



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la creación de la Empresa de Servicios Tecnológicos y Publicidad “Dolphin” en la isla San Cristóbal, Galápagos.”

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de
Tecnólogo Superior en Administración**

AUTOR:

Grace Silvana Zurita García

TUTOR:

MSc. Fernando Razo Cajas

D.M. Quito, 05 de marzo 2022

DEDICATORIA

Es mi deseo dedicar el presente trabajo a Dios, por brindarme sabiduría y fortaleza ante las adversidades vividas y que hoy me han permitido culminar con éxito mis estudios; a mi padre el señor Prof. Marco Zurita Montero, a mi madre la señora Bárbara García León (+) por sus enseñanzas impartidas con amor y por creer en mí; y, finalmente a mi hija Bárbara Maité, quien es mi inspiración y aliento para llegar a cristalizar mis tan anheladas metas.

AGRADECIMIENTO

Mi especial agradecimiento al señor Tnlgo. Henry Cobos Zavala, Alcalde del GAD Municipal del cantón San Cristóbal, quien decididamente me brindó la oportunidad de iniciar y culminar mi proceso de formación académica y profesional en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario, ITI, a través del otorgamiento una beca estudiantil, lo cual me permitirá crecer en el ámbito personal y aportar a la sociedad con mis conocimientos.

AUTORIA

Yo, **GRACE SILVANA ZURITA GARCÍA**, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

Grace Silvana Zurita García

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

MS.c Fernando Razo Cajas
Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

MS.c Fernando Razo Cajas

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **MSc. Fernando Razo Cajas** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la **Sra. Grace Silvana Zurita García**, por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La **Sra. Grace Silvana Zurita García**, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de servicios tecnológicos y publicidad “Dolphin”, ubicada en la isla San Cristóbal, Galápagos.”**, para optar por el título de, Tecnóloga en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MS.c Fernando Razo Cajas**.

DOS.- Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **MS.c Fernando Razo Cajas**, en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la **Sra. Grace Silvana Zurita García**, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de servicios tecnológicos y publicidad “Dolphin”, ubicada en la isla San Cristóbal, Galápagos.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

MS.c Fernando Razo Cajas

Grace Silvana Zurita García

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

INDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
AUTORIA.....	v
CERTIFICACIÓN	vi
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA	vii
INDICE DE ILUSTRACIONES	xii
INDICE DE TABLAS	xiii
RESUMEN	15
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	17
2.1. Creación de la empresa	17
2.2. Descripción de la empresa	17
2.2.1. Importancia	17
2.2.2. Características.....	17
2.2.3. Actividad.....	18
2.3. Tamaño de la empresa.....	18
2.3.2. Necesidad de Reconocimiento.....	19
2.4. Localización de la empresa	20
2.5. Filosofía empresarial.....	20
2.5.1. Misión	20
2.5.2. Visión	21
2.5.3. Objetivos	21
2.5.4. Meta.....	21
2.5.5. Estrategias	21
2.5.6. Políticas	22
2.5.7. FODA.....	23
2.6. Desarrollo organizacional	23
2.6.1. Tipo de Estructura	23
2.6.2. Formalización.....	24
2.6.3. Centralización – Descentralización.....	24
2.6.4. Integración.....	25
2.8. Funciones del personal.....	27

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING .	32
3.1 Objetivo de mercadotecnia	32
3.2 Investigación de mercado	32
3.2.1 Modalidad	32
3.3 Plan de Muestreo.....	33
3.4 Análisis de las encuestas	34
3.4.1 Análisis General	46
3.5. Entorno empresarial	47
3.5.1. Microentorno	47
3.5.2. Competencia directa	48
3.5.3. Competencia indirecta	48
3.5.4. Sustitutos.....	49
3.5.5. Proveedores.....	49
3.5.6. Intermediarios	51
3.5.7. Clientes	51
3.5.8. Macroentorno.....	51
3.6. Producto y servicio	53
3.6.1 Producto Esencial.....	54
3.6.2 Producto real	54
3.6.3 Características	54
3.6.4 Calidad	55
3.6.5 Estilo	55
3.7. Marca	55
3.7.1. Producto aumentado.....	55
3.8. Plan de introducción al mercado.....	56
3.8.1. Distintivos y Uniformes	56
3.8.2. Materiales de identificación	56
3.8.3. Canal de distribución y puntos de ventas	59
3.8.4. Riesgo y oportunidades del negocio	60
3.9. Fijación de Precios	61
3.9.1. Fijación de precios por receta estándar.	61
3.10Implementación del negocio	66

3.11 Estudio arquitectónico	69
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL	71
4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI	71
4.2. Patente Municipal	71
4.3. Permiso de Funcionamiento.....	72
4.4. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social).....	72
5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	73
5.1 Objetivo de área	73
5.2 Impacto ambiental.....	73
5.2.1 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Dolphin.....	77
5.3 Impacto social	77
5.3.1. Generar empleo.....	77
5.3.2. Atracción de empleados.....	77
5.3.3. Cultura organizacional.....	78
6. PROCESO FINANCIERO.....	79
6.1. Introducción	79
6.2. Activos Fijos	79
6.3. Activos diferidos	79
6.4. Capital de trabajo	80
6.5. Sueldos.....	81
6.6. Depreciación activos fijos.....	82
6.7. Amortizaciones	83
6.8. Tabla de amortización.....	83
6.9. Estructura capital	84
6.10. Punto de equilibrio.....	85
6.11 Costo de ventas	87
6.12. Flujo de caja.....	88
6.13. Cálculo del TIR y el VAN	88
6.13.1. VAN (Valor Actual Neto).....	88
6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	89
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	90
7.1. Conclusiones	90

7.2. Recomendaciones	91
7.3. Bibliografía	92
7.4. Anexos	93

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. <i>Mapa de procesos de la empresa Dolphin</i>	18
Ilustración 2. <i>Pirámide de Maslow</i>	19
Ilustración 3. <i>Localización de la empresa</i>	20
Ilustración 4. <i>Tipo de estructura de la empresa Dolphin</i>	24
Ilustración 5. <i>Proceso de Gestión de Ventas empresa Dolphin</i>	25
Ilustración 6. <i>Proceso de Recepción de Materiales empresa Dolphin</i>	26
Ilustración 7. <i>Organigrama empresarial</i>	26
Ilustración 8. <i>Género</i>	35
Ilustración 9. <i>Rango de edad</i>	35
Ilustración 10. <i>Pregunta 1</i>	36
Ilustración 11. <i>Pregunta 2</i>	37
Ilustración 12. <i>Pregunta 3</i>	38
Ilustración 13. <i>Pregunta 4</i>	39
Ilustración 14. <i>Pregunta 5</i>	40
Ilustración 15. <i>Pregunta 6</i>	41
Ilustración 16. <i>Pregunta 7</i>	42
Ilustración 17. <i>Pregunta 8</i>	43
Ilustración 18. <i>Pregunta 9</i>	44
Ilustración 19. <i>Pregunta 10</i>	45
Ilustración 20. <i>Esquema microentorno Dolphin</i>	47
Ilustración 21. <i>Ubicación</i>	48
Ilustración 22. <i>Esquema macroentorno Dolphin</i>	51
Ilustración 23. <i>Diseño uniforme Diseñador Gráfico y técnico</i>	56
Ilustración 24. <i>Imagotipo</i>	56
Ilustración 25. <i>Anverso de la tarjeta de presentación</i>	57
Ilustración 26. <i>Hoja membretada</i>	58
Ilustración 27. <i>Estructura del establecimiento</i>	70

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, gerente general	28
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, técnico informático	30
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, diseñador gráfico.....	31
Tabla 4. Rango de edad PEA	33
Tabla 5. Descripción elementos de fórmula.....	34
Tabla 6. Género.....	34
Tabla 7. Rango de edad.....	35
Tabla 8. Pregunta 1	36
Tabla 9. Pregunta 2.....	37
Tabla 10. Pregunta 3.....	38
Tabla 11. Pregunta 4.....	38
Tabla 12. Pregunta 5.....	39
Tabla 13. Pregunta 6.....	40
Tabla 14. Pregunta 7	41
Tabla 15. Pregunta 8.....	42
Tabla 16. Pregunta 9.....	43
Tabla 17. Pregunta 10.....	44
Tabla 18. Análisis general detallado	46
Tabla 19. Tabla de proveedores.....	50
Tabla 20. Financiamiento publicidad	60
Tabla 21. Compra de materiales (Inventario).....	60
Tabla 22. Tarjeta de presentación estándar de costos.....	63
Tabla 23. Elaboración y creación de publicidad digital. Estándar de costos	64
Tabla 24. Flyers. Estándar de costos	65
Tabla 25. Arriendo del local	66
Tabla 26. Equipos industriales.....	66
Tabla 27. Equipos de computación	66
Tabla 28. Muebles y enseres	67

Tabla 29. <i>Equipos industriales de seguridad</i>	67
Tabla 30. <i>Suministros de oficina</i>	68
Tabla 31. <i>Servicios básicos</i>	68
Tabla 32. <i>Materiales de limpieza</i>	69
Tabla 33. <i>Evaluación ambiental</i>	76
Tabla 34. <i>Activos fijos</i>	79
Tabla 35. <i>Activos diferidos</i>	80
Tabla 36. <i>Capital de trabajo</i>	80
Tabla 37. <i>Detalles de inversión</i>	81
Tabla 38. <i>Sueldos</i>	81
Tabla 39. <i>Depreciación de activos fijos</i>	83
Tabla 40. <i>Porcentaje Amortización</i>	83
Tabla 41. <i>Amortización</i>	84
Tabla 42. <i>Estructura del capital</i>	85
Tabla 43. <i>Costos fijos</i>	85
Tabla 44. <i>Margen de contribución</i>	86
Tabla 45. <i>Punto de equilibrio</i>	86
Tabla 46. <i>Ventas/costos</i>	87
Tabla 47. <i>Flujo de ventas</i>	87
Tabla 48. <i>Flujo de caja</i>	88
Tabla 49. <i>VAN/TIR</i>	89

“Proyecto de factibilidad para la creación de la empresa de servicios tecnológicos y publicidad “Dolphin”, ubicada en la isla San Cristóbal, Galápagos.”

Grace Silvana Zurita García

MS.c Fernando Razo Cajas

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

RESUMEN

En la actualidad, la tecnología ha traído grandes ventajas para el desarrollo social, científico, turístico, cultural, económico, etc., facilitando la comunicación, contribuyendo en la eficiencia de las actividades diarias, simplificando tareas, mejorando procesos administrativos, e innovando el sector del mercado, aplicando estrategias de marketing y publicidad para las pequeñas, medianas y grandes empresas de la población económicamente activa.

En el presente trabajo desarrolla un plan de negocios que propone la creación desde cero de una empresa de servicios tecnológicos y publicidad a establecerse en el cantón San Cristóbal, provincia de Galápagos. A su vez, se determinará la viabilidad económica y financiera de este proyecto, es decir, si éste obtendrá rentabilidad a mediano y largo plazo, incluyendo un análisis de los recursos materiales y humanos necesarios para llevar a cabo el proyecto.

En el desarrollo se evalúa la idea de negocio desde diversos enfoques, que a su vez conforman los distintos capítulos de este trabajo como la organización empresarial, investigación de mercados y marketing, derecho empresarial, impacto ambiental y social, y proceso financiero.

La organización empresarial consiste el proyecto y su propósito. En él se detalla la idea y el tipo de negocio, además de los aspectos básicos de toda empresa, como la visión, la misión, tamaño, valores y objetivos.

El desarrollo digital como herramienta de comunicación es el puntapié inicial para generar los servicios tecnológicos y publicidad que ofertará la empresa Dolphin. Sin embargo, dentro de este sector, existen implantados diferentes negocios con iguales o similares características del presente, por tanto, se aplicará estrategias de marketing, para llegar al cliente con la oferta y promoción de servicios accesibles a su presupuesto y cumpliendo las expectativas de los mismos.

Es evidente la oportunidad empresarial que constituye la demanda de servicios tecnológicos y de publicidad que requiere en la actualidad la población económicamente activa de la isla San Cristóbal, no solo por la rentabilidad que el presente proyecto puede producir, sino por el impacto ambiental y social positivo que proporcionará al mercado, aplicando una cultura organizacional efectiva y un respeto claro hacia la naturaleza.

La creación de la empresa debe llevar una correcta planificación con la finalidad de denotar su factibilidad, por tanto, los enunciados pretenden demostrar en nivel de demanda y la forma en cómo se implementará Dolphin, desde la idea de negocio hasta su ejecución. Por tanto, se consideró analizar los aspectos metodológicos relativos al presente plan de negocios, lo que permitirá brindar fundamentos para presentar una propuesta de negocios rentable y sustentable financieramente.

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1. Creación de la empresa

Hoy en día, la tecnología se ha convertido en un elemento esencial para las diferentes formas de generar economía, en este sentido, Dolphin surge de la creciente demanda en servicios tecnológicos y publicidad de la población residente en el cantón San Cristóbal.

2.2. Descripción de la empresa

2.2.1. Importancia

Constantemente vivimos una auténtica revolución en tecnología, por ello, la informática ha ido ganando gran importancia hasta convertirse en imprescindible para cubrir necesidades de los usuarios, ya sea en servicios tecnológicos o publicitarios a pequeña y gran escala; por tanto, es importante resaltar que a través de los servicios que se oferte al cliente, estos se cristalizarán bajo una atención personalizada, atendiendo sus ideas y perspectivas logrando satisfacer sus requerimientos.

2.2.2. Características

Responsabilidad social: Dolphin contribuirá con una atención prioritaria a los adultos mayores, quienes debido al rápido avance tecnológico no siempre tienen los conocimientos básicos para incursionar o cumplir con las exigencias de este mundo tecnológico.

Investigación e innovación: Dolphin se encontrará constantemente en la implementación de innovadoras ideas tecnológicas para implementar en los servicios ofertados a los clientes, permitiendo en ellos incrementar su productividad.

Responsabilidad ambiental: Dolphin, será un establecimiento consciente de la creciente contaminación ambiental que vive el mundo, es por ello que contará con basureros de reciclaje, con la finalidad de aportar a mitigar efectos nocivos al ambiente.

Profesionales apasionados con su trabajo: El personal de Dolphin estará capacitado permanentemente para ofrecer a sus clientes total satisfacción en sus requerimientos, lo que lo convertirá en un lugar muy eficiente que ofrecerá servicios con altos estándares de calidad.

2.2.3. Actividad

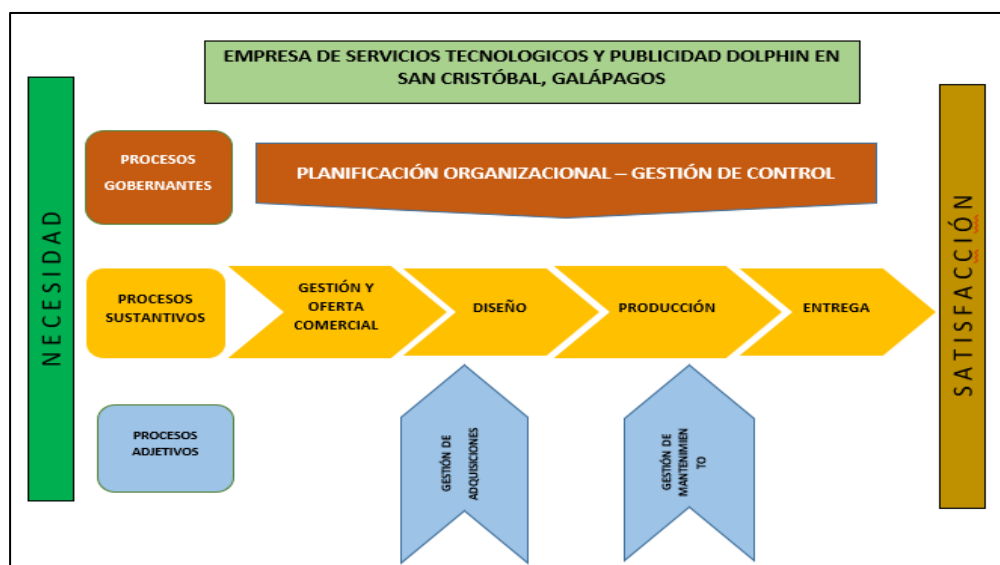
Dolphin, será un establecimiento dedicado a brindar servicios tecnológicos y de publicidad. Pretende cubrir necesidades de futuros clientes bajo servicios personalizados y con una relación calidad-precio, así como aplicando principios de eficiencia, eficacia y calidad en el producto final.

