



**PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA DEDICADA PARA LA ORGANIZACIÓN Y
DECORACIÓN DE FIESTAS Y EVENTOS “ESCARLATA”
UBICADA EN EL CANTÓN DE CAYAMBE, PARROQUIA DE
CAYAMBE EN EL BARRIO LOS CIPRESES
CONSIDERANDO LA BASE DE ESTRUCTURA CANVAS**

STEPHANIE MARGARITA SANDOVAL HINOJOSA

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 10 marzo de 2024



**PROYECTO INTEGRADOR PARA LA CREACIÓN DE LA
EMPRESA DEDICADA PARA LA ORGANIZACIÓN Y
DECORACIÓN DE FIESTAS Y EVENTOS “ESCARLATA”
UBICADA EN EL CANTÓN DE CAYAMBE, PARROQUIA DE
CAYAMBE EN EL BARRIO LOS CIPRESES
CONSIDERANDO LA BASE DE ESTRUCTURA CANVAS**

STEPHANIE MARGARITA SANDOVAL HINOJOSA

Director
MSc. Christian Carvajal

Trabajo de grado para optar por el título de Tecnología Superior en
Administración

Instituto Tecnológico Superior Universitario Internacional

Carrera Tecnología Superior en Administración

D.M. Quito, 10 marzo de 2024

DEDICATORIA

Este proyecto está dedicado con mucho cariño a mi abuelita Margarita Félix y a mi mami Rosita Hinojosa que son las personas que no me dejaron sola en ningún momento y siempre me brindaron su apoyo incondicional pero sobre todo a mi hijo Samuel Proaño y mi novio Ariel Proaño por ser mi empuje para salir adelante. Les amo y gracias por estar conmigo en todo momento.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todas las personas que fueron participes en mi educación, empezando por Dios quien me guio en este camino, a mi madre, abuelita, hermanos, mi hijo y novio que no dudaron en apoyarme para salir adelante y a los docentes que fueron intermediarios y me brindaron los conocimientos necesarios para culminar mi carrera.

AUTORIA

Yo, Stephanie Margarita Sandoval Hinojosa autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Stephanie Sandoval

D.M. Quito, 10 de marzo de 2024

MSc. Christian Carvajal.

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.

MSc Christian Carvajal.

D.M. Quito, 10 de marzo de 2024

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. Christian Carvajal** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Stephanie Margarita Sandoval Hinojosa por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO.- La Srta. Stephanie Margarita Sandoval Hinojosa realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto integrador para la creación de la empresa dedicada para la organización y decoración de fiestas y eventos “escarlata” ubicada en el cantón de Cayambe, parroquia de Cayambe en el Barrio Los Cipreses considerando la base de estructura Canvas.”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **MSc. Christian Carvajal**.

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, **MSc. Christian Carvajal** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Stephanie Margarita Sandoval Hinojosa, 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 integrador para la creación de la empresa dedicada para la organización y decoración de fiestas y eventos “escarlata” ubicada en el cantón de Cayambe, parroquia de Cayambe en el Barrio Los Cipreses considerando la base de estructura Canvas.”**, 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.

MSc. Christian Carvajal



Stephanie Sandoval

D.M. Quito, 10 de marzo de 2024

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS	11
RESUMEN.....	12
CAPÍTULO I.....	13
Nombre del proyecto	13
Marco contextual – Antecedentes	13
Análisis de involucrados	14
Problema de investigación.....	15
Definición del problema.....	16
Idea a defender	16
Objeto de estudio y campo de acción	16
Objeto de estudio:	16
Campo de acción:.....	17
Justificación.....	17
Objetivos	18
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos.....	18
CAPÍTULO II	19
MARCO TEÓRICO	19
¿Qué es la organización?	19
Fiesta.....	19
¿Qué es un evento?	19
Tipos de eventos	20
Eventos sociales	20
Eventos culturales	21
Eventos de ocio.....	21
Eventos organizacionales.....	21
Organizador de eventos	22
¿De qué se trata la organización de fiestas y eventos?	22
Logística y montaje de eventos.....	23
Un evento transita por tres fases primordiales:	23
Fase 1: Ideación o pre-producción.....	23
Fase 2: Desarrollo o producción	24
Fase 3: Evaluación o post-producción	24
Proveedores.....	24
Preocuparse por la excelencia.....	25
La creatividad	25
Modelo de negocio.....	26
¿Qué es un modelo de negocio?	26
Innovación en Modelos de negocio	27
Modelo Canvas.....	28

El origen de Business Model Canvas	28
¿Quién es Alexander Osterwalder?.....	28
¿De qué se trata en modelo Canvas?	29
Los 9 módulos de Business Model Canvas	30
Segmento de clientes/mercado.....	30
Propuestas de valor	31
Propuestas de valor	32
Relación con los clientes.....	33
Fuentes de ingresos.....	33
Los recursos clave.....	34
Actividades clave.....	35
Asociaciones clave.....	36
Estructura de costes	37
CAPÍTULO III.....	38
INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA.....	38
Antecedentes diagnósticos.....	38
Tipos de investigación.....	39
Exploratoria:	39
Descriptiva:.....	40
Metodología de investigación	41
Cuantitativo:.....	41
Cualitativa:.....	41
Deductivo:.....	42
Analítico - Sistémico:	42
Técnicas e instrumentos de investigación	43
Observación	43
Encuesta	43
Plan de muestreo.....	43
Muestreo Probabilístico	43
Muestra	43
Indicadores.....	44
Información primaria	45
Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados.....	45
Síntesis del capítulo.....	55
CAPÍTULO IV.....	56
PROPUESTA	56
Tema 56	
Datos informativos	56
Antecedentes de la propuesta	57
Justificación.....	58
Objetivos	59
Objetivo General.....	59
Objetivos Específicos	59
Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS	59
Segmentación de clientes.....	59
Propuestas de valor	60
Canales.....	60
Relación con el cliente.....	60

Fuentes de ingreso	61
Recursos claves.....	62
Activos fijos.....	65
Capital de trabajo	65
Inversión total	66
Depreciación de activos	67
Estructura de capital.....	69
TMAR.....	69
Sueldos.....	69
Beneficios legales	70
Actividades clave.....	71
Asociaciones clave.....	72
Estructura de costos	73
Puntos de equilibrio	73
Margen de contribución	74
Conclusiones	76
Recomendaciones	77
Referencias	78
Anexos.....	83

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de involucrados	14
Tabla 2 Pregunta 1 de la encuesta.....	45
Tabla 3 Pregunta 2 de la encuesta.....	46
Tabla 4 Pregunta 3 de la encuesta.....	47
Tabla 5 Pregunta 4 de la encuesta.....	48
Tabla 6 Pregunta 5 de la encuesta.....	49
Tabla 7 Pregunta 6 de la encuesta.....	50
Tabla 8 Pregunta 7 de la encuesta.....	51
Tabla 9 Pregunta 8 de la encuesta.....	52
Tabla 10 Pregunta 9 de la encuesta.....	53
Tabla 11 Pregunta 10 de la encuesta.....	54
Tabla 12 Recursos claves: Físicos.....	62
Tabla 13 Recursos claves: Intelectuales.....	63
Tabla 14 Recursos claves: Servicios de funcionamiento.....	64
Tabla 15 Activos Fijos	65
Tabla 16 Capital de trabajo	66
Tabla 17 Total de inversión.....	67
Tabla 18 Depreciación de activos fijos	68
Tabla 19 Estructura de capital.....	69
Tabla 20 Sueldos para los colaboradores de la empresa Escarlata	70
Tabla 21 Beneficios legales conforme a la ley ecuatoriana	71
Tabla 22 Total de sueldos correspondientes a los colaboradores	71
Tabla 23 Punto de equilibrio	73
Tabla 24 Margen de distribución	74

Tabla 25 Costo fijo / margen de distribución.....	74
---	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 1 Problema de investigación.....	15
Figura 2 Pregunta 1 de la encuesta.....	45
Figura 3 Resultados de la segunda pregunta de la encuesta.....	46
Figura 4 Resultados de la pregunta 3 de la encuesta.....	47
Figura 5 Resultados de la pregunta 4 de la encuesta.....	48
Figura 6 Resultados de la pregunta 5 de la encuesta.....	49
Figura 7 Resultados de la pregunta 6 de la encuesta.....	50
Figura 8 Resultados de la pregunta 7 encuesta	51
Figura 9 Resultados de la pregunta 8 de la encuesta.....	52
Figura 10 Resultados de la pregunta 9 de la encuesta.....	53
Figura 11 Resultados de la pregunta 10 de la encuesta.....	54
Figura 12 Ubicación de la empresa Escarlata	56
Figura 13 Punto de equilibrio.....	75

“Proyecto integrador para la creación de la empresa dedicada para la organización y decoración de fiestas y eventos “escarlata” ubicada en el cantón de Cayambe, parroquia de Cayambe en el Barrio Los Cipreses considerando la base de estructura Canvas.”

