: <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Valero, D. (Marzo de 2005). Estudio de factibilidad técnico económico financiero para la instalación de una fábrica de bolsas plásticas. Caracas, Venezuela: Universidad Católica Andrés Bello. Posgrado en Economía Empresarial.

Zikmund, W., & Babin, B. (2009). *Investigación de mercado* (Novena ed.). (G. Meza, & A. Deras, Trads.) México D.F.: Cengage Learning.

Zikmund, W., & Babin, B. (2009). *Investigación de mercados*. México D.F.: Cengage Learning Editores.

ANEXOS

Estructura de la encuesta

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Formato de encuesta

Objetivo: Determinar la factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil

Información básica			
Género:	Masculino	__ Femenino	_____
Cargo:	_____		
Años de la empresa en el mercado:	_____		

Información específica	
1. ¿Conoce de qué se trata un servicio de gestión documental?	Si _____ No _____
2. ¿Con qué relaciona principalmente la frase "Gestión documental"? Marque sólo una opción.	
Sistema informático	_____
Centro de almacenamiento físico	_____
Digitalización de documentos	_____
Administración integral de documentos	_____
Reciclaje y destrucción de archivos	_____
3. La empresa donde trabaja ¿contrata externamente un servicio de gestión documental?	
Sí _____ (diríjase a la pregunta 5)	No _____ (diríjase a la pregunta siguiente)
4. Si la empresa no cuenta con este servicio, ¿cree usted que contratarlo mejoraría la gestión actual?	
Sí _____	No _____
5. ¿La empresa cuenta con un software que permite la administración digital de los documentos?	
Sí _____	No _____
6. ¿Estaría dispuesto a contratar el servicio de gestión documentada durante los próximos 12 meses?	
Sí _____	No _____

Califique del 1 al 5, siendo 1 muy en desacuerdo y 5 muy de acuerdo, su percepción en las siguientes preguntas:

7. ¿Qué razones considera más relevantes para contratar un servicio de gestión documental?

- Por falta de conocimiento de la forma adecuada de manejar archivos
- Por cumplimiento de disposiciones legales y tributarias
- Para evitar multas y sanciones estatales
- Por falta de espacio físico para el almacenamiento de archivo
- Por reducir costos en la implementación propia de gestión documental
- Por innovación tecnológica, encaminada a una cultura de cero papel
- Por recomendación de terceros

	1	2	3	4	5

8. ¿Qué aspectos valora más al momento de adquirir el servicio?

- Precio accesible
- Seguridad y confidencialidad de información
- Sistema informático eficiente y personalizado
- Respuesta inmediata de solicitudes
- Disponibilidad de servicio técnico
- Almacenamiento seguro de archivos
- Garantías del servicio

1	2	3	4	5



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Moncayo Quiroz Christian Israel**, con C.C: # 0929622728 autor/a del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero Comercial** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **12** de Marzo del 2018

f. _____

Nombre: Moncayo Quiroz Christian Israel

C.C: **0929622728**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil		
AUTOR(ES)	Christian Israel Moncayo Quiroz		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Danny Xavier Arévalo Avecillas		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Ciencias económicas y administrativas		
CARRERA:	Administración de Empresas.		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero Comercial		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	12 de Marzo de 2018	No. PÁGINAS:	15-157
ÁREAS TEMÁTICAS:	Gestión Documental, optimización de procesos.		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Factibilidad, gestión, empresa, documental, servicio y estudio.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente documento desarrolla la propuesta de creación de una empresa que brinde el servicio de gestión documental en la ciudad de Guayaquil, mediante un estudio de factibilidad, considerando como base, las disposiciones legales de parte del Estado de implantar en el país una cultura de cero papel, además de las obligaciones que toda empresa debe cumplir de conservación de documentos y enfocándose en ofrecer soluciones representativas, para los empresarios, en temas de disposición de espacios, tiempo y administración de la información. El proyecto presenta una investigación de la situación actual, estudiando oportunidades mercado y analizando la competencia; a partir de los resultados encontrados se desarrollaron estrategias de posicionamiento y comunicación de los servicios estructurados tomando en cuenta la oferta existente y sus mejores prácticas, logrando proponer un servicio integral que resuelva la gestión de toda la vida de un documento, así también se consideró todos los mandatos y leyes para la creación legítima de la compañía.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593990862411	E-mail: christianisrmoncayo1991@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Paola Alexandra Traverso Holguin.		
	Teléfono: +593-9-999406190		
	E-mail: paola.traverso@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			



**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	