2.3. Tamaño de la empresa

Dolphin será una empresa que ofertará servicios tecnológicos y de publicidad, la cual estará conformada por personas que cumplen roles en áreas: Administrativa, Técnica y Diseño.

Ilustración 1

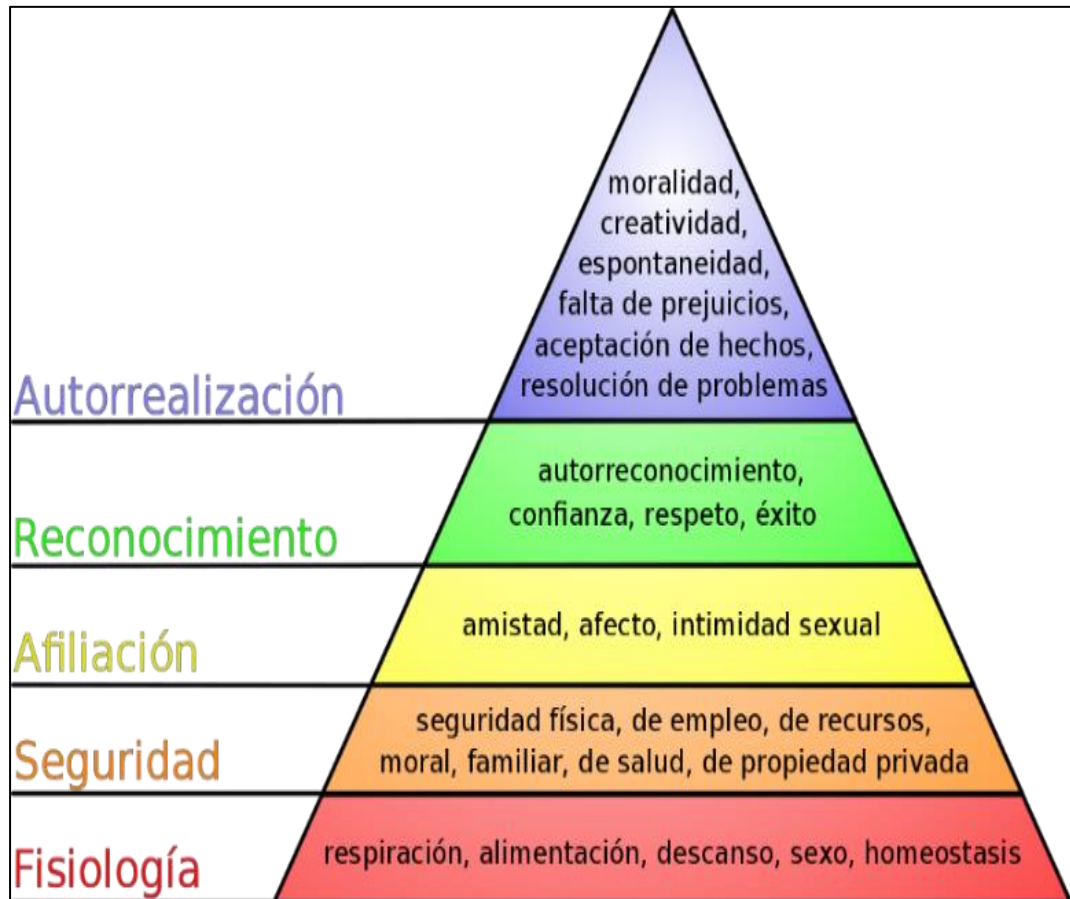
Mapa de Procesos de la empresa Dolphin



2.3.1. Necesidades que satisfacer

Ilustración 2

Pirámide de Maslow



Pirámide de Maslow. Recuperado de: <https://psicologaiymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

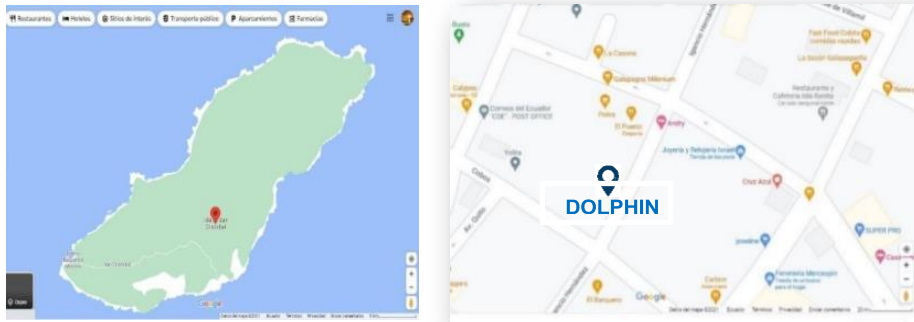
2.3.2. Necesidad de Reconocimiento

A través de la calidad de nuestro trabajo y la excelencia en el servicio cumplimos a cabalidad con las necesidades de cliente, logrando así, que este a su vez sea reconocido por el profesionalismo de sus propuestas.

2.4. Localización de la empresa

Ilustración 3

Localización de la empresa



Nota: (Ubica Ecuador, 2022) Ubicación. Recuperado de:
<https://www.ubica.ec/explore/dir/sancristobal/62286192/366406974#!/?reflat=-0.90457&reflng>

San Cristóbal es la isla más oriental del archipiélago de las islas Galápagos, en Ecuador. Tiene una superficie de 558 km² y su punto más alto se eleva a 730 metros sobre el nivel del mar. La capital del archipiélago, Puerto Baquerizo Moreno, se encuentra en el extremo suroccidental de la isla.

Siendo así, que la empresa de Servicios Tecnológicos Dolphin se encuentra ubicado en el barrio Central, en la calle Ignacio Hernández, entre las avenidas 12 de Febrero y Manuel J. Cobos, diagonal al Distrito de Salud.

2.5. Filosofía empresarial

2.5.1. Misión

Dolphin es una empresa comprometida con las necesidades del cliente brindando soluciones innovadoras en servicios tecnológicos y de publicidad, manteniéndonos a la vanguardia para ofrecer un abanico de productos, bajo un espíritu de servicio, eficiente, eficaz y profesional, con personal capacitado, respetuosos con nuestro entorno medioambiental.

2.5.2. Visión

Ser líderes y proponentes permanentes de innovaciones para convertirnos en el proveedor de soluciones tecnológicas y publicitarias preferidos por los clientes, para llegar a ser una marca exponencialmente reconocida tanto por su profesionalismo, así como por la calidad humana.

2.5.3. Objetivos

- Comercializar y extender la gama de artículos tecnológicos y soluciones informáticas.
- Brindar las mejores soluciones y alternativas en impresión y publicidad gráfica.
- Mantener al personal capacitado para el manejo de las diferentes herramientas y servicios que ofrecemos.
- Realizar campañas publicitarias permanentes que arraiguen la existencia de nuestra empresa.

2.5.4. Meta

Ser líderes en el campo tecnológico a nivel local manteniendo propuestas y alternativas vanguardistas, logrando en un año ser el establecimiento más reconocido, liderando las ventas con una rentabilidad que nos permita cumplir con todas las obligaciones adquiridas.

2.5.5. Estrategias

- Diseñar planes de contingencia con los proveedores para mantener en stock siempre los productos.
- Estudiar las distintas preferencias, sugerencias y necesidades de los clientes potenciales quienes requieran de nuestros servicios mediante un estudio de mercado.
- Crear promociones en base a los resultados obtenidos en el estudio de mercado.

2.5.6. Políticas

Los trabajadores

- Ser puntuales y responsables con la empresa, cumplir con los horarios, metas y tareas establecidas por Dolphin Servicios Tecnológicos.
- Ser respetuosos con los compañeros y con la empresa.
- Llevar siempre su uniforme de trabajo dentro de las instalaciones.
- No libar en vías públicas utilizando el uniforme de trabajo.
- Cuidar de su aseo y presentación personal.
- Cumplir estrictamente con las tareas que les sean asignadas a cada uno de los trabajadores.
- Mantener relaciones estrictamente laborales dentro de la empresa, toda relación de índole amorosa está prohibida dentro de las instalaciones.
- No podrán fumar, beber o consumir ningún tipo de sustancia estupefaciente dentro de las instalaciones de la empresa.
- No podrán llegar al trabajo con aliento a licor o ningún tipo de sustancia estupefaciente.
- Satisfacer las necesidades de los clientes.

La empresa

- Es responsable del bienestar laboral de los trabajadores dentro de las instalaciones de la empresa.
- Es responsable de la seguridad integral de los trabajadores y clientes de la empresa.
- Debe siempre cumplir con sus obligaciones: jurídicas, sociales y económicas con los empleados, con los proveedores y con el estado.
- Es responsable de capacitar a todo su personal semestralmente para que pueda brindar a los clientes un servicio de calidad.
- Mantendrá un alto estándar de calidad constante en sus productos a través de la innovación y la implementación de procesos y sistemas de producción y control de calidad en todas las áreas de la empresa.

2.5.7. FODA

Fortalezas

- Buena ubicación, se encuentra en la zona céntrica de la ciudad.
- Ofrecer productos de innovadores y con altos estándares de calidad.
- Equipo de trabajo altamente capacitado y comprometido con lo que hace.
- Cuenta con un técnico que brinda mantenimiento a los instrumentos y maquinaria.

Oportunidades

- Escasa competencia en cuanto a servicios tecnológicos y de publicidad a los alrededores de la empresa.
- Presencia de entidades públicas y empresas turísticas cercanas al establecimiento.
- Proveedores probos, de confianza, responsables y con materiales de alta calidad.

Debilidades

- CNT es el único proveedor de internet.
- No contar con un local propio.
- Elevado costo en el transporte de equipos y materiales.

Amenazas

- Aumento de impuestos.
- Presencia de pandemia Covid 19.
- Inseguridad en el ámbito social, económico y político que vive año tras año el país.
- Restricciones de aforo en locales comerciales.

2.6. Desarrollo organizacional

2.6.1. Tipo de Estructura

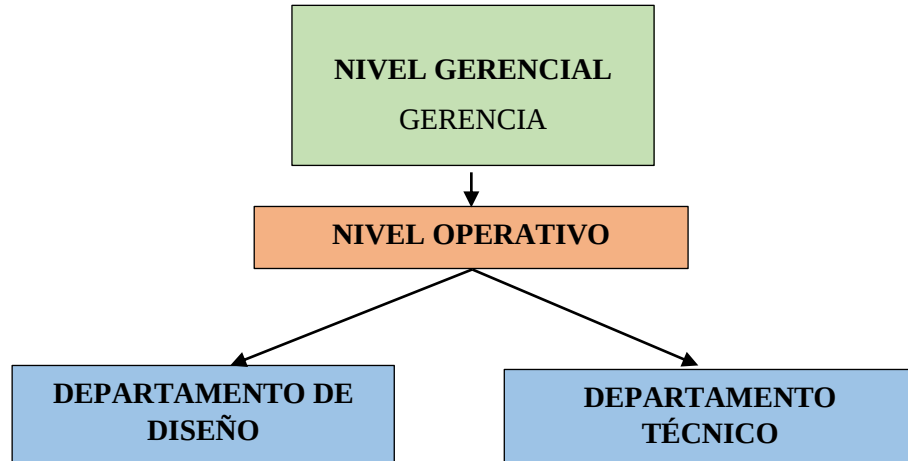
Diferenciación

La estructura organizacional de la empresa “Dolphin”, se fundamenta en los principios de autoridad y jerarquía, se basa en grados de responsabilidad y control.

La organización será de tipo vertical y estará estructurada de la siguiente manera:

Ilustración 4

Tipo de estructura de la empresa Dolphin



2.6.2. Formalización

La empresa se regirá a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, afiliaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y su forma jurídica será Sociedad Anónima, con capacidad legal para ejercer el comercio y que responderá de forma ilimitada con todo su patrimonio ante las personas que pudieran verse afectadas por el accionar de la empresa. Cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso para su funcionamiento.

2.6.3. Centralización – Descentralización

Dolphin centrará sus actividades en las áreas de servicios de internet y venta de equipos tecnológicos; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel local.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

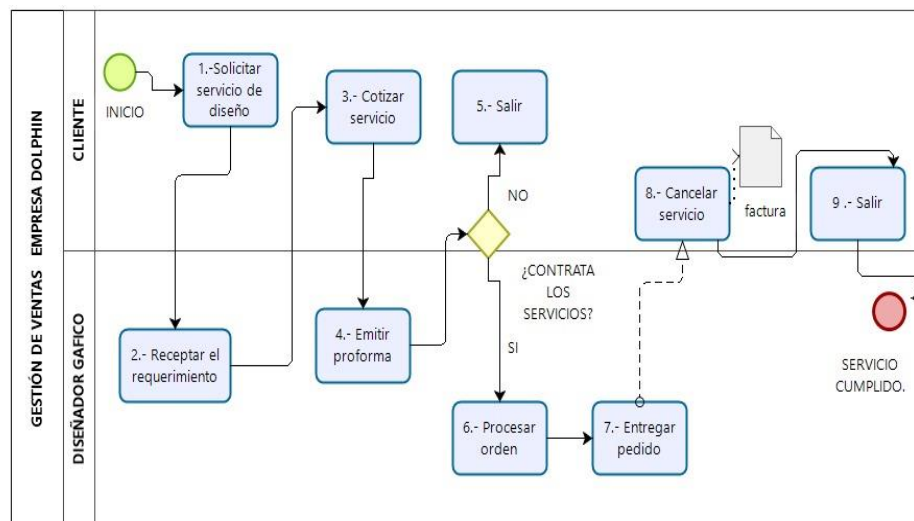
2.6.4. Integración

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de los procesos de compras, ventas, producción y distribución, este sistema permitirá llevar un control completo de entradas y salidas correspondientes en cada una de las áreas, identificando la interrelación entre estos y a la vez tomando en cuenta que se debe llevar un registro de actividades, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria.