Stephanie Sandoval

MSc. Christian Carvajal

D.M. Quito 10 de marzo de 2024

RESUMEN

La realización del presente proyecto tiene la finalidad de tener una propuesta para la creación de la empresa organizadora de eventos en la parroquia de Cayambe, teniendo en cuenta que este giro de negocio busca cumplir las necesidades del cliente a la hora de organizar un evento social ya sea personal o empresarial y por eso que se aplicó una encuesta virtual a los moradores del barrio Los Cipreses que es el lugar en donde estará ubicada la empresa dando un resultado favorable a contratar los servicios de esta empresa; basándose en el modelo de Canvas, el cual permitirá conocer el segmento de mercado, la relación con los clientes, los canales que utilizara, la propuesta de valor, los flujos de ingresos, las actividades clave de la empresa, los recursos clave, los aliados clave y la estructura de costes, al conocer todos estos puntos importantes que plantea el modelo de negocio Canvas se quiere saber si el negocio será o no viable, cual es el capital a iniciar y cuanta inversión se necesita.

CAPÍTULO I

Nombre del proyecto

Proyecto integrador para la creación de la empresa dedicada para la organización y decoración de fiestas y eventos “escarlata” ubicada en el cantón de Cayambe, parroquia de Cayambe en el Barrio Los Cipreses considerando la base de estructura Canvas.

Marco contextual – Antecedentes

La organización y decoración de un evento es un trabajo de mucha importancia el cual requiere dedicarle tiempo, tener imaginación y compromiso para que resulte con éxito, la decoración debe ser realizada por personas capaces de cumplir con esta tarea la cual es el sello principal dejado como una empresa que se entrega en cada evento, dando lo mejor de sí.

Hoy en día la decoración de eventos se ha convertido en un hecho importante, ya sea para una boda, un cumpleaños o algún evento que este celebrando una empresa, la decoración es lo primero que se ve al ingresar al lugar del evento.

La idea de crear una empresa que se dedique a la organización y decoración de eventos sociales es la de ofrecer a todo el público opciones para todo tipo de eventos, ya sean grandes o pequeños y sobre todo con un valor accesible a todo el público, como empresa decoradora de eventos se quiere cumplir todas las exigencias y expectativas del cliente y así marcar una diferencia en cada evento, haciéndolo único y diferente de los demás.

Se desarrolló un análisis exploratorio previo para hacer el trabajo, el cual se constató que en la zona de la parroquia de Cayambe existe la falta de empresas dedicadas a la organización y decoración de eventos. Es por ello que la creación de la empresa dedicada a cubrir la zona sur de Cayambe y cumplir con las necesidades y gustos solicitados por futuros clientes.

Análisis de involucrados

Tabla 1

Tabla 1 Análisis de involucrados

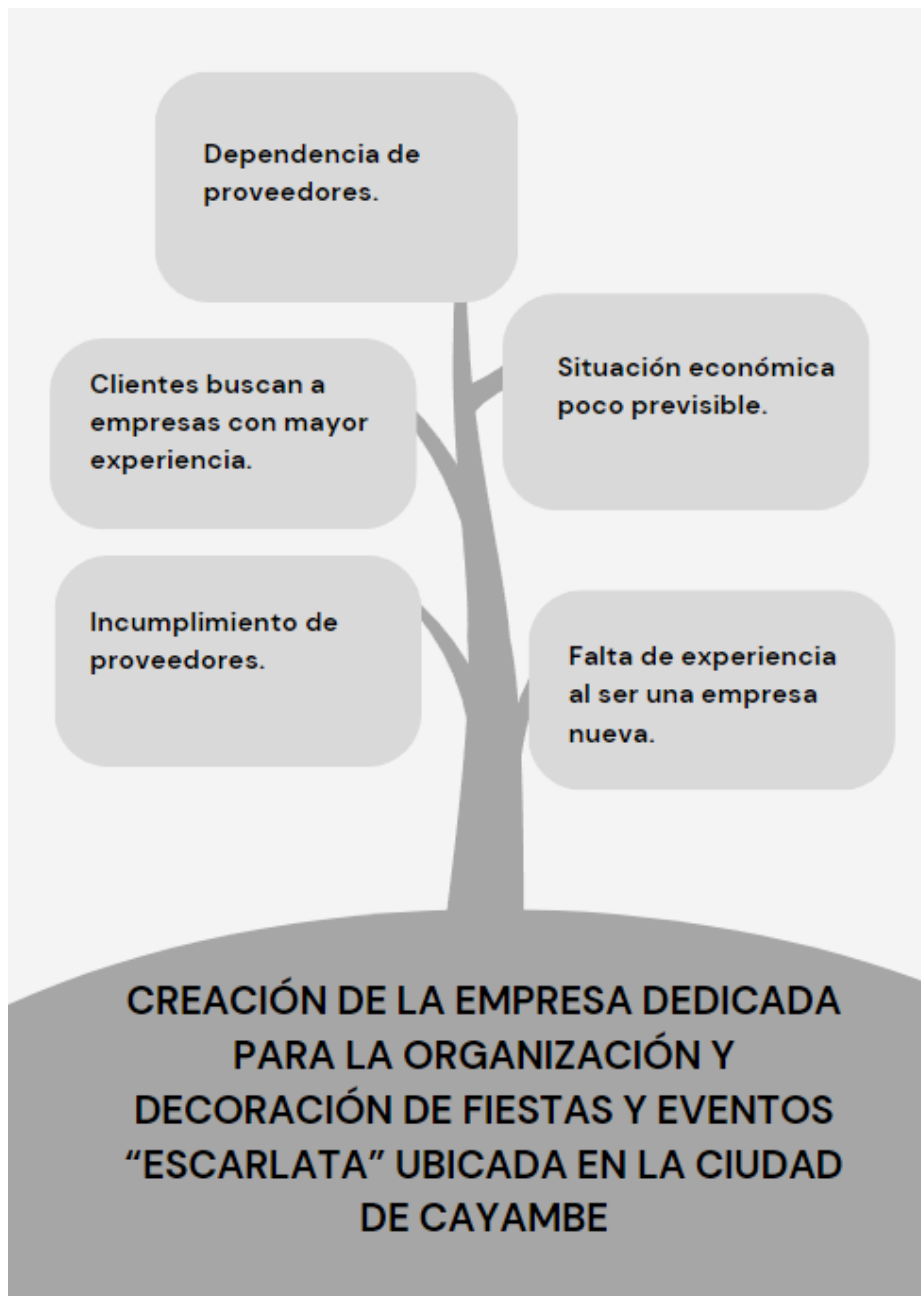
ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS (recursos que aporten y mandatos son leyes, normas a seguir)
Clientes	Enfoque a personas adultas que quieran celebrar eventos importantes.	Eventos realizados por los posibles clientes.	Contrato firmado por el organizador y el cliente.
Competencia	Análisis de empresas que ofrezcan un servicio similar en la ciudad de Cayambe.	Ofrecen los mismos servicios.	Catálogo más amplio y flexible.
Proveedores	Relación cordial con los proveedores de insumos y equipos.	Al ser una nueva empresa se corre el riesgo de tener que acoplarse a las exigencias del proveedor.	Ajuste a las exigencias y presupuesto del cliente.

Nota: Tabla de referencia en el Análisis de involucrados. (Sandoval, S., 2024)

Problema de investigación

Figura 1

Figura 1 Problema de investigación



Nota: Esta figura representa al problema de investigación (Sandoval, S., 2024)

Definición del problema

La creación de la empresa “Escarlata” busca cumplir con todos los aspectos que conlleva la celebración de un evento, desde la creación de la invitación hasta la finalización del evento, cumpliendo con todos los estándares de calidad y sobre todo con las expectativas del cliente, liberándolo de todo el proceso que conlleva la ardua tarea de organizar y llevar a cabo un evento y solo siendo el anfitrión y espectador del mismo, consiguiéndolo todo en un solo lugar.

Idea a defender

Mediante un análisis exploratorio se pudo constatar que en la ciudad de Cayambe existe la falta de empresas organizadoras por lo cual la empresa “Escarlata” quiere ofrecer paquetes con todo tipo de precios a los que se pudo llegar a todo el entorno social, para cumplir con las fechas importantes como: bodas, cumpleaños, revelaciones de sexi, baby showers y muchos eventos más, lo importante de la empresa es querer plasmar la idea y visualización del cliente y hacerlo realidad.

Ser la mejor opción al momento de celebrar cualquier evento social, serla diferencia ya que el compromiso es la principal característica para que los clientes se queden con lo mejor de Escarlata y así conseguir su fidelización.

Objeto de estudio y campo de acción**Objeto de estudio:**

Un análisis exploratorio en cada empresa organizadora de eventos en Cayambe pudo aclarar las deficiencias de las mismas y en que se puede mejorar para ser la diferencia.

Campo de acción:

Este proyecto integrador será la base para la creación de la empresa “Escarlata” como organizadora de eventos que ofrece desde un servicio básico hasta uno completo y con todas las exigencias del cliente, se vinculará a varios proveedores para siempre disponer de mercancía necesaria para cubrir todo tipo de evento en cualquier momento del año. De esta manera conseguir que el cliente no busque en varios lugares para conseguir hacer un evento y en contraste a todo eso que lo encuentre en un solo lugar y ser esa primera opción.

Justificación

En la actualidad hace difícil que una persona se pueda ocupar en la creación de un evento social por si sola por las diversas ocupaciones que la misma debe tener en su vida diaria por esa razón es que necesitan de una empresa que se encargue de cada detalle utilizando la experiencia, creatividad y el tiempo necesario para desarrollar el evento solicitado, cumpliendo con las expectativas que el cliente tiene generando confianza y seguridad para posibles eventos futuros.

La organización y planificación de un evento es una tarea extenuante que implica tiempo y es algo que no muchas personas disponen y es por ello que la idea de creación de esta empresa organizadora de eventos quiere ir más allá de dedicarse a la decoración solamente sino ofrecerle al cliente una experiencia completa que inicie desde la creación de una invitación hasta la culminación de evento sin tener la necesidad de contratar a varios proveedores sino de conseguirlo todo en un solo lugar.

El presente proyecto está enfocado en cubrir las necesidades existentes en el mercado; la necesidad de Reconocimiento (Respeto, confianza y éxito) en la pirámide

de Maslow el cual se puede pensar en dos necesidades: la primera sería el deseo de salir de la competencia y convertirse en competencia y la segunda es la necesidad de tener el respeto de los demás consiguiendo fama, reconocimiento y respeto.

Objetivos

Objetivo General

- Proveer a las personas un servicio completo para la organización de cualquier tipo de evento con la mejor organización, cumpliendo con los estándares y exigencias solicitadas a un precio accesible y con la mejor calidad de manera que cada evento sea reconocido en la ciudad de Cayambe.

Objetivos Específicos

- Conseguir convenios con proveedores que ayuden a brindar un servicio mejorado y de calidad.
- Facultar al personal necesario para que guíe, brinde información necesaria y ejecute un evento social solicitado con éxito.
- Establecer y determinar un catálogo para la fácil comercialización de servicios y tener un positivo nivel de aceptación del cliente.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

¿Qué es la organización?

Una organización es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. La etimología de organización lleva a la lengua griega. En concreto, esta palabra procede del vocablo *organón*, que puede traducirse como «herramienta o instrumento». (Pérez Porto; Merino 2023)

Fiesta

Según la Real Academia Española de la Lengua menciona que fiesta es un complemento especificador, jornada en que se celebra algo o que se dedica a alguien o algo.

¿Qué es un evento?

La Real Academia Española de la Lengua dice que un evento es un suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva.

Los eventos son aquellos fenómenos que surgen de ocasiones no rutinarias y que tienen objetivos de ocio, culturales, personales u organizativos establecidos de forma separada a la actividad normal diaria, cuya finalidad es celebrar, entretener o generar experiencias en un grupo de personas. (Shone, Anton; Parry, Bryn 2004).

“El concepto de evento es amplio, porque incluye desde una visita a instalaciones de un reducido grupo de personas hasta la organización multitudinaria de una celebración cualquiera en un pabellón gigante. Tanto aquella como esta tienen en común el contacto directo entre el emisor y el receptor del mensaje, y que la percepción que se extrae de su desarrollo deja una huella más profunda, un recuerdo más permanente, una emoción más aguda, para lo bueno y para lo malo, que ninguna otra herramienta de comunicación”. (Jesús Echeverría, s.f.)

En sí encontrar varios significados de lo que es un evento pero todos llegan a la misma conclusión que es la de un hecho de importancia a la cual es necesaria la asistencia de personas para celebrar la razón de este suceso.

Tipos de eventos

Eventos sociales

Los eventos sociales son de ámbito familiar o privado en donde pretenden celebrar un hecho importante en sus vidas y compartirlo con las personas más cercanas, existen varias opciones como son: bodas, bautizos, cumpleaños, baby showers, confirmaciones, graduaciones, revelaciones de sexo o hasta solo reuniones entre familiares o amigos.

Este tipo de eventos hoy en día se ha incrementado la demanda por lo que ahora se pueden contar con varias opciones a elegir.

Eventos culturales

El principal motivo por el que se realizan estos eventos es para celebrar algún acto religioso o cultural en el que se espera la asistencia de muchas personas que tengan en común esa celebración, para estos eventos se realizan espectáculos, actividades culturales o musicales como conciertos de bandas, orquestas de uno o más participantes. Es tos eventos se realizan con un gran número de personas por lo que son considerados de asistencia masiva.

Eventos de ocio

El motivo de este tipo de eventos es la experiencia que se ofrece para que el cliente o consumidor disfrute y se entretenga, existen varias opciones de eventos de ocio como partidos de fútbol o deportes en los que se espera una gran asistencia, ahí es las marcas más conocidas aprovechan para hacer marketing ya que están dirigidas especialmente para ese tipo de consumidor.

Eventos organizacionales

Este tipo de eventos está dirigido para la realización de compromisos específicamente empresariales, políticos o estudiantiles, es decir que este evento lo realizan cuando van a hacer campañas políticas, para celebrar fechas importantes de una empresa o a su vez cuando quieren capacitar a sus colaboradores, en escuelas, colegios o universidades como piden la asistencia de los estudiantes para un evento hecho por la institución. En resumen, se puede decir que este tipo de eventos se enfoca en el intercambio o debate de información entre el ponente y los asistentes, ya

sea para adquirir más conocimientos o mantener la relación entre colaboradores y/o estudiantes.

Organizador de eventos

Los organizadores de eventos son responsables de negociar, coordinar y promover conferencias y/o exposiciones, organizan la ubicación, el alojamiento y los servicios como recepción y transporte dentro de su presupuesto. Se aseguran de que el evento se desarrolle sin problemas. Dentro del equipo de eventos, cada especialista puede asumir tareas con responsabilidades específicas, adecuadas a las habilidades y cualificaciones del personal que desempeña estas funciones. (Educaweb, 2024)

¿De qué se trata la organización de fiestas y eventos?

Se puede decir que la organización de eventos es la realización de una o varias actividades en conjuntos con el mismo objetivo que es el de celebrar o conmemorar a una persona, acto o hecho que se presente, este se le puede realizar como una fiesta, celebración, reunión o agasajo en el que asistan los invitados por los anfitriones del evento.