Desarrollo de Procesos

Ilustración 5

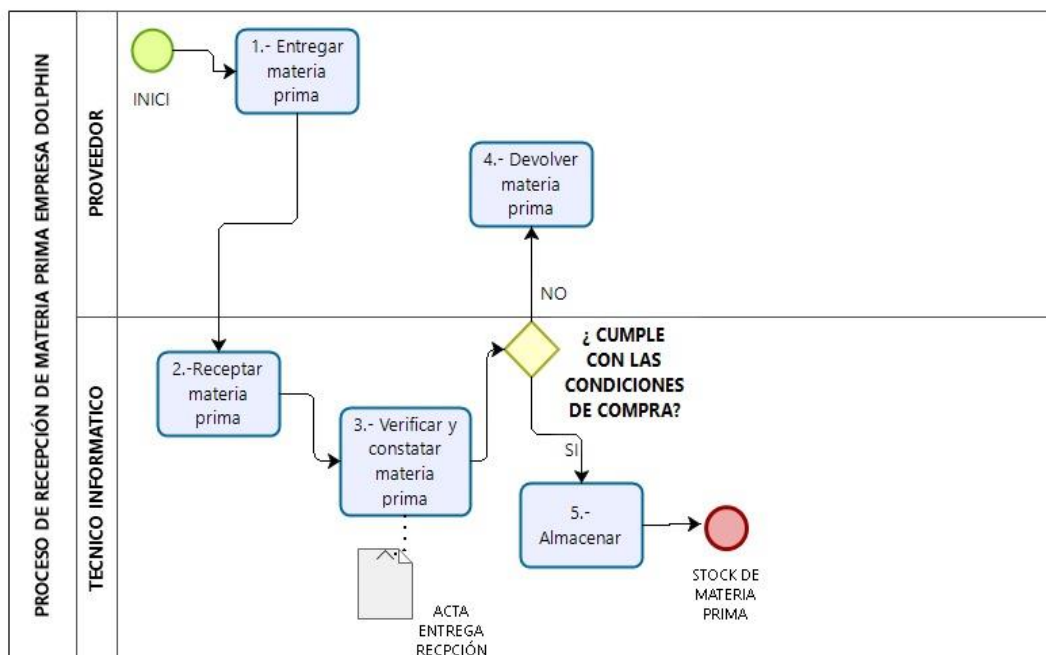
Proceso de Gestión de Ventas empresa Dolphin



Zurita, G. (2022). Proceso de Gestión de Ventas empresa Dolphin.

Ilustración 6

Proceso de Recepción de Materiales empresa Dolphin.

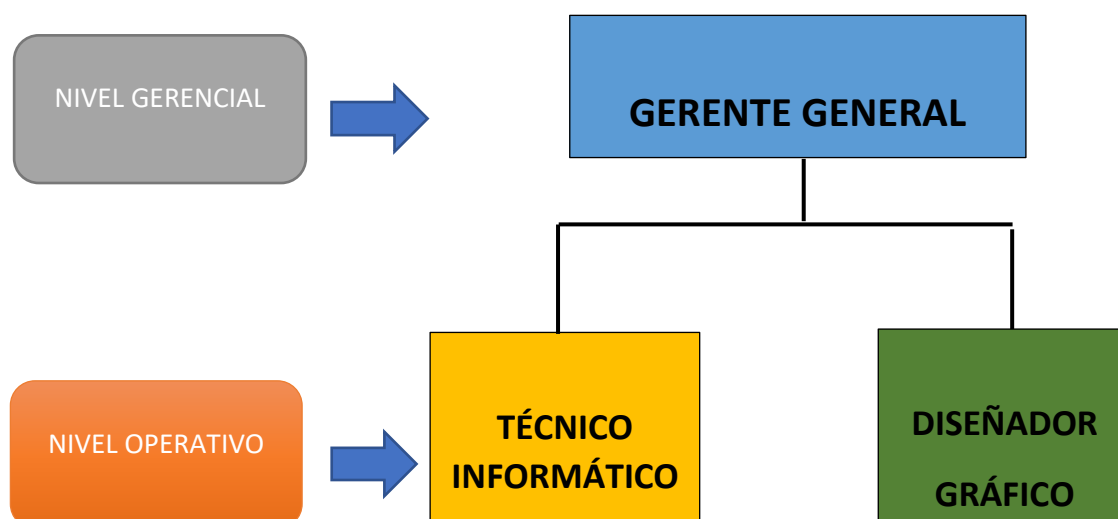


Zurita, G. (2022). Proceso de Gestión de Ventas empresa Dolphin.

2.7. Organigrama empresarial

Ilustración 7

Organigrama empresarial



Zurita, G. (2022). Organigrama empresarial Dolphin. San Cristóbal.

2.8. Funciones del personal

NOMBRE DEL CARGO:	Gerente	
REQUISITOS DE FORMACIÓN:	Conocimientos Administración	en
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	2 años	
JEFE A QUIEN REPORTA EL CARGO:	Gerente	
SUELDO:	US \$. 1.000,00	
FUNCIONES:		

- Diseñar procedimientos de mantenimiento y ponerlos en funcionamiento
- Persuadir y negociar con los proveedores.
- Planificar y priorizar la carga de trabajo.
- Motivar y dirigir un equipo.
- Administrar un presupuesto.
- Mantenerse al día con las nuevas tecnologías.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 1

Méritos aspectos a considerar, gerente general

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración. Al menos un cargo de idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.	Mínima 2 años en el cargo de Administrador o Gerente.	Dominio de procesos contables, manejo de Kardex. Trayectoria en el diseño y ejecución de programas de capacitación eficaces. Habilidad para planificar, realizar múltiples tareas a la vez y gestionar el tiempo de forma eficaz. Notables capacidades informáticas y para el manejo de bases de datos.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Delegación. Desarrollo de subordinados. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Iniciativa. Integridad. Meticulosidad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Zurita, G. (2022). *Méritos aspectos a considerar, gerente general*. Galápagos.

NOMBRE DEL CARGO:	Técnico Informático
REQUISITOS DE FORMACIÓN:	Ingeniería o Tecnología en Sistemas
REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	2 años
JEFE A QUIEN REPORTA EL CARGO:	Gerente
SUELDO:	US \$. 766,27
FUNCIONES:	

- Brindar soporte sobre el hardware y software que utilizan los usuarios
- Dar mantenimiento a las computadoras en aspectos básicos, relacionado a redes.
- Entregar una asistencia técnica de calidad que será evaluada permanentemente en pro de mejorar el servicio.
- Instalación de programas, antivirus para su perfecto funcionamiento.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2

Méritos aspectos a considerar, Técnico Informático

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Ingeniería o Tecnología en Sistemas. Al menos un idioma fluido aparte del nativo. De preferencia Inglés.	Mínima 2 años en el cargo de Técnico Informático.	Dominio Instalación y configuración de sistemas operativos. Mantenimiento del sub sistema físico y lógico de sistemas informáticos. Mantenimiento de la seguridad en sistemas informáticos.	Puntualidad Respeto Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Desarrollo de subordinados. Tolerancia al estrés. Liderazgo. Integridad. Meticulosidad. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

Zurita, G. (2022). *Méritos aspectos a considerar, técnico informático*. Galápagos.

NOMBRE DEL CARGO:

Diseñador Gráfico

REQUISITOS DE FORMACIÓN:

Tecnología en Diseño Gráfico

REQUISITOS DE EXPERIENCIA:	1 años
JEFE A QUIEN REPORTA EL CARGO:	Gerente
SUELDO:	US \$. 766,27

FUNCIONES:

- Organizar las labores de diseño y levantamiento de arte y diagramación de textos.
- Verificar las órdenes de trabajo y asignarlas según competencias.
- Diseño de material publicitario como dípticos, trípticos, logotipos, entre otros.
- Controlar el uso y las existencias de insumos requeridos en el proceso de supervisar la producción.
- Otras tareas que competan a su puesto y desarrollo profesional.

Méritos aspectos a considerar

Tabla 3

Méritos aspectos a considerar, diseñador gráfico

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Diseño Gráfico	Mínima 1 año en el cargo de Diseñador Gráfico.	Diseño gráfico Artes gráficas Redacción y ortografía Relaciones Humanas	Puntualidad Adaptabilidad. Análisis de problemas. Análisis numérico. Atención al cliente. Creatividad. Comunicación Liderazgo. Iniciativa. Planificación y organización. Sensibilidad interpersonal. Trabajo en equipo.

Zurita, G. (2022). *Méritos aspectos a considerar, diseñador gráfico*. Galápagos.

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Conseguir posicionar un producto o marca en la mente del cliente (consumidor), es el objetivo de la mercadotecnia, en este sentido, Dolphin pretende realizarlo mediante la implementación de la relación calidad-precios en sus servicios presentados, a través de la comercialización de servicios tecnológicos y de publicidad, mediante diversos medios físicos y digitales, especialmente redes sociales, atrayendo así clientes potenciales.

3.2 Investigación de mercado

El presente estudio consideró el tipo de investigación descriptiva al indagar de manera documental, de campo y aplicada en la elaboración de la investigación de mercado. La primera se realizó mediante el análisis de la organización empresarial, el análisis del entorno empresarial, y demás componentes que, en medida, aportaron con bases para conocer la factibilidad organizacional interna para la implementación de los servicios tecnológicos y de publicidad por parte de Dolphin; para ello, se llevó a cabo una investigación documental recurriendo a fuentes primarias y secundarias, recolectando información sobre servicios tecnológicos y de publicidad que la población objetivo demande. Por otro lado, se recurrió a la investigación de campo para obtener información del entorno en el que se desenvolverá Dolphin, aplicando la encuesta como técnica de recolección de información.

3.2.1 Modalidad

La recolección de datos se realizó a través de encuestas, mediante la aplicación de herramientas digitales como el formulario de google, donde se remitió el link de acceso a la población económicamente activa del cantón por medio de WhatsApp, la misma contó con 10 preguntas cerradas.

3.3 Plan de Muestreo

En la actualidad, debido a la generación de emprendimientos y nuevas formas de economía, los productos y medios tecnológicos son de uso preferente por parte de la población económicamente activa, por tanto, su población es finita; en este sentido, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, en un rango desde los 15 hasta más, los mismos que requieren de productos, servicios tecnológicos e internet en sitio para realizar sus actividades económicas.

A continuación, se detalla la población económicamente activa en un rango desde los 15 hasta los 59 años, dando un total de 3.444 personas.

Tabla 4

Rango de edad PEA

RANGO DE EDAD PEA	
De 15 a 19 años	116
De 20 a 24 años	319
De 25 a 29 años	525
De 30 a 34 años	595
De 35 a 39 años	469
De 40 a 44 años	446
De 45 a 49 años	398
De 50 a 54 años	329
De 55 a 59 años	247
TOTAL	3.444

Zurita, G. Rango de edad PEA. (2022).

Por efecto, para el cálculo de encuestas a aplicar, se tomó en cuenta la fórmula de muestreo aleatorio simple, la misma que se presenta a continuación:

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

Tabla 5

Descripción elementos de fórmula

DESCRIPCIÓN ELEMENTOS DE FÓRMULA	
N	Población segmentada
Z	Nivel de confianza 95% (1.96)
P	Proporción de defectos esperados 50% (0.5)
Q	Probabilidad negativa 50% (0.5)
E	Error de estimación 5% (0.05)
N	Tamaño de la muestra
Zurita, G. Descripción elementos de fórmula. (2022).	

$$n = \frac{3444 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (3444 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3444 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 * 3443 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{3444 * 3,8416 * 0,25}{8,6075 + 0,9604}$$

$$n = \frac{3307,61}{9,5679}$$

$$n = 346$$

3.4 Análisis de las encuestas

Tabla 6

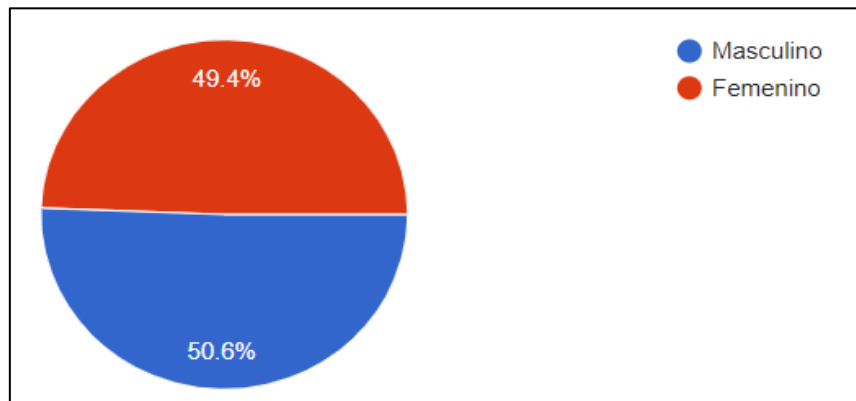
Género

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	175	50,6%
Femenino	171	49,4%

Zurita, G. *Género*. (2022).

Ilustración 8

Género



Rango de edad

Tabla 7

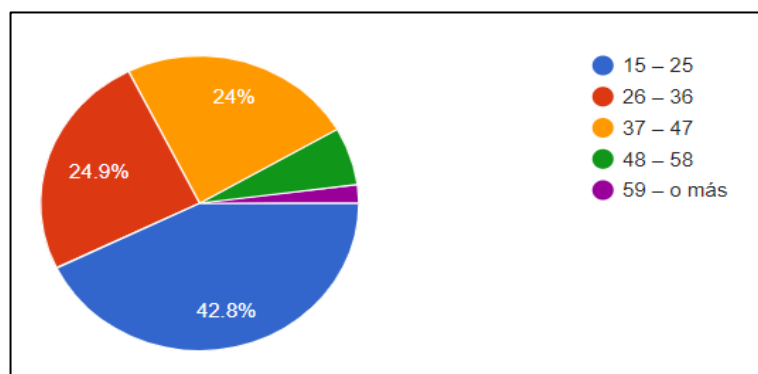
Rango de edad

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
15 – 25	148	42,8%
26 – 36	86	24,9%
37 – 47	83	24%
48 – 58	22	6,4%
59 – más	7	2%

Zurita, G. *Rango de edad*. (2022).

Ilustración 9

Rango de edad



Pregunta 1

¿Dónde realiza usted actividades como: ofimática/redacción, trámites en línea, fotografía, diseño gráfico y/o soporte técnico?

Tabla 8

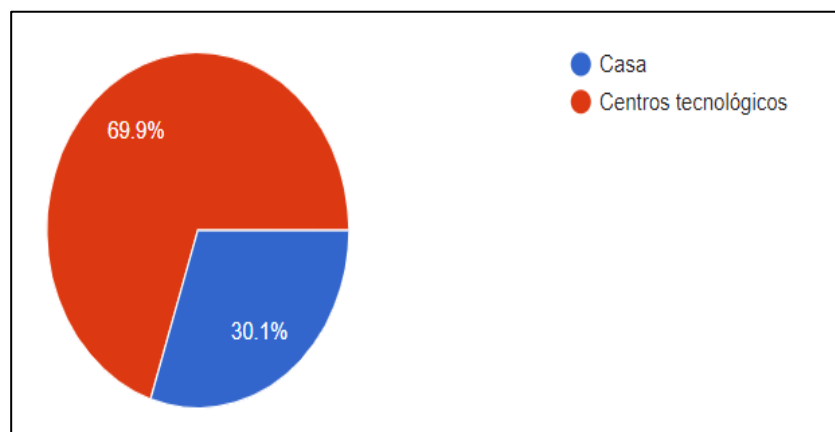
Pregunta 1

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Casa	104	30,1%
Centro tecnológicos	242	69,9%

Zurita, G. Pregunta 1. (2022).

Ilustración 10

Pregunta 1



Análisis: Según la encuesta aplicada, el 69,9% de la población, realiza en centros tecnológicos actividades como: ofimática-redacción, trámites en línea, fotografía, diseño gráfico y/o soporte técnico, en este sentido, resulta factible la idea del negocio al constatar que, en mayoría, la población acude a estos establecimientos a realizar las mencionadas actividades.

Pregunta 2

¿Con qué frecuencia acude usted a un centro de servicios tecnológicos y/o de publicidad?