Todo evento debe partir desde un presupuesto al que el organizador del evento debe sujetarse, siendo realista a la situación actual y a la disponibilidad de lo que solicite el cliente, una vez con el presupuesto claro se puede crear un cronograma de actividades con la fecha límite que sería el día del evento, por ello la planificación de cada actividad debe realizarse minuciosamente con el fin de que se pueda cumplir lo

solicitado por el cliente y con el mínimo de fallas posibles para que el día del evento se celebre todo con normalidad y sea un éxito.

La organización de eventos hoy en día es importante ya que se deja de lado la improvisación y se realiza cada detalle cumpliendo con las expectativas deseadas, tomando en cuenta que al no salir alguna actividad como se desea esta pueda ser reemplazada y buscar una solución para que esta actividad se realice con éxito, al dejar que el evento sea realizado y dirigido por un organizador permite a los anfitriones liberarse de un trabajo arduo y minucioso al que se le debe dedicar mucho tiempo y paciencia por ello es que al momento de realizar un evento o fiesta el anfitrión solo espera que cumplan sus exigencias en base a un presupuesto planteado por el mismo. (Fude by educativo, 2024)

Logística y montaje de eventos

El objetivo principal de la logística y montaje de eventos es el cumplir cada detalle solicitado, con el presupuesto indicado y en el tiempo requerido, controlando los recursos y cumpliendo con los requerimientos iniciales.

Un evento transita por tres fases primordiales:

Fase 1: Ideación o pre-producción

Esta fase es la más importante porque se va a planear y a definir los objetivos del evento como: el tipo de evento, lo que se va a celebrar, el presupuesto y conocer las exigencias y expectativas que tiene el cliente para el evento y la fecha del evento. En esta fase también es importante porque según las exigencias o solicitudes del

cliente se debe garantizar lo que sí se puede ofrecer y lo que no estaría disponible por razones externas que puedan a ver como por ejemplo flores o frutas fuera de temporada o el costo o existencias de ciertos productos.

Fase 2: Desarrollo o producción

En esta etapa se desarrolla todo lo anteriormente planeado y se plasma la visión que tuvo el cliente según sus peticiones. Se lleva todo el material necesario para montar el evento en el lugar indicado o solicitado por el cliente, dejando todo preparado para que dé inicio el evento y se cumpla exitosamente cada detalle.

Fase 3: Evaluación o post-producción

Al finalizar el evento, cuando todo haya terminado y se hayan retirado los anfitriones e invitados se procede a desmontar el evento y llevar todos los materiales antes utilizados. Como organizador se procede a evaluar el evento, si se cumplieron los objetivos del mismo y las expectativas del cliente, así como el cumplimiento del presupuesto. En esta etapa se procede a mejorar falencias de haberlo o a mantener las acciones positivas que llevaron a tener éxito en el evento, algunos organizadores envían una carta de agradecimiento a sus clientes. (Ferreiras Anabel, s.f.)

Dentro del mundo de las organizaciones también es importante contar con recursos que ayudan a que cada evento se realice con éxito y son los siguientes:

Proveedores

Para conseguir proveedores responsables y comprometidos es necesario el tiempo y las malas experiencias, ya que como todo en la vida existen personas que no

se comprometen con su trabajo y por lo mismo se tiene que estar preparados para todo tipo de situación, los proveedores van a ser quienes ayuden a que cada evento cumpla con las exigencias de los clientes y al trabajar continuamente con los mismo hace que se cree una relación de confianza más segura y se hacen proveedores seguros y confiables al momento de contratarlos.

Preocuparse por la excelencia

Uno de los eventos indispensables es que exista excelencia en el servicio que se ofrece y eso se puede conseguir delegando tareas a los colaboradores para que cada detalle sea resuelto y hecho a la perfección, tener en claro los objetivos del evento y cumplir las demandas solicitadas por el cliente, es importante manejar los tiempos con cada proveedor, con cada detalle y con cada colaborador para que al momento del montaje este no sufra percances.

La creatividad

Todo parte desde la originalidad que se tenga, de ello pueden surgir ideas que lleven más allá de la visión del cliente, la imaginación de una persona que está dedicada a la organización de eventos es rápida ya que una vez que el cliente le solicita plasmar una idea de evento esta persona empieza a imaginar cada detalle, como mejorarlo y perfeccionarlo. (Jijena Rosario, 2014)

Modelo de negocio

¿Qué es un modelo de negocio?

“Un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio” (Peter Drucker, 1984)

En las últimas décadas el tema de modelo de negocio ha tenido una gran acogida dentro del mundo empresarial. Según Osterwalder, Morris y Magretta, (2005): "Un modelo de negocio es una herramienta conceptual que contiene un conjunto de elementos y sus relaciones y permite expresar la lógica de negocio de una empresa específica. Es una descripción del valor que una empresa ofrece a uno o varios segmentos de clientes y de la arquitectura de la empresa y su red de socios para la creación, comercialización y entrega de ese valor y el capital relacionado, para generar flujos de ingresos rentables y sostenibles”

El modelo de negocio es una representación abstracta de una organización, de todos los acuerdos básicos interrelacionados, diseñados y desarrollados por una organización en la actualidad y en el futuro, así como todos los productos básicos y/o servicios que ofrece la organización, o va a ofrecer, sobre la base de estos acuerdos que se necesitan para alcanzar sus metas y objetivos estratégicos. (Al-Debei et al., 2008)

“Un modelo de negocio es una estructura transactiva, según la cual el comportamiento de la empresa está en función de las características de su respectivo modelo” (George y Bock, 2011)

Existe diferencia entre la definición de modelo de negocio y estrategia. El modelo de negocio, se relaciona con la forma en la que un negocio hace dinero, entrega valor a los clientes; hace referencia a la lógica de la compañía, es estático, no reflexivo, no es una descripción de la receta para el cambio y se centra en la oportunidad. Mientras que la estrategia contiene el factor diferenciador, complementa el modelo negocio, le ayuda a tener éxito; es dinámica, reflexiva, se centra en la competencia del medio y es el plan para crear una posición única y valiosa, su función es dar un sentido y dirección para el desarrollo del modelo de negocio; no se centra en algún aspecto en particular, sino en la totalidad constituida por los componentes del modelo de negocio (Hambrick y Fredrickson, 2001; Magretta, 2002; Tikkanen et al., 2005; Morris et al., 2005, George y Bock, 2011; Casadesus-Masanell y Ricart, 2011; Wikström et al., 2010).

Innovación en Modelos de negocio

Según el Institute Business Value's IBM, las empresas están adaptando sus modelos de negocio, el 98% de las empresas afirman estar implementando grandes innovaciones para intentar ser más competitivas y exitosas.

La diferencia entre empresas exitosas y no exitosas depende de numerosos factores, pero en muchas ocasiones depende del cambio en el mercado, en la economía, en el producto o servicio; lo cual lleva a un cambio en la experiencia del consumidor y en sus percepciones y actitudes. Esto señala, que la supervivencia de una compañía depende de su capacidad de adaptación (Morris, 2009)

La innovación, como su nombre indica, se trata de crear beneficios competitivos. Para Sosna et al. (2009), es necesario que las empresas alteren sus modelos de negocio a medida que se desarrollan.

Los modelos de negocio no se pueden considerar estáticos en el tiempo, se deben cambiar y modificar, son dinámicos, más no estáticos. (Demil y Lecocq, 2009), realizan una crítica del carácter estático del concepto de modelo de negocio, a partir del análisis de dos puntos de vista, uno estático relacionado con la necesidad de coherencia entre los diferentes componentes de un modelo de negocio y un punto de vista dinámico relacionado con la necesidad de pensar en la evolución de un modelo de negocio.

Modelo Canvas

El origen de Business Model Canvas

El origen de Business Model Canvas se remonta a 2004, año en el que Alexander Osterwalder presentó su tesis doctoral sobre Ontología de Modelos de Negocio. Pero fue en 2009, cuando Osterwalder publicó por primera vez el libro Business Model Generation, en el que se consolida Business Model Canvas como un método para describir, visualizar, evaluar y modificar modelos de negocio. (Ramos Vega Cristina. 2016)

¿Quién es Alexander Osterwalder?

Es uno de los expertos más prestigiosos en el mundo de los negocios, la innovación y el marketing. El doctor en sistemas de gestión de la información por la

Universidad de Lausana en Suiza, ha llegado a desarrollar sus habilidades en distintos sectores que van desde la salud, colaborando en el desarrollo de la estrategia de The Constellation para responder mejor a los desafíos del sida y la malaria en Tailandia, pasando por el periodismo, como colaborador especial de negocios para la versión digital de la revista Bilanz, hasta el emprendimiento en el sector bancario.

Además de todo ello, Osterwalder fundó su propia consultora para la innovación de los modelos de negocios businessmodeldesign.com y cofundó strategyzer.com como compañía proveedora de soluciones informáticas que sirvan para crear modelos de negocio basados en su metodología, el famoso Business Model Canvas, su herramienta por excelencia.

La herramienta Business Model Canvas fue una de sus grandes contribuciones, no solo al mundo del negocio o el marketing, sino también al de la innovación estratégica. Una metodología que aun triunfa gracias a su aspecto sencillo, a la facilidad con la que se puede diseñar y a las posibilidades de reflexión que ofrece para analizar e implementar mejoras en negocios de infinitas índoles. (The Power Bussines School, 2024)

¿De qué se trata en modelo Canvas?

Es una herramienta simplificada para la elaboración de un modelo de negocio. Este modelo fue ideado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur en su libro “Generación de modelos de negocio”. La herramienta se basa en la descripción del modelo de negocio a través de nueve bloques que reflejan la lógica que sigue una

empresa para conseguir ingresos. Su sencillez de ejecución y su formato visual ayuda mucho a conocer y mejorar tu idea. Es muy útil para aquellos con pocos conocimientos de empresa. En muchos casos se recomienda tenerlo colgado en un lugar visible, para integrar la importancia del proceso e ir generando nuevas ideas que ayuden al éxito de tu negocio. Es vital para ayudar a que te centres en aquellos aspectos más importantes, dejando los pequeños detalles para cuando sean necesarios. (Fundación Nantik Lum, 2017)

El modelo Canvas clasifica los procesos y actividades internas de un negocio en nueve categorías que representan una unión al momento de crear un servicio o producto. Estas categorías representan los cuatro aspectos principales de una empresa; clientes, oferta, infraestructura, así como la viabilidad financiera.

El lado derecho del tablero Canvas se centra en el cliente (externo), mientras que el lado izquierdo se centra en tu negocio (interno).

Tanto los factores externos como los internos responden a la propuesta de valor, que es el intercambio de valor entre tu empresa y los clientes. (Zendesk, 2023)

Los 9 módulos de Business Model Canvas

Segmento de clientes/mercado

Define los distintos grupos de personas u organizaciones que podrían ser objeto de hacer uso y disfrute del producto/servicio. Concretamente, se trata de agruparlos en función de características homogéneas para centrar más sus

necesidades con el fin de poder averiguar de forma sencilla datos geográficos y demográficos. (Celia Aguirre Gabiria García, 2024)

Algunos consejos para distinguirlos son:

- Demografía: por edad, sexo, poder adquisitivo, entre otros.
- Psicología y comportamiento: valores, tradiciones, hábitos de consumo.
- Procedencia: ciudad o montaña, idioma.
- Esto te ayudará mucho a definir la propuesta de valor, que como verás en el siguiente punto es el conjunto de características necesarias para conseguir el éxito.

Con esta información más clara se puede orientar de mejor manera hacia qué sector está dirigido el producto o servicio.

Propuestas de valor

El conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento de mercado específico. El objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor. ¿Qué problema se soluciona? ¿Qué valor se ofrece a los clientes? Hay que plantearlo desde la perspectiva de "qué quiere comprar cada cliente" versus "qué vende la empresa".

(Osterwalder; Pigneur, 2015)

Su objetivo es solucionar los problemas de los clientes y satisfacer sus necesidades mediante propuestas de valor. Este análisis es el que atrae a la clientela.

Seguro que hay elementos que te diferencian de la competencia y que provocan que te compren a ti, en lugar de a otra/o.

Estos son algunos ejemplos:

- Diseño: el producto puede ser más bonito o el servicio más personalizado.
- Trato: fidelización del cliente, trato más cercano.
- Precio: precio bajo, más servicios al mismo precio.
- Innovación: incluir alguna innovación frente a tus competidores.
- Tiempo: duración del producto o servicio, garantías, tiempos de entrega.

Propuestas de valor

En esta parte habla sobre los canales o los medios por donde se va a dar a conocer el producto o el servicio que se va a ofrecer y a su vez dando a conocer su valor o promoción. Lo más importante de este aspecto es saber cómo llegar al cliente (información), darle facilidades para que reciba el producto o servicio (distribución) y ofrecerle una buena experiencia posventa (para fidelizarle y que repita).

Mediante las siguientes preguntas, es más fácil poder descubrir qué canales son los óptimos (Fundación Nantik Lum, 2017): ¿Cómo se hace para que los clientes sepan qué producto/servicio ofrezco? ¿Cómo lo puede comprar? ¿Cómo recibe el cliente lo que le ofrezco? ¿Cómo me relaciono con el cliente tras la venta?

Relación con los clientes

Los diferentes tipos de relaciones de la empresa con cada segmento de clientes, que establecen y mantienen de forma independiente para cada segmento. En función de cada cliente, se adaptará el discurso. (Osterwalder; Pigneur, 2015)

Las relaciones con los clientes se establecen y mantienen de forma independiente en los diferentes segmentos de mercado. En este módulo se describen los diferentes tipos de relaciones que establece una empresa con determinados segmentos de mercado. (Celia Aguirre Gabiria García, 2024)

¿Qué tipo de relación esperan los diferentes segmentos de mercado?

¿Qué tipo de relaciones se han establecido?

¿Cuál es su coste?

¿Cómo se integran en el modelo de negocio?

Fuentes de ingresos

Estos valores se generan cuando los clientes adquieren las propuestas de valor del producto o servicio que la empresa ofrece.

La mejor forma de saber tus fuentes de ingresos, es mediante preguntas que te permitan analizar y reflexionar sobre tu caso. (Ramos Vega Cristina, 2016)

- ¿De dónde provienen tus ingresos?

(De vender productos/servicios puntuales; cuota mensual al cliente)

- ¿De qué segmento de clientes provienen la mayor parte de los ingresos?

(mujeres u hombres, jóvenes o mayores)

- ¿Qué medios de pago utilizarás y cuáles prefieren los clientes?

(Pago en efectivo/tarjeta de crédito, cuota mensual, pago por internet)

Los beneficios que se esperan obtener a través del nuevo modelo o línea de negocio, es decir, cómo se va a ganar dinero. También se pueden incluir otro tipo de beneficios, como sociales o medioambientales. (Celia Aguirre Gabiria García, 2024)

Los recursos clave

Son los activos que consideras más importantes para el mejor funcionamiento de tu negocio. Es importante identificarlos para saber qué es lo que hay que cuidar con mayor interés. Identifica tus recursos clave con la siguiente ayuda.

- Materiales (Ej. Horno bueno para hacer pan; buenas telas para hacer prendas; coches para el transporte; local en condiciones; software actualizado)
- Intelectuales (Ej. Patente; nombre de la marca; base de datos)
- Humanos (Ej. Personas que saben hacer bien la actividad de la empresa; buenos comerciales)
- Económicos (Ej. Garantías buenas; tener siempre efectivo; financiación por las compras; Pagos aplazados a proveedores...)