Tabla 9

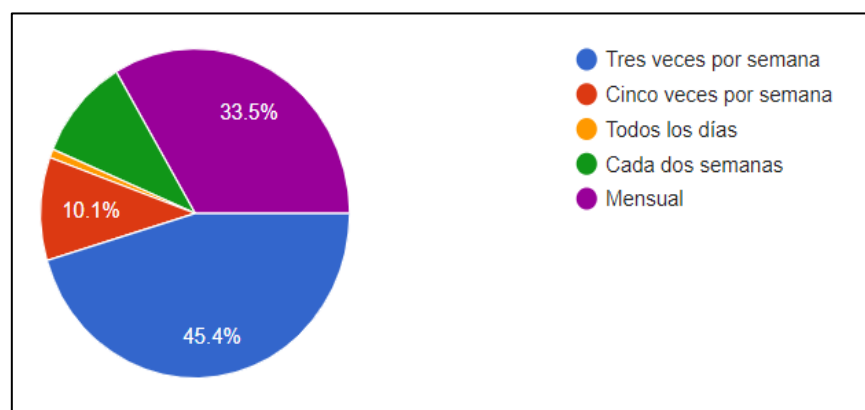
Pregunta 2

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Tres veces por semana	157	45,4%
Cinco veces por semana	35	10,1%
Todos los días	3	0,9%
Cada dos semanas	35	10,1%
Mensual	116	33,5%

Zurita, G. Pregunta 2. (2022).

Ilustración 11

Pregunta 2



Análisis: En un 45.4%, la población económicamente activa, acude a un centro de servicios tecnológicos y/o de publicidad tres veces por semana, es decir, requieren del servicio frecuentemente; sin embargo, un 33.5% manifestó que lo realizan de forma mensual, en este sentido se puede entender que ese porcentaje resultaría de la población que puede poseer en medida, productos o artículos tecnológicos que le permitan satisfacer necesidades en tecnología y publicidad.

Pregunta 3

¿Su actividad actual requiere de servicios tecnológicos o de publicidad?

Tabla 10

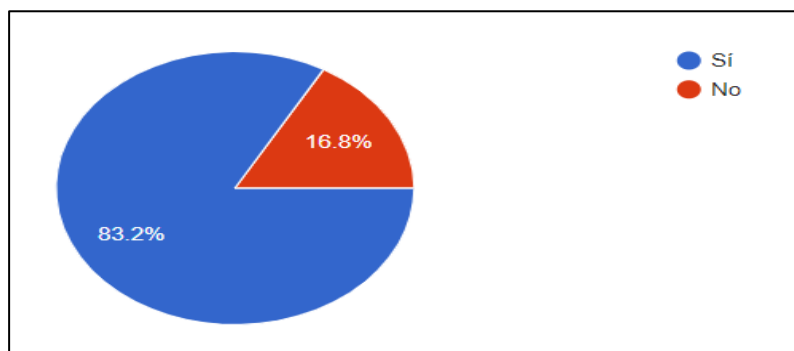
Pregunta 3

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	288	83,2%
No	58	16,8%

Zurita, G. Pregunta 3. (2022).

Ilustración 12

Pregunta 3



Análisis: La tecnología se ha convertido en parte esencial del ser humano, al permitir realizar diferentes actividades de forma más eficiente y eficaz, aumentando su productividad, por tanto, en un 83.2%, la población manifestó que requiere de servicios tecnológicos o de publicidad.

Pregunta 4.

¿Dónde realiza usted la adquisición de servicios tecnológicos y/o de publicidad?

Tabla 11

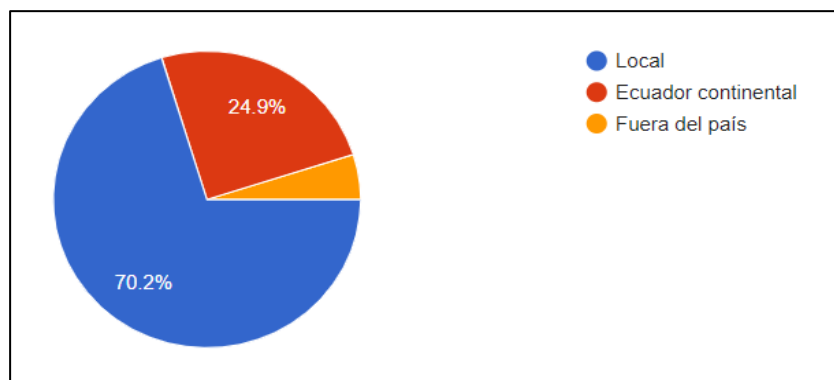
Pregunta 4

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Local	243	70,2%
Ecuador continental	86	24,9%
Fuera del país	17	4,9%

Zurita, G. Pregunta 4. (2022).

Ilustración 13

Pregunta 4



Análisis: La población en un 70.2% realiza la adquisición de servicios tecnológicos y/o de publicidad en la localidad, denotando que, para los clientes, resulta factible recibir los servicios de forma presencial. Esto se puede corroborar como diferentes factores que inciden directamente en el desarrollo de los servicios, tales como: gustos personales, marketing, benchmarking, entre otros.

Pregunta 5

¿Qué aspecto según usted es el más importante al momento de adquirir un servicio tecnológico o de publicidad?

Tabla 12

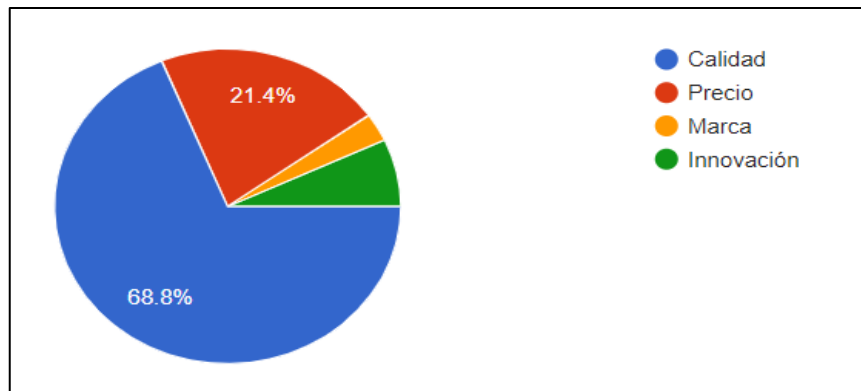
Pregunta 5

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Calidad	238	68,8%
Precio	74	21,4%
Marca	10	2,9%
Innovación	24	6,9%

Zurita, G. Pregunta 5. (2022).

Ilustración 14

Pregunta 5



Análisis: Este dato es de vital importancia para el manejo empresarial de Dolphín, puesto que la forma de entregar sus servicios se basa directamente en la relación calidad-precio, al obtener un 68.8% y 21.4% respectivamente. Esto detalla la importancia de presentar al cliente un servicio sumamente cauteloso con la calidad del servicio prestado frente al precio pertinente para el efecto.

Pregunta 6

¿A través de qué medios le gustaría recibir información acerca de servicios tecnológicos y/o de publicidad?

Tabla 13

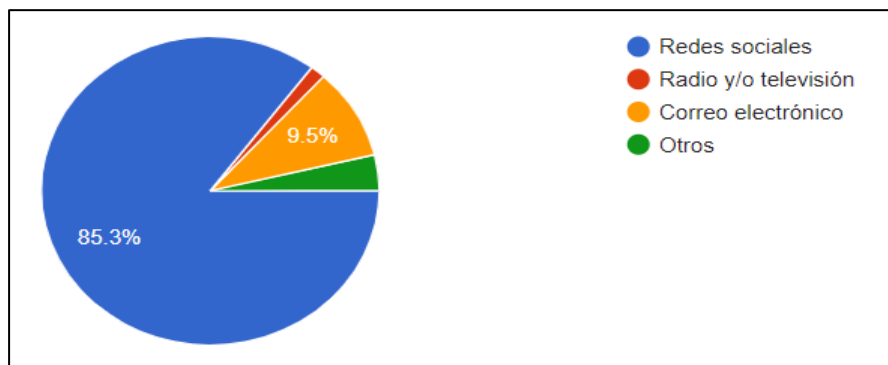
Pregunta 6

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Redes sociales	295	85,3%
Radio y/o televisión	5	1,4%
Correo electrónico	33	9,5%
Otros	13	3,8%

Zurita, G. Pregunta 6. (2022).

Ilustración 15

Pregunta 6



Análisis: La población encuestada detalló en un 85.3% que resultaría factible recibir información acerca de servicios tecnológicos y/o de publicidad mediante las redes sociales. Este dato concuerda con la realidad, debido que redes como Facebook, Instagram, TikTok, entre otros, son medios sociales por los cuales la población interactúa con una elevada demanda, por ello, como estrategia de marketing y publicidad del establecimiento y sus servicios, se puede recurrir a estos medios.

Pregunta 7

¿Por qué medio tecnológico le resulta conveniente realizar los pagos por servicios recibidos?

Tabla 14

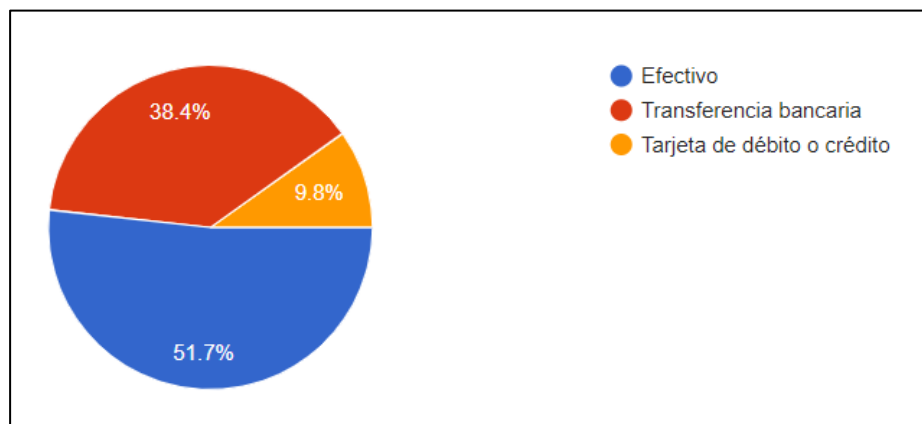
Pregunta 7

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Efectivo	179	51,7%
Transferencia bancaria	133	38,4%
Tarjeta de débito o crédito	34	9,8%

Zurita, G. Pregunta 7. (2022).

Ilustración 16

Pregunta 7



Análisis: Los encuestados refirieron en un 51.7%, que resulta conveniente realizar los pagos por servicios recibidos en efectivo, y eso se puede constatar en la pregunta Nro. 4, donde la población realiza la adquisición de servicios tecnológicos y/o de publicidad en la localidad; y en la pregunta Nro. 1, donde mayormente el cliente acude a un centro tecnológico para realizar actividades como: ofimática/redacción, trámites en línea, fotografía, diseño gráfico y/o soporte técnico. No obstante, un 38.4% manifestó que le gustaría realizar mediante transferencia bancaria.

Pregunta 8

¿Cree usted que los servicios tecnológicos y/o de publicidad son de importancia al momento de implementar una actividad económica?

Tabla 15

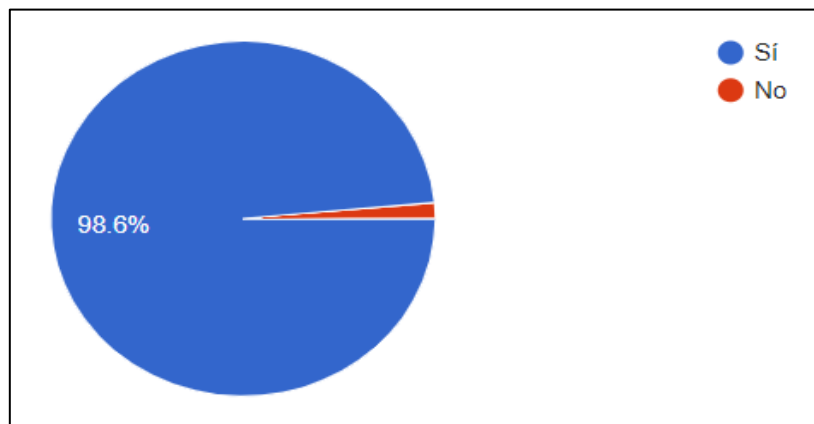
Pregunta 8

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Si	341	98,6%
No	5	1,4%

Zurita, G. Pregunta 8. (2022).

Ilustración 17

Pregunta 8



Análisis: La ciudadanía concuerda en un 98.6% que los servicios tecnológicos y/o de publicidad son de importancia al momento de implementar una actividad económica, pues la misma, aporta en el incremento de la productividad. Este dato refleja la importancia de la tecnología en las nuevas formas de economía puesto que, como se mencionó en la pregunta Nro. 6 la población es recurrente a redes sociales con la finalidad de realizar marketing y publicidad.

Pregunta 9

Cree usted que resultaría factible que un centro tecnológico se encuentre ubicado en:

Tabla 16

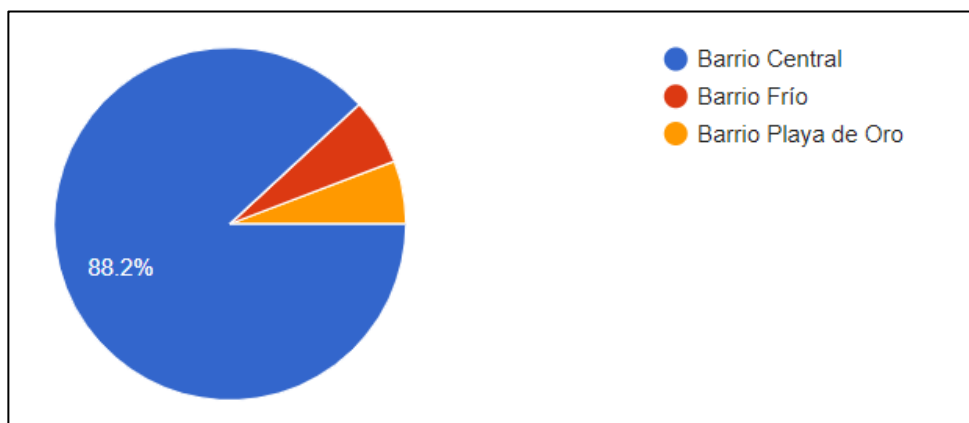
Pregunta 9

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Barrio central	305	88,2%
Barrio frío	21	6,1%
Barrio playa de Oro	20	5,8%

Zurita, G. Pregunta 9. (2022).

Ilustración 18

Pregunta 9



Análisis: La isla San Cristóbal se caracteriza por su extenso Eco-Malecón, el mismo que se encuentra en todo el caso urbano, y donde en mayoría, la economía se mueve gracias al tránsito de turistas y población local, en este sentido, los encuestados manifestaron en un 88.2% que resultaría factible la ubicación del establecimiento en el centro del cantón (barrio central).

Pregunta 10

¿Para usted, cuál sería el horario óptimo para de atención de un centro tecnológico?