Los recursos clave son los activos necesarios para ofrecer y proporcionar los elementos antes descritos. En este módulo se describen los activos más importantes para que el modelo de negocio funcione. (Celia Aguirregabiria García, 2024)

Los activos necesarios para el modelo de negocio, incluidos las personas de la empresa y sus capacidades. (Osterwalder; Pigneur, 2015)

Actividades clave

Es aquella acción o acciones que generan mayor atractivo que hace que tu negocio funcione. Son necesarias para crear una propuesta de valor que seduzca a los clientes y así poder vender, fidelizar e ingresar dinero. Sabiendo lo que el cliente demanda y lo que tu negocio ofrece, hay que cuidar muy mucho las actividades que atraen a esos compradores. Apunta las actividades más importantes para saber en cuáles te tienes que fijar más. (Fundación Nantik Lum, 2017)

Fabricación: si te encargas producir un bien material, saber si te centras en calidad/exclusividad/cantidad/diseño/rapidez de entrega; si es el caso de un servicio la calidad/exclusividad/disponibilidad. (Fundación Nantik Lum, 2017)

Ayudas: si ofreces servicios de asesoramiento, determina si lo importante es el trato personal con los clientes; la polivalencia o exclusividad del servicio; Estar actualizado con las novedades del mercado o ser fiel a un estilo. (Fundación Nantik Lum, 2017)

En este módulo se describen las acciones más importantes que debe emprender una empresa para que su modelo de negocio funcione. (Celia Aguirre Gabiria García, 2024)

Asociaciones clave

Hay una serie de personas/empresas con las que es vital llevarse bien y mejorar continuamente las relaciones comerciales. Desde una externalización de servicios, un socio comercial o un proveedor de productos, pueden hacer que tu negocio funcione, genere ingresos y reduzca costes. Analiza las asociaciones clave de tu negocio y empieza por generar un vínculo provechoso.

Competidores: analiza negocios similares que por público objetivo o localización se puedan considerar competencia. Resulta interesante llevarse bien por si interesase compartir información; compartir proveedor aprovechando rappels; distinguirs en competencias distintas; distinguirs en segmentos y precios; recomendar y ser recomendado si la situación lo requiere... ¿Qué competidores clave puedes tener y cómo os podéis ayudar?

No competidores: habrá negocios colindantes o de productos complementarios que puedan suponer una colaboración vital para atraer a clientes. El compromiso de recomendar y ser recomendado funciona muy bien. Si por ejemplo tienes una tienda de ropa deportiva y estableces relación con un gimnasio cercano, se puede crear un sinfín de promociones, traspaso de clientes que determinan el éxito. ¿Se te ocurre alguno? ¿Qué tipo de relación podrías establecer?

Proveedores: las buenas relaciones con proveedores te pueden permitir un trato preferencial en muchos casos. Desde recibir antes el producto, pasando por reducciones en el precio o publicidad gratuita son beneficios que puedes sacar con un

vínculo provechoso y cercano. ¿Qué proveedores tienes pensado? ¿Necesitas de ellos puntualidad, fiabilidad, reducción de precios?

Externalizaciones: si externalizas la parte fiscal, contable, de comunicación, comercial... es muy importante la solidez en la relación con los que te lo proveen. Imagínate que contratas un servicio de transporte que te lleva tus productos al cliente con retardo (incluso ya caducados). En este caso y otros muchos es determinante una buena comunicación y relación. ¿Qué externalizaciones tienes previstas? ¿Qué necesitas de ellos? (Fundación Nantik Lum, 2017)

Las alianzas, los socios, incluso los proveedores requeridos para el éxito del modelo de negocio. Quizá algunas actividades se pueden externalizar y / o determinados recursos se pueden adquirir fuera de la empresa. (Osterwalder; Pigneur, 2015). Algunas actividades se externalizan y determinados recursos se adquieren fuera de la empresa. (Ramos Vega Cristina, 2016)

Estructura de costes

Analizar este aspecto habiendo estudiado previamente las asociaciones/ actividades/recursos clave, es relativamente fácil. Esto es porque al ser los motores del negocio y ser los que soportan los principales costes, es más fácil saber dónde se puede reducir y hacer sostenible la empresa. A continuación, analiza tu negocio y responde a lo siguiente. ¿La prioridad de tu negocio es reducir costes o dar valor a tu producto/servicio? (Ej. Una tienda de ropa lowcost prefiere vender mucho sin

importarle la calidad, mientras que una de buena marca prefiere la calidad y no prestar tanta atención a los costes). (Fundación Nantik Lum, 2017)

La estructura de costes empresariales se define como el costo monetario de operar como un negocio. Las siguientes preguntas pueden ayudar a establecer la estructura de costes:

- ¿Cuánto cuesta desarrollar las actividades clave?
- ¿Cuál es el costo de tus recursos clave y socios clave?
- ¿Cuánto cuesta lograr la propuesta de valor para tus clientes?
- ¿Hay costos adicionales para dirigir un negocio?
- ¿Cuál es el costo de tu negocio? (Zendesk 2023)

En este último módulo se describen todos los costes que implica la puesta en marcha de un modelo de negocio. (Ramos Vega Cristina, 2016)

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN DIAGNÓSTICA

Antecedentes diagnósticos

El cantón Cayambe está ubicado en los Andes Norte del Ecuador, al Noreste de la provincia de Pichincha, tiene una población de 85,795 habitantes (INEC, 2010)

en donde se divide en población rural con 46.767 habitantes y la población urbana con 39.028. Cayambe está organizado en 2 parroquias urbanas y 6 parroquias rurales, extendiéndose en un área de 1.182 Km² en el extremo nororiental de la Provincia de Pichincha, las parroquias rurales de Cayambe son: Santa Rosa de Cuzubamba, San José de Ayora, Olmedo, Azcasubi, Cangahua, Otón y las parroquias urbanas son: Juan Montalvo y Cayambe. El Proyecto integrador está enfocado en la parroquia de San Pedro de Cayambe (GADIPMC, 2016), el barrio Los Cipreses que es uno de los que forman el cantón, está ubicado al suroccidente del Cayambe en las calles: de norte a sur Av. Manuel Córdova Galarza, Seymour, Genovesa y Marchena; de este a oeste las calles: Av. Natalia Jarrín, Humberto Fierro y Baltra hasta la quebrada del tumble, se formó hace treinta años cuando la Hacienda Miraflores es lotizada por el Ing. Azanza siendo así adquirida por personas propias y extrañas. El barrio Los Cipreses es un barrio jurídico, residencial y tiene una población de 134 habitantes. Debido a la presencia de gente foránea se ha instalado diversidad de negocios que le están dando un desarrollo comercial.

Tipos de investigación

Exploratoria:

Según Fidias, (2006 p 23), “la investigación exploratoria es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado, por lo que sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir un nivel superficial de conocimiento”. Mediante la investigación exploratoria se quiere

profundizar más el tema sobre la organización de eventos en el cual no se tiene la información necesaria.

Descriptiva:

Según Tamayo y Tamayo (2006), el tipo de investigación descriptiva, comprende a la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual y la composición o procesos de los fenómenos; el enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo, cosa funciona en el presente; la investigación descriptiva trabaja sobre realidades de hecho caracterizándose fundamentalmente por presentar una interpretación correcta. En otras palabras, con esta investigación se quiere señalar una descripción precisa sobre la organización de eventos detallando sus características, para conocer a los competidores directos y focalizarse en los futuros clientes y es por ello que se realizará mediante el método de encuestas en el cual constará un cuestionario claro y conciso que ayude a despejar las dudas existentes. Se captará la perspectiva general del problema antes planteado.

Qué: La organización de eventos y decoración de fiestas y eventos

Dónde: En el barrio Los cipreses en el cantón Cayambe

Quién: Moradores del barrio Los Cipreses

Cuando: el 4 de abril del 2024

Cómo: Mediante el método de encuestas generado por Google Forms y compartido en enlace a los moradores del barrio.

Metodología de investigación

Cuantitativo:

En este sentido, el método cuantitativo de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010) manifiestan que usan la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías, además señalan que este enfoque es secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no se puede “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque desde luego, se puede redefinir alguna fase y parte de una idea, que va acotándose y, una delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica. Este método permitirá conocer la opinión de los moradores del barrio con respecto a la creación del negocio de la organización de eventos y tener aún más certeza sobre la viabilidad de este en el barrio Los Cipreses los mismos que serán receptados por medio de encuestas.

Cualitativa:

De acuerdo con Maanen (1983), el método cualitativo puede ser visto como un término que cubre una serie de métodos y técnicas con valor interpretativo que pretende describir, analizar, descodificar, traducir y sintetizar el significado, de hechos que se suscitan más o menos de manera natural. Con este método me permitirá conceptualizar el negocio y poder visualizarlo claramente para ser más entendible y eso se logrará mediante el modelo Canvas.