Tabla 17

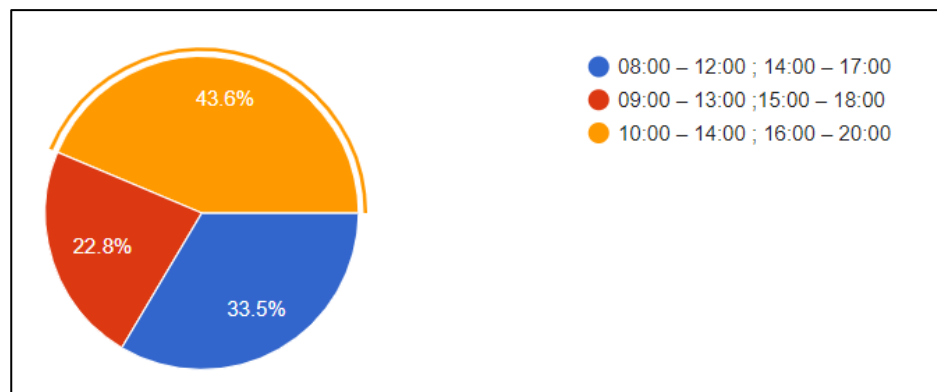
Pregunta 10

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
08:00 – 12:00 ; 14:00 – 17:00	116	33,5%
09:00 – 13:00 ;15:00 – 18:00	79	22,8%
10:00 – 14:00 ; 16:00 – 20:00	151	43,6%

Zurita, G. Pregunta 10. (2022).

Ilustración 19

Pregunta 10



Análisis: El horario de atención de un establecimiento es importante al momento de presentar sus productos o servicios, pues éste se ve influenciado por la actividad económica que presenta a sus clientes y, por ende, la comodidad de los mismos, en este sentido, la población cree conveniente que Dolphin se apertura al público, en un 43.6%, a partir de las 10:00 de la mañana hasta las 14:00 y de 16:00 hasta las 20:00.

3.4.1 Análisis General

Tabla 18

Análisis general detallado.

ANÁLISIS GENERAL DETALLADO	
1.	El cliente realiza actividades complementarias a los servicios tecnológicos (ofimática/redacción, trámites en línea, fotografía, diseño gráfico y/o soporte técnico) en centros tecnológicos.
2.	El cliente acude con frecuencia a un centro de servicios tecnológicos y/o de publicidad.
3.	La actividad económica del cliente requiere de servicios tecnológicos o de publicidad.
4.	El cliente realiza la adquisición de servicios tecnológicos y/o de publicidad a nivel local.
5.	El cliente mantiene presente la relación calidad-precio en sus servicios tecnológicos o de publicidad a recibir
6.	A través de las redes sociales al cliente le convendría recibir información acerca de servicios tecnológicos y/o de publicidad
7.	Al cliente le resulta factible realizar los pagos por servicios recibidos en efectivo, aunque se mantiene como segunda opción la transferencia bancaria
8.	El cliente opina que los servicios tecnológicos y/o de publicidad son de importancia al momento de implementar una actividad económica
9.	El cliente prefiere que el centro tecnológico se encuentre ubicado en el barrio central, al ser el sector más transitado por la población
10.	El cliente cree conveniente que el establecimiento esté disponible desde las

Zurita, G. Análisis General Detallado. (2022).

Podemos afirmar que las tecnologías se han convertido en un elemento de una u otra forma de economía. Como se detalló en los hallazgos, en un rango de 15 a 25 años, adolescentes y jóvenes recurren a los servicios tecnológicos, y eso se corrobora con la aplicación de la misma encuesta, puesto que fue vía link (formulario de Google), el mismo que, para acceder requirió de un equipo tecnológico para dar su respuesta. A su vez, la implementación de servicios tecnológicos y de publicidad posee una relación directa con el cliente y consumidor al permitir aumentar la productividad en su actividad económica.

Por otra parte, se evidenció que las redes sociales dominan el mundo de la publicidad, tanto para adolescentes, jóvenes y adultos, quienes gracias a la globalización de las TIC (Tecnología de la Información y Comunicación) tienen una alta capacidad para manejarlas, puesto que, en mayor parte pasan en el mundo tecnológico interactuando con empresas, personas, entidades, etc. Por ende, es de importancia para Dolphin manejar marketing digital mediante estos medios con la

finalidad de llegar a los clientes y dar a conocer la oferta en sus servicios tecnológicos.

Se reflejó que la población mantiene un alto interés en los servicios tecnológico y de publicidad, así también, se demostró que las formas de pago para el cliente se mantienen en dinero en efectivo y en un segundo plano las transferencias bancarias; y, el horario conveniente para el cliente empieza desde las 10 de la mañana hasta las 08 de la noche.

Para finalizar, en base al análisis general detallado, se afirma que la creación de la empresa de servicios tecnológicos y publicidad “Dolphin”, ubicado en la isla San Cristóbal, Galápagos, es factible y viable.

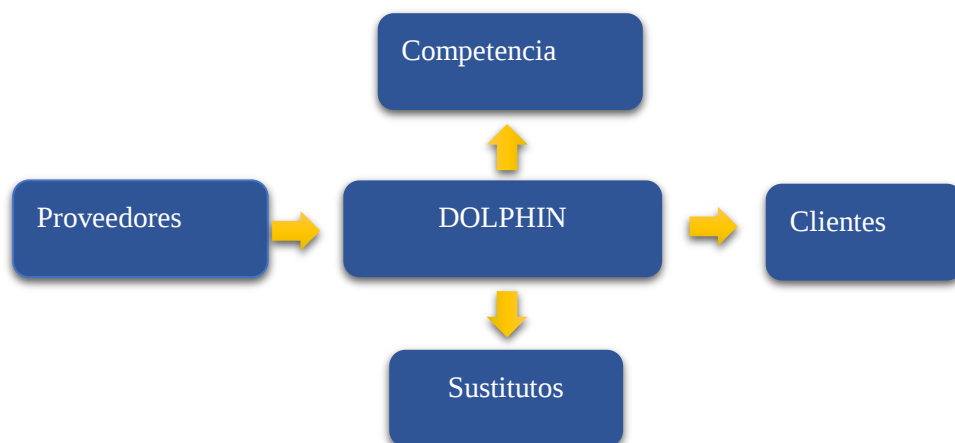
3.5. Entorno empresarial

3.5.1. Microentorno

Dolphin considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 20

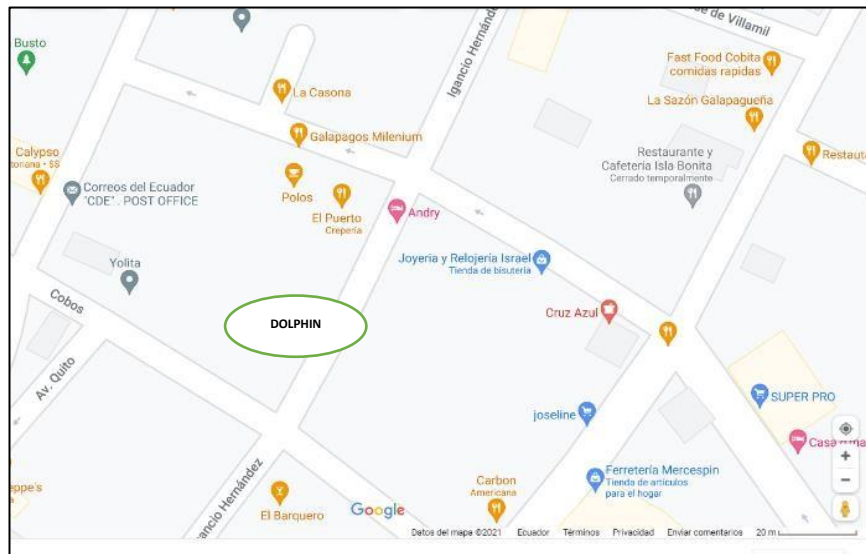
Esquema microentorno Dolphin.



Zurita, G. (2022). *Esquema microentorno Dolphin*. San Cristóbal, Galápagos.

Ilustración 21

Ubicación



(Ubica Ecuador, 2022) *Ubicación*. Recuperado de <https://www.ubica.ec/explore/dir/sancristobal/62286192/366406974#!/?reflat=-0.90457&reflng>

3.5.2. Competencia directa

Para evaluar la competencia directa se tomaron en cuenta parámetros como: el tipo de establecimiento, la categoría y los productos que ofertan. Por efecto, una vez realizado el sondeo de mercado en el sector barrio central, en donde se ubicará la empresa Dolphin, se encontraron dos establecimientos como competencia directa, “Papelería José Gael” que cuenta con el servicio de internet y venta de productos tecnológicos; y, la empresa “Maky” que oferta el servicio de publicidad.

3.5.3. Competencia indirecta

Existen algunos establecimientos a considerarse competencia indirecta en el sector barrio central, donde funcionará Dolphin.

En las Avenidas 12 de Febrero y Quito, Teodoro Wolf e Ignacio Hernández, se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta, puesto que ofrecen servicio de mantenimiento, reparación, servicio técnico y venta de equipos móviles.

En la calle Ignacio Hernández y Teodoro Wolf, se encuentra el establecimiento “Audio y Video Michelle”, el mismo que ofrece servicio de venta de artículos tecnológicos de audio y video.

En la calle Teodoro Wolf y Av. Alsacio Northía, se encuentra el establecimiento “Papelería Carla Juliana” el mismo que oferta suministros de oficina y alquiler de internet.

3.5.4. Sustitutos

Después de recorrer el sector se encontró dos sustitutos, el establecimiento “Refugio del Pirata”, ubicado en la Avenida Charles Darwin y José de Villamil. Este local hace las veces de sustituto al vender teléfonos celulares, recargas, chip’s, memorias, entre otros; sin embargo, no se considera competencia al no ser un establecimiento directamente vinculado a la venta de productos tecnológicos, servicio de internet en sitio y/o servicios publicitarios.

En calle Ignacio Hernández, se encuentra el bazar D’Cristhi, el cual realiza la venta de artículos de vestir y servicio de fotocopiado.

3.5.5. Proveedores

Teniendo en cuenta que la relación calidad-precio en los productos y servicios, es uno de los principios fundamentales con los que trabajará Dolphin, sus proveedores serán fiables y presentarán garantía en sus productos, los mismos que residen en la ciudad de Quito.

Tabla 19*Tabla de Proveedores*

Tabla de proveedores		
Compra de suministros, materiales, accesorios, equipos de computación		
Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Importadora Jurado	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Facilidades de pago (créditos, descuentos) Entrega al establecimiento. Garantía en sus productos	Suministros y accesorios de oficina Portadas, contraportadas, espirales, folders, láminas para plastificar, etc.
TECNOMEGA	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Facilidades de pago (créditos, descuentos) Entrega al establecimiento. Garantía en sus productos	Mouse, computadores, laptops, CPU, UPS, teclados
MASPAPELES	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Facilidades de pago (créditos, descuentos) Entrega al establecimiento. Garantía en sus productos	Papel cuché (varios gramajes), adhesivo, cartulina (marfil, lizo, hilo, entre otros),
REFILLTONNER	Productos de calidad Varios años de experiencia en el mercado Entrega al establecimiento. Garantía en sus productos	Tintas 100% originales para impresiones.

Zurita, G. (2022). *Proveedores*. San Cristóbal.

3.5.6. Intermediarios

Dolphin comercializará sus productos de forma directa con sus proveedores y clientes, por tanto, no necesitará de intermediarios para realizar esta actividad.

3.5.7. Clientes

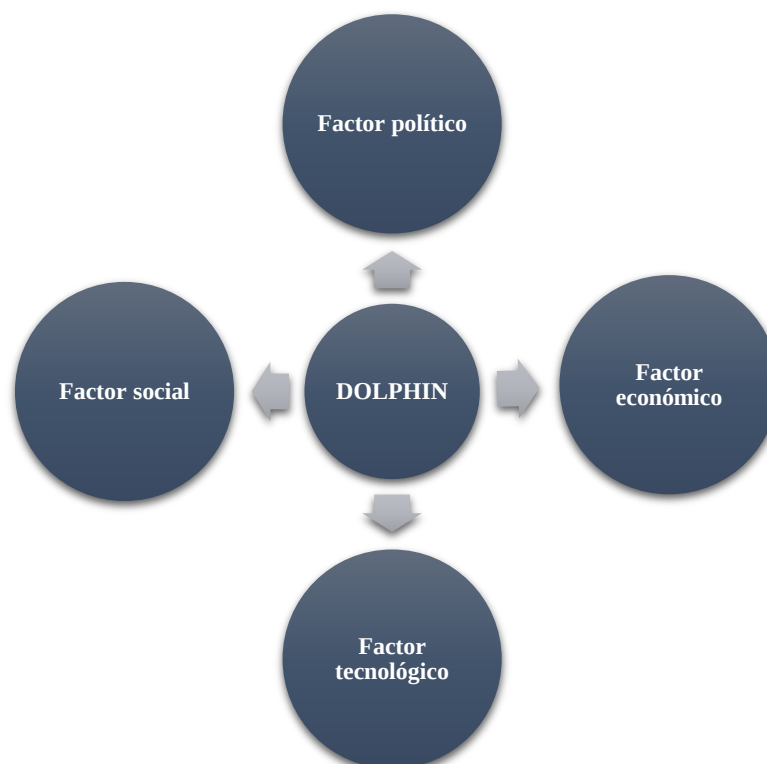
En la actualidad, la tecnología ha ido innovando en productos y servicios, por tanto, Dolphin es una empresa dirigida a la población económicamente activa, jóvenes estudiantes, emprendedores, y población que reside en el sector, con la finalidad de satisfacer necesidades tecnológicas.

3.5.8. Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Dolphin no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del establecimiento.

Ilustración 22

Esquema macroentorno Dolphin



Zurita, G. (2022). *Esquema macroentorno Dolphin*. San Cristóbal.

- **Factor Político**

En el Ecuador las empresas y/u organizaciones están regulados por la Norma de la Ley de Compañías y estará bajo supervisión y control de la Superintendencia de Compañías que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento (compañías anónimas y limitadas). Por otro lado, también están sujetos al Servicio de Rentas Internas que emite regulaciones en cuanto al Régimen de empresas o microempresas. Debido a la pandemia que atraviesa el mundo, en Ecuador todos los establecimientos mantienen medidas de bioseguridad de aplicación obligatoria con la finalidad de mitigar el COVID-19.

Dolphin realizará sus actividades dentro de los límites legales establecidos por la Constitución de la República del Ecuador, acatando disposiciones determinadas para las microempresas.

- **Factor Económico**

Aunque la gestión interna de una empresa es el elemento más importante para su crecimiento y desarrollo, los factores externos que más influyen en una empresa son los económicos, puesto que, si funcionan adecuadamente, a futuro se podría iniciar un proceso de expansión.

El crecimiento poblacional es fundamental para Dolphin, al ubicarse dentro una zona urbana y casco turístico de la ciudad, no obstante, con el crecimiento poblacional nacen nuevas formas de hacer economía y con ello posibles clientes potenciales que requerirán de nuevos e innovadores productos tecnológicos, así como servicios de publicidad para promocionar sus nuevos emprendimientos y negocios.

El desarrollo económico de la región, en este caso Galápagos, influirá en Dolphin al estar directamente vinculada al crecimiento en ventas y servicios que por consecuencia provocará un incremento en personal, y por ende, sueldos y materiales.

- **Factor Tecnológico**

En la actualidad tener acceso a la tecnología se ha vuelto sencillo gracias a la globalización en productos y servicios, por tanto, se encuentra disponible para cualquier usuario o establecimiento.

Resulta un factor muy importante para lograr un incremento en el desenvolvimiento diario de Dolphin, logrando una ventaja competitiva ante los establecimientos que ofertan similares productos y/o servicios. Estos incrementos pueden detallarse al momento de realizar cobros en línea, sin la utilización de efectivo ahorrando tiempo al cliente, en la seguridad al implementar sistemas de video vigilancia o alarma, registro del personal, contabilidad diaria de las ventas realizadas, entre otros.

- **Factor social**

Dolphin oferta servicios tecnológicos y de publicidad a la población del cantón San Cristóbal, por ende, esto influye en la cultura de su sociedad, en las posibilidades de actuación empresarial y la aceptación de los servicios presentados; es decir, los cambios en los clientes sobre su necesidad permite llevar de manera productiva sus actividades y requerimientos, en los hábitos, costumbres, tradiciones, etc.