Deductivo:

Según Barchini (2006) menciona que el método deductivo consiste en extraer razonamientos lógicos de aquellos enunciados ya dados, en síntesis este método va de la causa al efecto, de lo general a lo particular, es prospectivo y teórico; comprueba su validez basándose en datos numéricos precisos. El método deductivo cuenta con un enfoque el cual es el cuantitativo. Con la presente investigación y al utilizar el método deductivo se podrá analizar desde una perspectiva más general hacia una aún más detallada y específica para aclarar dudas.

Analítico - Sistémico:

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Permite estudiar el comportamiento de cada parte. La síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad. Funciona sobre la base de la generalización de algunas características definidas a partir del análisis. Debe contener solo aquello estrictamente necesario para comprender lo que se sintetiza.

(Rodríguez; Pérez, 2017)

Técnicas e instrumentos de investigación

Observación

Según Zapata (2006), redacta que las técnicas de observación son procedimientos que utiliza el investigador para presenciar directamente el fenómeno que estudia, sin actuar sobre él esto es, sin modificarlo o realizar cualquier tipo de operación que permita manipular. Esta técnica va a permitir tener acceso a visualizar de mejor manera la situación y regístrala para su posterior análisis.

Encuesta

Plan de muestreo

Muestreo Probabilístico

Según Arias (2006) el muestreo probabilístico es aquel donde se conoce la probabilidad de cada elemento para integrar la muestra. A su vez, define el muestreo no probabilístico como un procedimiento donde se desconoce la probabilidad que tienen los elementos de la población para integrar la muestra. Se aplicará un muestreo probabilístico, ya que, se pretende aplicar las encuestas a un número determinado de personas del barrio Los Cipreses siguiendo la fórmula para determinar el número de encuestados.

Muestra

Fórmula

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

Dónde:

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

$$n = \frac{141 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (141 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{131}{1,3104}$$

$$n = 103,04$$

Indicadores

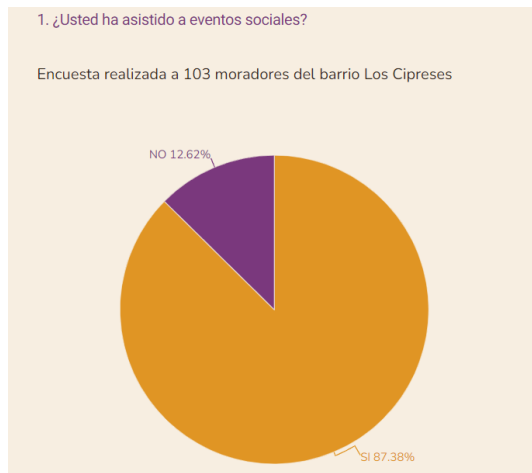
Para la ratificación de este proyecto se realizaron encuestas, las mismas arrojaron excelentes fundamentos, dando la posibilidad de realización del proyecto.

La encuesta fue realizada al promedio de la población perteneciente al barrio Los Cipreses; es decir fueron 103 moradores encuestados.

Información primaria

Presentación gráfica de resultados y Análisis de resultados

Figura 2 *Pregunta 1 de la encuesta*



Nota: Resultados de la primera pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024))

Tabla 2 *Tabla 2 Pregunta 1 de la encuesta*

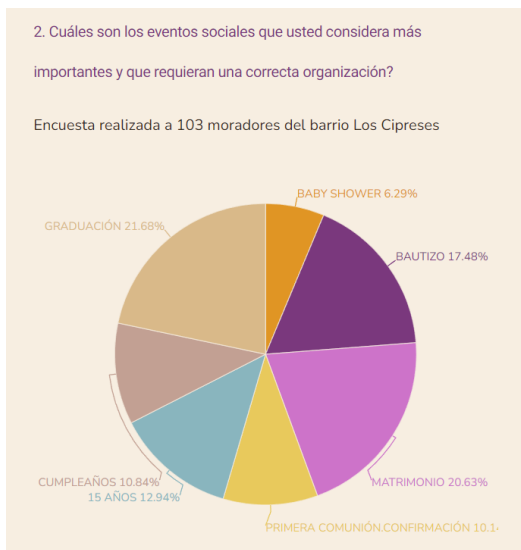
1. ¿Usted ha asistido a eventos sociales?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	SI	90
2	NO	13
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la primera pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 90 personas respondieron que, si han asistido a eventos sociales, 13 personas respondieron que no han asistido a un evento social, dando un resultado favorable.

Figura 3 Resultados de la segunda pregunta de la encuesta



Nota: (Sandoval, S., 2024)

Tabla 3 Pregunta 2 de la encuesta

2. ¿Cuáles son los eventos sociales que usted considera más importantes y que requieran una correcta organización?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	BABY SHOWER	18/100
2	BAUTIZO	50/100
3	MATRIMONIO	59/100
4	PRIMERA COMUNIÓN-CONFIRMACIÓN	29/100
5	15 AÑOS	37/100
6	CUMPLEAÑOS	31/100
7	GRADUACIÓN	62/100
TOTAL	103 PERSONAS ENCUESTADAS	

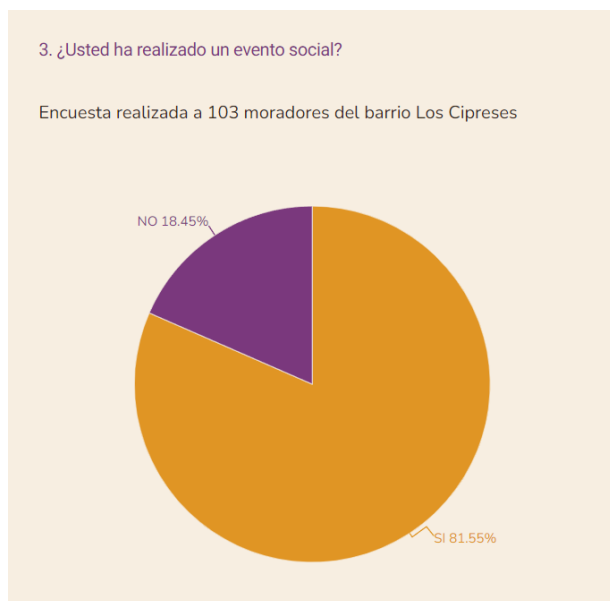
Nota: Esta tabla representa los resultados de la segunda pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

En la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, de mayor a menor importancia: graduación, matrimonio, bautizo, 15 años, cumpleaños, primera comunión, confirmación, baby shower

Figura 4

Resultados de la pregunta 3 de la encuesta



Nota: Esta figura representa los resultados de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 4

Pregunta 3 de la encuesta

3. ¿Usted ha realizado un evento social?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	SI	84
2	NO	19
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la tercera pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 84 personas dijeron que si han realizado un evento social mientras que 19 personas dijeron que no habían realizado un evento social.

Figura 5 Resultados de la pregunta 4 de la encuesta



Nota: Esta figura muestra los resultados de la pregunta 4 de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 5 Pregunta 4 de la encuesta

4. ¿Cuál es el promedio que gastó en la realización del evento social?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	MÁS DE \$100	50
2	MÁS DE \$250	28
3	MÁS DE \$400	25
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la cuarta pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 50 personas dijeron que gastaron más de \$100 dólares en la realización de un evento social, 28 personas dijeron que gastaron más de \$250 dólares en la realización de un evento social y 25 personas dijeron que gastaron más de \$400 dólares en la realización de un evento social.

Figura 6

Resultados de la pregunta 5 de la encuesta



Nota: Resultados de la quinta pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 6

Pregunta 5 de la encuesta

5. ¿Cuántos eventos al año realiza?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	DE 1-3 EVENTOS	90
2	MÁS DE 4 EVENTOS	8
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la quinta pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 90 personas dijeron que realizaron entre 1 a 3 eventos al año y 8 personas dijeron que realizan más de 4 eventos al año.

Figura 7

Resultados de la pregunta 6 de la encuesta



Nota: Resultados de la sexta pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 7

Pregunta 6 de la encuesta

6. ¿Quién se encargó de la realización del evento?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	USTED	87
2	EMPRESAS ORGANIZADORAS DE EVENTOS	19
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la sexta pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, de las cuales 87 personas organizaron ellos mismos los eventos sociales mientras que 19 de las personas encuestadas acudieron a empresas organizadoras de eventos.