3.6. Producto y servicio

Existen diferencias entre producto y servicio, el primero es algo que se puede percibir con nuestros sentidos, de cierta forma se puede tocar, oler, oír, ver; en cambio el segundo no se lo puede percibir; sin embargo, se verificará después de haberlo consumido o recibido.

En este sentido, Dolphin será una empresa dedicada a la oferta de tecnología. Se enfocará principalmente en proporcionar servicios tecnológicos como: la comercialización de equipos y/o accesorios tecnológicos, elaboración de publicidad impresa y digital; y, servicios de internet en sitio, agregando innovación y calidad en su resultado final, manejando un óptimo control en los procesos de producción que enfatizan en el eficiente uso de técnicas y métodos de promoción, venta, garantía y bioseguridad.

3.6.1 Producto Esencial

Dentro de la empresa, refiere al producto y/o servicio que realmente compra el cliente, en otras palabras, el beneficio básico del bien o servicio adquirido.

Cada vez los usuarios de productos y servicios tecnológicos van en aumento gracias a la creciente innovación sus sistemas y funcionamientos; además del producto final, buscan un balance entre la calidad y precio del mismo.

El producto esencial en Dolphin es la garantía en los productos y servicios que oferta, basados en la calidad de los mismos, denotando un excelente aprovechamiento de recursos económicos, tecnológicos y humanos; haciendo de sus procesos un alcance eficaz.

3.6.2 Producto real

Dolphin maneja tecnología, una gran variedad de productos y servicios que se detallan a continuación:

- Elaboración de publicidad impresa y digital: Tarjetas de presentación, trípticos, impresiones A3, A4, diseño de logotipos, entre otros.
- Comercializar equipos y/o accesorios tecnológicos tales como: equipos de computación, impresoras, laptops, memorias USB, CD's, entre otros.
- Servicios de internet en sitio: Alquiler del servicio de internet.

3.6.3 Características

Para la comercialización de equipos, servicio de elaboración de publicidad e internet en sitio, el manejo interno se guiará en primer orden por el proceso gobernante del establecimiento, es decir, en la planificación organizacional y gestión de control; continuando con los procesos sustantivos, los mismos que se detallan en la gestión y oferta comercial, diseño, producción y entrega del producto o servicio, y para finalizar con la gestión interna, se encuentran los procesos adjetivos como mantenimiento y de adquisiciones, con la finalidad de brindar a los clientes un producto o servicio final de calidad.

3.6.4 Calidad

Si bien la comercialización de equipos tecnológicos, servicio de publicidad e internet en sitio dependen de Dolphin, ésta se encuentra sujeta a los productos y materiales adquiridos a los proveedores, por efecto, para presentar un producto y servicio de calidad al cliente, para esto, la empresa constatará y verificará que las características técnicas que se requieran, las cumpla el producto a adquirir.

3.6.5 Estilo

Dolphin manejará un estilo moderno en cuanto a la organización de sus equipos, suministros y productos propios del establecimiento. Para la venta de productos tecnológicos, los mismos estarán ubicados en vitrinas con sus respectivas características y precios, con la finalidad de brindar mayor información al cliente; para el servicio de publicidad, el diseñador gráfico se contactará con el cliente sea de forma presencial, telefónica o vía redes sociales, para llegar a un acuerdo sobre las necesidades del mismo y así concretar una eficaz calidad en los beneficios recibidos post venta de la publicidad; y para finalizar, los clientes que requieran del servicio de internet en sitio podrán obtenerlo solicitando al personal a cargo, un cubículo donde estará disponible un computador con acceso a internet.

3.7. Marca

Dolphin, es una palabra en el idioma inglés que en español significa Delfín, y el cual es uno de los animales más inteligentes de la tierra, de aspecto noble y a la vez amigable, con una alta destreza marina, tiene facilidad de convivencia con el ser humano y hasta existen registros que estos bellos animales han ayudado y salvado la vida a otras especies. Forma parte de la vida natural que podemos encontrar en las Islas Galápagos, es especial en nuestro cantón San Cristóbal, el mismo sitio en donde se radica nuestra marca.

3.7.1. Producto aumentado

Lo que diferencia a Dolphin de la competencia es la correcta aplicación de los procesos gobernantes, sustantivos y adjetivos, que aportarán directamente en la consecución de estándares de calidad al momento de presentar un servicio al

cliente óptimo y personalizado (valor agregado), generando en él, confianza y fiabilidad en el producto final a presentar.

3.8. Plan de introducción al mercado

3.8.1. Distintivos y Uniformes

Área de Técnica y Diseño Gráfico

El Diseñador Gráfico y el Técnico de Mantenimiento usarán el uniforme proporcionado por Dolphin, mismo que tendrá los distintivos del establecimiento y constarán de:

Diseñador Gráfico y Técnico de Mantenimiento.

Camiseta color blanco con el distintivo de la empresa.

Ilustración 23

Diseño uniforme Diseñador Gráfico y técnico de mantenimiento.



3.8.2. Materiales de identificación

Ilustración 24

Imagotipo



Elementos a destacar:

- El delfín representa la naturalidad del establecimiento al encontrarse en un paraíso marino como Galápagos.
- El estilo ortodoxo de la palabra Dolphin, Tecnología & Publicidad, es con el fin de denotar la seriedad y calidad que presenta el establecimiento al cliente.
- El eslogan del logo detalla los servicios principales que oferta Dolphin.

Los colores usados:

El color Gris, es una tonalidad seria, pues se relaciona con el conocimiento, la sabiduría y todo lo clásico. De igual modo, representa la neutralidad y el compromiso con el entorno natural y rocoso de origen volcánico de las Islas Galápagos.

El Color Azul, transmite confianza, inteligencia, honestidad, sabiduría, lealtad, y seguridad, pues representa en esencia de lo que Dolphin está constituido.

Tarjetas de presentación

En el anverso puede apreciarse el Isotipo de la empresa

Ilustración 25

Anverso tarjeta de presentación



Hoja membretada

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 26

Hoja membretada



Dirección: Ignacio Hernández y 12 de Febrero
Correo electrónico: dolphin_center@hotmail.com
Teléf.: 0997328994

3.8.3. Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de venta físico de Dolphin es en establecimiento ubicado en la isla San Cristóbal, provincia de Galápagos, en la calle Ignacio Hernández y Av. 12 de Febrero.

Promoción

El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.

Otro canal de promoción serán las volantes entregadas a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micromercado, entre otros.

Una vez el establecimiento logre posicionarse en el mercado, se optará por medios de promoción como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

Contacto

- Tarjetas de presentación
- E-mail
- WhatsApp
- Facebook

Correspondencia

- A través de mail corporativo.

Negociación

- Directa en el establecimiento con cita previa
- A través de videoconferencia. (Zoom)
- Vía telefónica

Financiamiento

Tabla 20*Financiamiento publicidad*

Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$30.00
Hojas membretadas	Mensual	\$2,50
TOTAL MENSUAL		\$32,50
VALOR ANUAL SIN UNIFORMES		\$390,00
MÁS UNIFORMES		\$45,00
TOTAL ANUAL		\$435,00

Zurita, G. (2022). Financiamiento publicidad. San Cristóbal.

Compra de materiales**Tabla 21***Compra de materiales (inventario)*

INVENTARIO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Lámina A4 cartulina marfil lisa	1.500	0,10	150,00
Tonner varios colores (negro, amarillo, azul y rojo) X3	04	160,00	640,00
Rollo de laminación	01m	15,00	15,00
Papel bond 75gr A3	01	8,50	8,50
Papel couché, gramaje de 115gr, lámina A4	750	0,08	60,00
TOTAL			<u>\$ 873,50</u>
TOTAL, ANUAL			<u>\$ 10.482,00</u>

Zurita, G. (2022). Compra de materiales (inventario). San Cristóbal.

3.8.4. Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más importante que actualmente enfrentará Dolphin, es la pandemia COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad, sobretodo en el proceso de atención al cliente, en donde se

involucra la compra de materiales elaboración de los servicios y la entrega del producto final al cliente.

La oportunidad más grande que tiene Dolphin es posicionarse en un mercado de escasa competencia, además, debido a la emergencia por el COVID 19, la población económicamente activa ha ido en aumento. Si bien es cierto, a raíz de la emergencia sanitaria, los establecimientos se han visto perjudicados, de manera que muchos de ellos tuvieron que cerrar sus puertas, y, actualmente es todo lo contrario, se han lanzado al mercado muchos emprendimientos e incluso nuevos establecimientos de todo tipo, por ende, la necesidad de utilizar servicios tecnológicos y de publicidad.

3.9. Fijación de Precios

3.9.1. Fijación de precios por receta estándar.

Los precios de los servicios tecnológicos y de publicidad presentados a continuación han sido calculados por producto. Se toma en cuenta el costo de la adquisición de materiales para realizar el servicio y la referencia es el costo por producto final. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de la producción, por ejemplo:

- Mano de obra
- Gastos de elaboración del servicio (referente a servicios básicos)
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA
- Costo de servicio

En las siguientes tablas se puede apreciar cuál es el porcentaje de estos valores, posterior se define el precio final del servicio.

A continuación, se presentan los costos de 3 servicios:

- Elaboración y creación de publicidad digital (Marketing Digital)

- Tarjeta de presentación
- Flyers

Cabe mencionar, que los servicios complementarios como ofimática, redacción de textos, investigación, entre otros, serán cotizados de acuerdo a su nivel de complejidad, el material utilizado (en caso de requerirlo), se lo agregaría como costo al precio del servicio.

Tarjetas de presentación

Tabla 22

Tarjeta de presentación. Eestándar de costos

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Tarjetas de presentación laminada x 200 unidades (base); 8,5 x 5,5 cm		Código: 001	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/02/2022		Persona a cargo: Diseñador gráfico	
MATERIAL/SERVICIO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Elaboración del diseño	Unidad	5,00	01	5,00
Lámina A4 cartulina marfil lisa	Unidad	0,10	25	2,50
Tonner varios colores (negro, amarillo, azul y rojo)	MI	0,053	25	1,33
Laminación	Metro	0,075	9	0,67
FOTOGRAFÍA				
			Total neto	9,50
			Gasto de fab. 15%	1,42
			Factor costo 33%	3,13
			G. Admin 12%	1,14
			25% utilidad	2,37
			Subtotal	17,56
			12% IVA	2,10
			Total	\$ 19,66

Zurita, G. (2022). Tarjeta de presentación. Estándar de costos. San Cristóbal.

Elaboración y creación de publicidad digital (Marketing Digital)

Tabla 23

Elaboración y creación de publicidad digital. Estándar de costos.

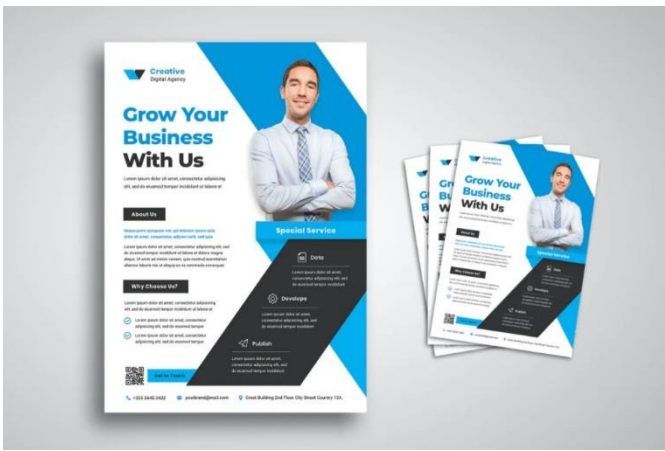
		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Elaboración y creación de publicidad digital (Marketing Digital)		Código: 002	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/02/2022		Persona a cargo: Diseñador gráfico	
MATERIAL/SERVICIO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Elaboración de marca (logo)	Unidad	15	01	15,00
Creación de publicidad digital	Unidad	25	01	25,00
Creación y difusión para redes	Unidad	35	01	35,00
FOTOGRAFÍA				
			Total neto	75,00
			Gasto de fab. 15%	11,25
			Factor costo 33%	24,75
			G. Admin 12%	9,00
			45% utilidad	33,00
			Subtotal	153,00
			12% IVA	18,36
			Total	171,36

Zurita, G. (2022). Tarjeta de presentación. Estándar de costos. San Cristóbal.

Elaboración de Flyers

Tabla 24

Flyers. Estándar de costos.

		FICHA TÉCNICA DE PRODUCCIÓN		
		ESTÁNDAR DE COSTOS		
NOMBRE DEL SERVICIO:	Flyers, 200 base; Tamaño media página.		Código: 003	
FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	07/02/2022		Persona a cargo: Diseñador gráfico	
MATERIAL/SERVICIO	MEDIDA	COSTO	CANTIDAD	TOTAL
Elaboración del diseño	Unidad	6,00	01	6,00
Papel couché, gramaje de 115gr, lámina A4	Unidad	0,08	50	4,00
Tonner varios colores (negro, amarillo, azul y rojo)	Ml	0,053	50	2,65
FOTOGRAFÍA				
			Total neto	12,65
			Gasto de fab. 15%	1,89
			Factor costo 33%	4,17
			M.O. 25%	3,16
			G. Admin 12%	1,51
			25% utilidad	3,16
			Subtotal	26,54
			12% IVA	3,18
			Total	<u>29,72</u>

Zurita, G. (2022). Flyers. Estándar de costos. San Cristóbal.

3.10 Implementación del negocio

Arriendo del local

Tabla 25

Arriendo del local

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$300	\$1.800	\$3.600

Zurita, G. (2022). Arriendo del local. San Cristóbal.

Equipos industriales

Tabla 26

Equipos industriales

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Impresora Xerox	01	5.000,00	5.000,00
Guillotina para corte semi industrial A3	01	390,00	390,00
Laminadora	01	450,00	450,00
TOTAL			\$ 5.840,00

Zurita, G. (2022). Equipos industriales. San Cristóbal.

Equipos de computación

Tabla 27

Equipos de computación.

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Computador escritorio Intel i3, 10ma, 8gb RAM, 500 Gb	06	499,00	2.994,00
Laptop Lenovo Intel Core i7 10ma, 8Gb RAM, 500 Gb memoria interna	02	800,00	1.600,00
Impresora Epson	02	345,00	690,00
TOTAL			\$ 5.284,00

Zurita, G. (2022). Equipos de computación. San Cristóbal.

Muebles y enseres

Tabla 28

Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Modular de madera 5 x 2metro	01	365,00	365,00
Sillas metálicas con cuerina negra	06	40,00	240,00
Cabinas personales	06	400,00	2.400,00
Vitrina vertical de vidrio	02	180,00	360,00
TOTAL			<u>3.665,00</u>

Zurita, G. (2022). Muebles y enseres. San Cristóbal.

Equipos industriales de seguridad

Tabla 29

Equipos industriales de seguridad

EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb	1	\$50.00	\$50,00
Bomba de mano desinfectante	2	\$7.00	\$14,00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10,00
TOTAL			\$74,00

Zurita, G. (2022). Equipos industriales de seguridad. San Cristóbal.

Suministros de oficina

Tabla 30

Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Resma de papel Papel bond A4, 1 cartón x 10 resmas	1	\$36.00	\$36,00
Grapadora	1	\$4.50	\$4,50
Grapas (caja)	1	\$1.15	\$1,15
Caja 3 resaltadores	1	\$1.80	\$1,80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	3	\$0.40	\$1,20
Perforadora	1	\$3.00	\$3,00
Libreta	2	\$0.57	\$1,14
Carpeta de cartón	20	\$0.22	\$4,40
Tijera	1	\$0.45	\$0,45
TOTAL			\$53,64
TOTAL ANUAL			\$643,68

Zurita, G. (2022). Suministros de oficina. San Cristóbal.

Servicios básicos

Tabla 31

Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Luz	\$30.00
Teléfono	\$10.00
Internet	\$230.00
TOTAL	\$270.00
TOTAL ANUAL	\$3.240.00

Zurita, G. (2022). Servicios básicos. San Cristóbal.

Materiales de limpieza

Tabla 32

Materiales de limpieza

MATERIALES DE LIMPIEZA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Escoba de cerda pequeña	1	\$3.50	\$3,50
Trapeador	1	\$7.00	\$7,00
Cloro 1 Gal	1	\$4.95	\$4,95
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$12.00	\$12,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.75	\$1,75
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$5.99	\$5,99
Papel higiénico jumbo 200 metros	4	\$1.00	\$4,00
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	1	\$9.50	\$9,50
TOTAL			\$48,69
TOTAL ANUAL			\$584,28

Zurita, G. (2022). Materiales de limpieza. San Cristóbal.

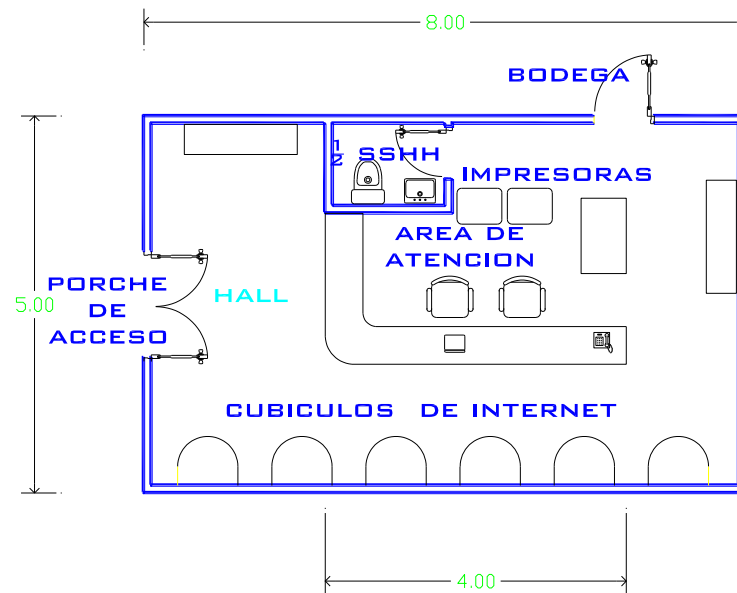
3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del establecimiento la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa (3) y el aforo que se manejará (15 personas). El establecimiento ha considerado el espacio que necesitarán los trabajadores para moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades. Se ha agregado un espacio específico como bodega. Como se puede observar, se agregaron espacios físicos para las diferentes acciones que los clientes vayan a realizar.

Estructura interna del establecimiento.

Ilustración 27

Estructura del establecimiento.



ESTABLECIMIENTO "DOLPHIN"

Zurita, G. (2022). Estructura del establecimiento Dolphin. San Cristóbal.

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

Más allá de cumplir con los requisitos de ley, la formalización de la empresa Dolphin permitirá acceder al mercado local, nacional e internacional, puesto que, la formalidad es visibilidad, no solamente en el mercado, sino también en el sistema financiero de nuestro país. En este sentido, se realizarán los trámites y permisos pertinentes para el caso.

4.1.Servicio de Rentas Internas / SRI

Como primer deber formal para iniciar un negocio, que se debe inscribir en sus registros, proporcionando los datos de actividades económicas y comunicar oportunamente los cambios que se presenten a lo largo del funcionamiento del mismo (SRI, 2022. P. 1). A su vez, como requisitos para obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) detalla:

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Planilla de servicios básicos (Luz, agua o teléfono)
- Correo electrónico

Para legalizar el establecimiento Dolphin además del trámite que se realiza ante el SRI, deberá obtener los siguientes documentos.

4.2.Patente Municipal

La patente municipal se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio, en este caso, según el GAD Municipal del cantón San Cristóbal, (2016) en la Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del impuesto de Patente Anual Municipal de toda actividad económica en el cantón San Cristóbal, establece que los requisitos son:

- Formulario de solicitud para registro de patente
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de certificado de votación
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- Copia de certificado de funcionamiento de bomberos del año actual

4.3. Permiso de Funcionamiento

Según el GAD Municipal del cantón San Cristóbal, (2004) en la Ordenanza que establece la tasa para permisos anuales de funcionamiento de los establecimientos no turísticos, en su Art. 6, detalla que son requisitos para la obtención del Permiso Anual de Funcionamiento son:

- Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- Solicitud dirigida al Director de Turismo y Cultura y Ambiente.
- Certificado de residente permanente de conformidad a la Ley Orgánica de Régimen Especial para la provincia de Galápagos.
- Patente Municipal actualizada
- Comprobante de pago del Permiso del Cuerpo de Bomberos
- Comprobante de pago del Permiso Anual de Funcionamiento del correspondiente año.

4.4. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS (no tiene ningún costo). Sus instrucciones son: ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec; escoger la opción empleador-registro nuevo empleador; ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico); ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco; terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información; y, para finalizar, acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal. (IESS, 2022. P. 2)

5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

5.1 Objetivo de área

Dolphin pretenderá causar el menor impacto posible en cuanto al uso de productos que puedan ocasionar un impacto perjudicial en un ambiente tan sensible y protegido como lo es Galápagos, precautelando, además, la salud de las personas por medio de buenas prácticas ambientales, soluciones innovadoras, equipos y productos sostenibles.

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa Dolphin y velar por que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realizara el establecimiento. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman la empresa Dolphin, por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

Por este motivo el compromiso de Dolphin será cumplir de forma exigente aquellas disposiciones legales ambientales vigentes aplicables a esta actividad, así como de los acuerdos que la empresa suscriba. La reducción de los impactos ambientales derivados del uso y la manipulación de sustancias químicas y peligrosas, el consumo de agua, de energía y la gestión inadecuada de los residuos, es la tarea central de la política de protección ambiental, producto de las actividades y servicios.

5.2 Impacto ambiental

Si bien en estos tiempos, y teniendo en cuenta la tendencia hacia la prevención de la contaminación en contra de la corrección, otro campo importante sería también el consumo de recursos. En cuanto al caso particular de Dolphin tenemos las siguientes actividades:

Adquisición y recepción de materiales

- Compra a proveedores (continente)
- Recepción

- Almacenamiento

Venta

- Atención al cliente
- Elaboración de diseño
- Impresión

Post venta

- Promoción

Otras operaciones

- Limpieza de áreas
- Reciclaje
- Los problemas de tipo medioambiental que se identifican en Dolphin pueden dividirse fundamentalmente en tres campos:
 - Residuos
 - Agua
 - Energía

Residuos

- Productos de limpieza.
- Sustancias químicas (tóner, tinta).
- Envases.
- Deshechos de la ejecución de limpieza (trapos sucios, filtros, suciedad extraída,).
- Residuos sólidos (papeles, cartones, envoltorios).

Agua

La contaminación por vertidos es permanente en todos los establecimientos, debido a la gran cantidad de aguas de limpieza que se generan en dichas actividades y el deshecho que se hace de ellas.

- Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos en limpiezas industriales).
- Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

Energía

La contaminación generada por la aplicación de energía eléctrica para el uso de los equipos, máquinas, y demás artefactos eléctricos, radica en la operatividad del establecimiento.

- Implementación de reguladores de voltaje

Tabla 33

Evaluación ambiental

Actividad		COMPRA						VENTA						POST VENTA						Sumatorias		
	Impacto	compra a proveedores (continente)		Recepción		Almacenamiento		Atención al cliente		Elaboración de diseño		Impresión		Promoción		limpieza de áreas		Clasificación de residuos		Sumatorias negativas	Sumatorias positivas	Total
Suelo	Contaminación química	-1		-4		-5		-2		-1		-5		-2		-5		7		6	0	7
			1		1		2		2		3		3		2		3		9			
Aire	Emisión de Material	0		-2		-4		-2		-1		-1		-5		-6		-3		8	0	-99
			0		5		3		3		3		3		4		4		7			
	Generación de ruido	-1		-5		-2		-5		-5		-6		-5		-2		-3		9	0	-151
			2		5		2		3		3		6		6		3		6			
	Generación de calor	0		0		-4		-2		-4		-4		0		0		-1		5	0	-43
			0		0		2		2		3		3		0		0		7			
Agua	Emisión olores	0		0		-2		0		-2		-3		0		-5		-3		5	0	-53
			0		0		3		0		3		3		0		4		4			
	consumo	0		0		0		-5		0		0		0		-8		-2		3	0	-97
			0		0		0		5		0		0		0		7		8			
Agua	Contaminación químicos	0		0		0		0		0		0		-5		-10		-3		3	0	-151
			0		0		0		0		0		0		6		10		7			
Factores Culturales	Empleo	6		6		0		8		8		0		0		6		0		0	5	202
			7		4		0		7		7		0		0		4		0			
	Salud y seguridad	0		4		5		6		0		2		5		6		0		0	6	93
			0		4		2		3		0		3		5		3		0			

Zurita, G. Impacto Ambiental, Dolphin. (2022)

5.2.1 Medidas para contrarrestar los impactos generados por Dolphin

Según la ilustración 27, de la evaluación ambiental de Dolphin, se identificó que: el factor generación de ruido y contaminación de químicos, tienen un impacto significativo (en el establecimiento) de -151, compaginando con la actividad económica que se dedica la empresa. No obstante, a continuación, se detallan estrategias para mitigar el impacto ambiental producido.

- Reducir la carga tóxica de los productos químicos empleados, mediante la exclusión de productos con componentes nocivos, la limitación de su uso o la selección de productos de menor toxicidad.
- Utilizar los productos y maquinaria amigables con el medio ambiente y la salud laboral.
- Realizar formación continuada al personal para garantizar una correcta manipulación, dosificación y uso de los productos de limpieza y maquinaria, así como de los procedimientos de limpieza.
- Reducir la generación de residuos durante el servicio y hacer una correcta gestión de los mismos, utilizando las respectivas clasificaciones de desechos.
- Evitar el desperdicio innecesario el agua.
- Reducir, reciclar y reutilizar.

5.3 Impacto social

5.3.1. Generar empleo

Dolphin generará empleos a la comunidad de San Cristóbal a no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados, quienes mediante una capacitación constante se instruirán con la finalidad de obtener conocimientos y adquirir experiencia.

5.3.2. Atracción de empleados

Dolphin mantendrá una política que incluya una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que su recurso humano se sienta motivado y seguro del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas.

5.3.3. Cultura organizacional

Llanos Encalada, Pacheco Rodríguez, Romero Vélez, Coello Arrata, & Armas Ortega (2016), detallaron que la cultura organizacional correlaciona aspectos psicológicos y sociales de las personas y sus relaciones al interior de las organizaciones, y, por otro lado, se quiera o no, la cultura siempre está presente. (P.7)

Es decir, la cultura organizacional de la empresa Dolphin siempre será constante puesto que se encuentra integrada por la cultura de sus miembros (Gerente, Diseñador Gráfico y Técnico en Mantenimiento), o dicho de mejor manera, los miembros de la organización integran las características de la cultura organizacional a su propia cultura, y estos pueden ser: valores, tradiciones, políticas, comportamientos, creencias, entre otros.

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa de Servicios Tecnológicos y de Publicidad “Dolphin” y para ello, fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera.

6.2. Activos Fijos

El activo fijo se refiere al bien que posee una empresa o negocio, sea tangible o intangible. Una de sus características es que no pueden convertirse en liquidez a corto plazo. Los activos fijos son necesarios para el funcionamiento de una empresa, se toman en cuenta los edificios, vehículos, equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles (Kueski, 2020), sumando como total de activos fijos para la empresa se tiene: \$14.863,00. (Ver tabla 35).

Tabla 34

Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS		
Equipos industriales de seguridad	74,00	\$ 74,00
Equipos Industriales de seguridad	5840,00	\$ 5840,00
Equipos de Computación	5.284,00	\$ 5284,00
Muebles - enseres	3.665,00	\$ 3665,00
TOTAL		\$ 14.863,00

Elaborado por: Grace Zurita

6.3. Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso, se la instaure como Sociedad Anónima; por tanto, los gastos legales serán de \$800,00; el permiso de funcionamiento de \$15,00; las patentes municipales de \$33,60; y, el permiso de bomberos 21,00; lo que nos da un total de activos diferidos de \$869,60. (Ver tabla 36).

Tabla 35*Activos diferidos*

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos legales	\$800,00
Permisos funcionamiento	\$15,00
Patentes municipales	\$33,60
Permiso de funcionamiento de Bomberos	21,00
Total	\$869,60

6.4. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria de recursos para que una empresa o institución financiera pueda realizar sus operaciones con normalidad. El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo que implica el dinero suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc. (Peñaloza, 2008).

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente tenemos un costo de inventario \$2.620,50; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$810,00; de sueldos y salarios de \$9.010,59 y los gastos de publicidad de \$108,75; material oficina \$161,97; material limpieza \$146,07; alquiler local \$900,00; y, gastos financieros \$525,00. Dando un total de gasto trimestral de \$14.282,88. (Ver tabla 37).

Tabla 36*Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses
Sueldos	9010,59
Servicios Básicos	810,00
Material oficina	161,97
Material limpieza	146,07
Alquiler local	900,00
Publicidad	108,75
Inventario	2620,5
Gastos financieros	525,00
TOTAL INVERSION	\$ 14.282,88

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 3 meses de la empresa es de \$ 14.282,88. (Ver tabla 38).

Tabla 37

Detalles de inversión

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	\$ 14.863,00
ACTIVO DIFERIDO	\$ 869,60
CAPITAL DE TRABAJO /3M	\$14.282,88
TOTAL DE INVERSIÓN	\$ 30.015,48

6.5. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores mensuales y anuales (Ver tabla 39).

En la Disposición General Cuarta, de la Ley Orgánica del Régimen Especial para la provincia de Galápagos (LOREG), establece que las remuneraciones de los trabajadores del sector público y privado de la provincia de Galápagos se pagarán con un incremento que se calculará multiplicando el Índice de Precios anual del Consumidor (0,8) con respecto al Ecuador Continental.

Tabla 38

Sueldos

CARGOS	Nro.	Sueldo	Décimo	Décimo	Aporte IESS	Aporte IESS	Costo Mensual USD	Costo Anual USD
		Total	Tercero	Cuarto	Patronal (11,15%)	Personal (9,45%)		
Gerente	1	1.000,00	83,33	63,86	121,50	94,50	1174,19	14090,27
Diseñador gráfico	2	766,27	63,86	63,85	93,10	72,41	914,67	10975,98
Técnico de computación	3	766,27	63,86	63,85	93,10	72,41	914,67	10975,98
TOTAL		2.532,54	211,03	191,55	307,70	239,32	3.003,52	36.042,23

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$36.042,23 anual. No obstante, la página oficial de la Ministerio de Trabajo, (2021) refiere que los fondos de reserva constituyen un valor que el trabajador en relación de dependencia acumula durante sus años de trabajo, los mismos que se generan a partir del décimo tercer mes de labor. A su vez, Delgado, F. (2021) detalló que todos los trabajadores que han cumplido un año de trabajo para el mismo, caso contrario pagar proporcional. Por ende, para el presente Plan de Negocio se toma en cuenta (por el momento) los valores netos de los sueldos, incluyendo décimo tercer y cuarto sueldo, debido que se pagan a partir del décimo tercer mes de funcionamiento de la empresa.

6.6. Depreciación activos fijos

La depreciación es la disminución del valor del activo fijo que se produce por su uso y desgaste, lo cual disminuye su valor económico. La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes: (Castro, 2011)

- Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.
- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33% anual

En la tabla 39, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10% dando así un total de \$2.715,36.

Tabla 39*Depreciación de activos fijos*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	5840	10%	\$ 584
Equipos industriales de seguridad	74	10%	\$ 3,7
Equipos de Computación	5284	33,33%	\$ 1.761,16
Muebles y Enseres	3665	10%	\$ 366,5
TOTAL			\$ 2715,36

6.7. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$173,92 ya que el monto por constitución equivale a \$869,60. (Ver tabla 41)

Tabla 40*Porcentaje Amortización*

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$869,60	20%	\$173,92

6.8. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$15.000,00 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (Ver tabla 42).

Tabla 41*Amortización*

MONTO	\$ 15.000,00				
TASA	14%				
PLAZO	5				
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO	
0	-	-	-	15000	
1	4369,25	2.100,00	2.269,25	12.730,75	
2	4369,25	1.782,30	2.586,95	10.143,80	
3	4369,25	1.420,13	2.949,12	7.194,68	
4	4369,25	1.007,25	3.362,00	3.832,68	
5	4369,25	536,57	3.832,68	0,00	

Para el presente Plan de Negocios, el método de amortización empleado es el francés, puesto que, según Banco Pichincha, (2021) mencionó que este método establece el monto de las cuotas mensuales fijas durante todo el periodo definido. Es decir, la empresa Dolphin pagará siempre la misma cantidad de dinero en cada cuota hasta la cancelación final del crédito, por tanto, resulta factible para el análisis financiero.

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 15.000,00 llegando al año 5, el pago de interés de \$536,57 y a su vez el pago capital de \$3.832,68, para que al final del periodo establecido nos dé un saldo de cero dólares.

6.9. Estructura capital

Una organización puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (gastos financieros). La proporción entre una y otra cantidad es lo que se conoce como estructura de capital, esta es la mezcla específica de deuda a largo plazo y de capital que la empresa utiliza para financiar sus operaciones. (Esparza, s.f.).

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$15.015,48 que equivale a una estructura del 50%; costo 13% con una tasa de descuento de 6,5%;

por consiguiente el Capital Financiero es de \$15.000,00 con una estructura del 50% , el costo es del 14% que otorga el 7% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$30.015,48 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa. (Ver tabla 42)

Tabla 42

Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL				
		Estructura	Costo	TD
Capital Propio	\$ 15.015,48	50%	13%	6,5%
Capital Financiero	\$ 15.000,00	50%	14%	7,0%
TOTAL	\$ 30.015,48	100%		13,5%
INVERSIÓN				TMAR

6.10. Punto de equilibrio

En la siguiente tabla se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos (Peñaloza, 2008). El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$4.447,03. (Ver tabla 44)

Tabla 43

Costos fijos

COSTOS FIJOS	
Compra de materiales	\$ 873,5
Arriendo	\$ 300
Sueldos	\$ 3.003,53
Servicios básicos	\$ 270
TOTAL	\$ 4.447,03

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para el establecimiento Dolphin se tomó en cuenta los valores del servicio de elaboración y creación de publicidad digital (Marketing Digital), que

sería el servicio principal, cabe señalar que existen demás servicios complementarios como elaboración de tarjetas de presentación, flyers, impresiones (A4, A3), internet en sitio, servicios en línea, entre otros. Entonces el valor del servicio es de \$153,00 el valor del costo sería \$75,00 por lo que el margen de contribución será de \$78,00. (Ver tabla 45)

Tabla 44

Margen de contribución

Precio	153,00	
Costo	75,00	
Ganancia	78,00	MARGEN DE CONTRIBUCION

El punto de equilibrio es uno de los elementos centrales en cualquier tipo de negocio pues nos permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales, es decir es la cantidad de producto o servicio que se debe vender para recuperar el dinero que se invirtió al iniciar el negocio, sin recibir ganancias. Una vez que la empresa alcanza el equilibrio entre los costos totales y los ingresos totales, tendrá posibilidades de ser rentable y empezará a producir ganancias (Moreno, 2021).

En la tabla 46, se puede observar que se debiera realizar 57 servicios mensuales, es decir 2,6 servicios diarios para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda; y, en la tabla 47 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia sera de 96 servicios.

Tabla 45

Punto de equilibrio

	NÚMERO	VALOR	TOTAL
VENTA	57	153,00	8.723,02
COSTO	57	75,00	4.276,99
GASTO			4.447,01
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Tabla 46*Ventas /costos*

VENTAS PROYECTADAS			
NÚMERO	VALOR	TOTAL	
96	\$14.688,00	\$176.256,00	VENTAS
96	\$7.200,00	\$86.400,00	COSTO

6.11 Costo de ventas

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla No. 48 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1,03% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$25.702,21 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$ 30.336,58.

Tabla 47*Flujo de ventas*

FLUJO DE VENTAS					
	1	2	3	4	5
VENTAS	176256,00	181561,31	187026,30	192655,79	198454,73
COSTO DE VENTAS	86400,00	89000,64	91679,56	94439,11	97281,73
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	89856,00	92560,67	95346,74	98216,68	101173,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	36042,37	37127,25	38244,78	39395,94	40581,76
SERVICIOS BASICOS	3240,00	3337,52	3437,98	3541,47	3648,06
MATERIAL OFICINA	647,88	667,38	687,47	708,16	729,48
MATERIAL DE LIMPIEZA	584,28	601,87	619,98	638,64	657,87
ALQUILER	3600,00	3708,36	3819,98	3934,96	4053,41
PUBLICIDAD	435,00	448,09	461,58	475,47	489,79
DEPRECIACIONES	2715,36	2715,36	2715,36	2715,36	2715,36
AMORTIZACIONES	173,92	173,92	173,92	173,92	173,92
UTILIDAD OPERATIVA	42417,19	43780,92	45185,69	46632,75	48123,36
GASTOS FINANCIEROS	2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	40317,19	41998,61	43765,56	45625,49	47586,78
BASE IMPOSITIVA	14614,98	15224,50	15865,02	16539,24	17250,21
UTILIDAD NETA	25702,21	26774,12	27900,54	29086,25	30336,58

6.12. Flujo de caja

El flujo de caja se refiere a la información sobre los recursos que genera una empresa, tanto los flujos de entrada como de salida, en un periodo de tiempo específico, brinda la información sobre los ingresos y gastos, permitiendo determinar la solvencia y liquidez que posee la empresa (Esparza, s.f.) Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$ 26.322,23; mientras que para el 5 año esta aumentará a \$ 29.393,17. (Ver tabla 49)

Tabla 48

Flujo de caja

	FLUJO DE CAJA					
	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		42417,19	43780,92	45185,69	46632,75	48123,36
DEPRECIACION		2715,36	2715,36	2715,36	2715,36	2715,36
AMORTIZACION		173,92	173,92	173,92	173,92	173,92
- BASE IMPOSITIVA		14614,98	15224,50	15865,02	16539,24	17250,21
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-87727,13	26.322,23	27.076,44	27.840,70	28.613,53	29.393,17

6.13. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.13.1. VAN (Valor Actual Neto)

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas

las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$9.811,93; por lo tanto, el negocio es factible.

6.13.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es el porcentaje de beneficio o pérdida que conllevará cualquier inversión y está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. (Software DELSOL, s.f.)

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 17,30 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 3,8% con el TMAR. (Ver tabla 50)

Tabla 49

VAN/ TIR

VAN	9.811,93
TIR	17,30%
TMAR	13,50%

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

La tecnología es un elemento indispensable para las diferentes formas de generar economía tanto por su innovación como globalización; por efecto, existe una creciente demanda en servicios tecnológicos y publicidad de la Población Económicamente Activa, residente en el cantón San Cristóbal. En este sentido, la empresa Dolphin es un sistema social integrado por un conjunto de personas y medios con los que se trabajarán objetivos, los mismos que dependen de la organización que permita la coordinación coherente de los medios e involucrados que forman parte de la misma.

Como conclusión, se puede decir que la investigación de mercados y marketing es una herramienta que ayuda al empresario a conocer las necesidades y expectativas de sus clientes, así como a tener un conocimiento más preciso y amplio de su competencia (sondeo de mercado), con la finalidad de idear estrategias que le permitan mantenerse o impulsarse en el mercado.

La principal razón para formalizar la empresa Dolphin es poder acceder al mercado local y provincial con la finalidad de ser visibles para futuros clientes y el sistema financiero, cumpliendo con requisitos de ley. A su vez, permitirá acceder no sólo a créditos, financiación, ahorro e inversión y facilitar la administración, con la finalidad de cumplir objetivos y metas planteados.

La evaluación de impacto ambiental de la empresa Dolphin, refleja que en sí, no mantendría un impacto significativo en el ambiente, puesto que sus servicios son en función del uso de la tecnología, el marketing digital, manejo de redes, entre otros. No obstante, la protección del ambiente y velar por que esto se lleve a cabo en todas las funciones y áreas es principal responsabilidad de la empresa y sus integrantes bajo la aplicación de estrategias que permitirán mitigar en un elevado nivel la contaminación ambiental.

Los resultados obtenidos durante el desarrollo del presente trabajo han sido satisfactorios y concordantes con lo esperado en cuanto al análisis presupuestario realizado, resaltando positivamente viabilidad y factibilidad de acuerdo a los indicadores financieros TIR y VAN, para la implementación de la Empresa de Servicios Tecnológicos y de Publicidad “Dolphin” ubicado en la isla San Cristóbal, Galápagos.

7.2. Recomendaciones

Se recomienda para la posterior inversión del presente proyecto, vincularse a programas estatales como Banco del Pacífico, BanEcuador, Banco de Desarrollo, entre otros, que permitan impulsar el desarrollo de emprendimientos y pequeñas y medianas empresas, con la finalidad de obtener financiamiento.

Se recomienda evaluar continuamente los indicadores financieros y operativos del proyecto analizado en los enunciados anteriores, con la finalidad de permitir planificar y efectuar a tiempo diferentes estrategias de acción para cumplir el rendimiento esperado.

A partir del quinto año y luego de haber cumplido el periodo de recuperación de la inversión, según la TIR, se recomienda evaluar la factibilidad de expandir Dolphin en relación a la actividad económica y demanda del mercado.

7.3. Bibliografía

- Castro, I. (2011). Depreciación de Activos Fijos. Recuperado el 24 de Agosto de 2021, de <https://todoconta.com/depreciacion-activos-fijos/>
- Esparza, J. (s.f.). Estructura de capital. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Cristóbal. (2004). Ordenanza que establece la tasa para permisos anuales de funcionamiento de los establecimientos no turísticos. San Cristóbal: Concejo Municipal.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Cristóbal. (2016). Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del impuesto de Patente Anual Municipal de toda actividad económica en el cantón San Cristóbal . San Cristóbal: Concejo Municipal.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (2022). IESS. Obtenido de www.iesgob.ec
- Kueski, S. (2020). Qué es un activo fijo: definición. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://kueski.com/blog/finanzas-personales/emprender/que-es-un-activo-fijo/>
- Moreno, M. (2021). El Punto de Equilibrio del negocio y su importancia estratégica. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-punto-de-equilibrio-y-su-importancia-estrategica>
- Peñaloza, M. (2008). Administración del capital de trabajo. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- SERVICIO NACIONAL DE RENTAS INTERNAS. (2022). SRI. Obtenido de www.sri.gob.ec
- Software DELSOL. (s.f.). Tasa interna de retorno (TIR). Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <https://www.sdelisol.com/glosario/tasa-interna-de-retorno-tir/>

7.4. Anexos



Nuevo | 5 vendidos

Toner Lexmark X364dn
Original Alto Rendimiento

U\$S 149⁹⁹

[Ver los medios de pago](#)

 **Envío gratis a todo el país**
Chimbacalle, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: **Negro**

Cantidad: **1 unidad** ▼ (65 disponibles)

[Comprar ahora](#)

 12 meses de garantía de fábrica.



Nuevo | 16 vendidos

Xerox Altalink C8155/f Mfp
Láser Color A3 55ppm

U\$S 5.690

[Ver los medios de pago](#)

 **Entrega a acordar con el vendedor**
Tarqui, Guayaquil
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: **1 unidad** ▼ (2 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

 **Ubicación**
Tarqui, Guayaquil



U\$S 344⁵⁰

Epson L4260 Wifi Duplex Tinta
Continua Sist.original Inc Iva



Nuevo | 5 vendidos

**Mostradores Vitrinas
Exhibidores Modulos
Fabricamos Bajo Ped**

U\$S 199

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (961 disponibles)

Comprar ahora



Nuevo | 2 vendidos

**Fabricación E Instalación De
Muebles Modulares**

U\$S 135

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (98 disponibles)

Comprar ahora

1 años de garantía de fábrica.



Nuevo | 2 vendidos

**Laminadora Automatica
Super A3 Laminación Rollos
Plásticos**

U\$S 499

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (183 disponibles)

Comprar ahora

3 meses de garantía de fábrica.



Nuevo | 281 vendidos

Laptop Portátil Lenovo Core i7 Onceava Gen G8gb 1000gb 14

U\$S 799

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (9820 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 3 vendidos

Guillotina Semi-industrial A3 + Mesa + Cuchilla Repuesto

U\$S 335

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (27 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

Ubicación



Nuevo | 10 vendidos

Cartulina Marfilisa De 200 Gramos, 70 X 100

U\$S 38

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (490 disponibles)

[Comprar ahora](#)

15 días de garantía de fábrica.

Información sobre el vendedor







Nuevo | 1333 vendidos

Computador Cpu Pc
Escritorio Intel i3 10ma 8gb
256gb Ssd i5

U\$S 499

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
Quito, Quito
[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (2167 disponibles)

[Comprar ahora](#)

12 meses de garantía de fábrica.



Nuevo | 6 vendidos

Taburete Silla Redondo De
Doctor 5 Ruedas Consultorio
Tattoo

U\$S 39⁹⁹

[Ver los medios de pago](#)

Entrega a acordar con el vendedor
El Inca, Quito
[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (24 disponibles)

MICROMERCADO "DON ÁNGEL"			
COTIZACIÓN			
CANTIDAD	MATERIALES	V/UNT	V/TOTAL
4	Tics 378 5 C Manzana Galón	8,00	32,00
2	Clorox Galón	4,00	8,00
4	Pino Klin 2 LT	2,82	11,28
8	Tips Ambiental	0,70	5,60
6	Escoba Plástica	2,76	16,56
3	Jabón Liquido	2,30	6,90
2	Dispensador De Jabón Liquido	23,50	47,00
8	Par-De Guantes De Limpieza	1,60	12,80
2	Dispensador De Papel Sanitario	23,50	47,00
15	Papel Sanitario (Pacas)	8,50	127,50
4	Recipientes De Basura	4,00	16,00
4	Trapeadores	3,75	15,00
4	Recogedor De Plásticos	1,50	6,00
1	Rodapié De Caucho Bienvenido	15,00	15,00
25	Toallas De Mano (Paquete)	4,50	112,50
3	Detergente As Floral (1 Kilo)	3,20	9,60
30	Fundas De Basura	1,25	37,50
4	Cepillo Sanitario	2,00	8,00
TOTAL			534,24

NOTA: proforma elaborada por la proponente con información extraída mediante investigación al proveedor