Figura 7 Resultados de la pregunta 7 encuesta



Nota: Resultados de la pregunta 7 de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 8 Pregunta 7 de la encuesta

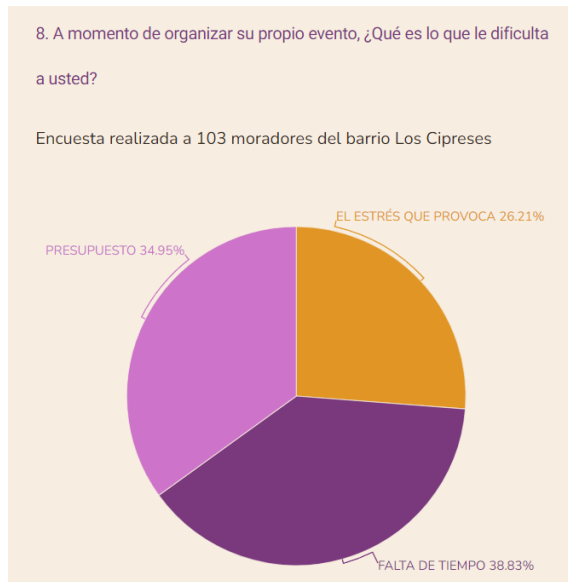
7. ¿Cómo califica usted a las empresas organizadoras de eventos?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	EXCELENTE	23
2	BUENA	60
3	REGULAR	18
4	MALA	2
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la séptima pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 23 personas calificaron como EXCELENTE la organización de eventos, 60 personas calificaron como BUENA la organización de eventos, 18 personas dijeron ser REGULAR la organización de evento y 2 personas calificaron como MALA la organización de eventos.

Figura 9 Resultados de la pregunta 8 de la encuesta



Nota: Resultados de la octava pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 9 Pregunta 8 de la encuesta

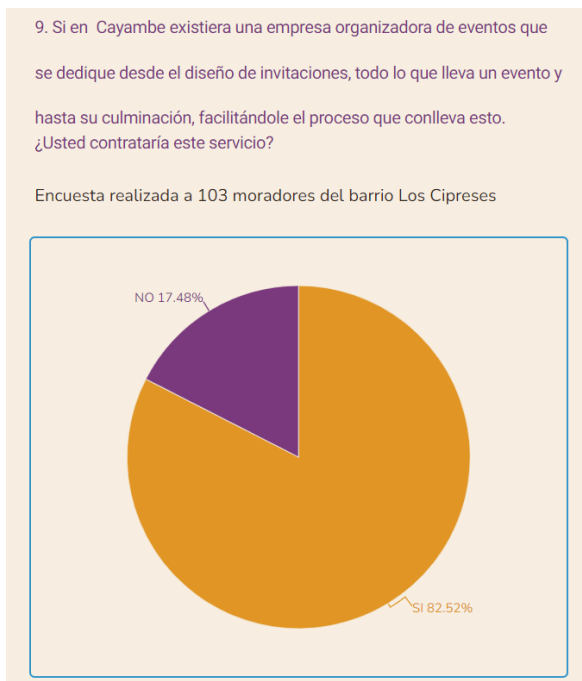
8. A momento de organizar su propio evento, ¿Qué es lo que le dificulta a usted?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	EL ESTRÉS QUE PROVOCA	27
2	FALTA DE TIEMPO	40
3	PRESUPUESTO	36
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la octava pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

En la encuesta realizada a 103 personas, 27 dijeron que se les dificulta la organización de eventos debido al ESTRÉS QUE PROVOCA, 40 personas dijeron que les dificulta la organización de eventos debido a la FALTA DE TIEMPO y 36 personas mencionaron que les dificulta la realización de eventos debido a problemas con el PRESUPUESTO.

Figura 10 Resultados de la pregunta 9 de la encuesta



Nota: Resultados de la novena pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 10 Pregunta 9 de la encuesta

9. Si en Cayambe existiera una empresa organizadora de eventos (diseño de invitaciones, todo lo que lleva un evento hasta su culminación) facilitándole el proceso que conlleva esto. ¿Usted contrataría este servicio?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	SI	85
2	NO	18
TOTAL	103	

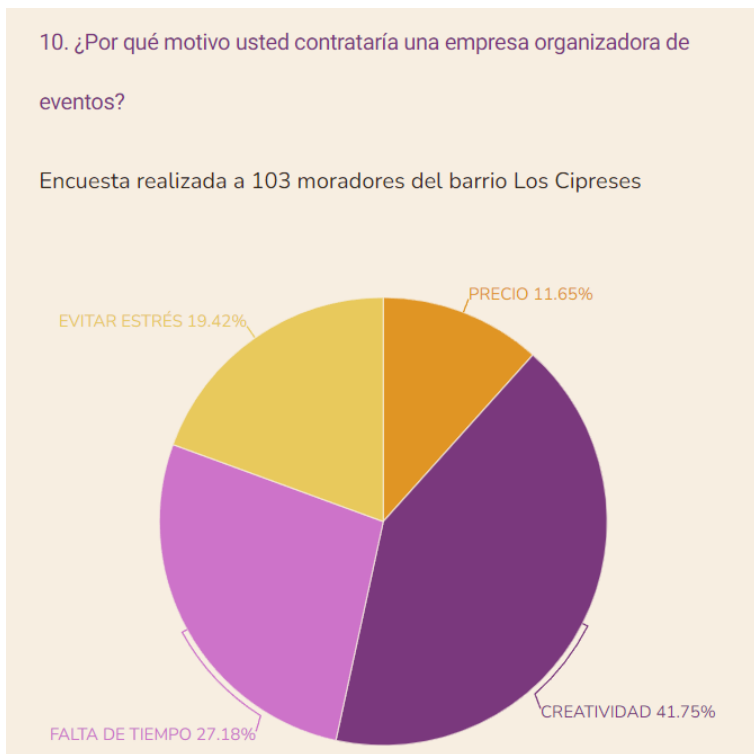
Nota: Esta tabla representa los resultados de la novena pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

De las 103 encuestadas, 85 personas dijeron que SI contratarían a una empresa organizadora de eventos que se dedique desde el diseño de invitaciones, todo lo que lleva un evento y hasta su culminación, facilitándole el proceso que conlleva esto mientras que 18 personas dijeron que NO, dando un resultado positivo.

Figura 11

Figura 2 Resultados de la pregunta 10 de la encuesta



Nota: Resultados de la décima pregunta de la encuesta (Sandoval, S., 2024)

Tabla 11

Tabla 3 Pregunta 10 de la encuesta

10. ¿Por qué motivo usted contrataría una empresa organizadora de eventos?		
LITERAL	PREGUNTA	
1	PRECIO	12
2	CREATIVIDAD	43
3	FALTA DE TIEMPO	28
4	EVITAR ESTRÉS	20
TOTAL	103	

Nota: Esta tabla representa los resultados de la décima pregunta de la encuesta. (Sandoval, S., 2024)

Análisis de resultados

Como se indica en la tabla de la encuesta realizada a 103 personas pertenecientes al barrio Los Cipreses, 12 personas encuestadas dijeron que debido al PRECIO contrataría una empresa organizadora de eventos, 43 personas dijeron que debido a la CREATIVIDAD contratarían una empresa organizadora de eventos, 28 personas encuestadas dijeron que debido a la FALTA DE TIEMPO contratarían a una empresa organizadora de eventos y 20 personas dijeron que por EVITAR EL ESTRÉS contratarían a una empresa organizadora de eventos.

Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha realizado el análisis de los antecedentes que dieron pie para realizar el proyecto, se enfocó en las falta de una empresa que organice eventos en el barrio Los Cipreses que pertenece a la parroquia de Cayambe, los moradores del barrio fueron encuestados los cuales arrojaron resultados positivos ante la creación de la empresa en este sector. Se sabe también con más certeza los motivos por los que cada uno de ellos se inclinaría por contratar los servicios de una empresa que se dedica a la organización de eventos desde la creación de la invitación hasta la culminación del evento.

Dicha encuesta arrojó resultados que favorecen a la creación de la empresa, dándole una total viabilidad tal y como dieron los resultados de la encuesta en la pregunta 9 en donde el 85.5% de las 103 personas encuestadas que dijeron que SI contratarían si existiera en Cayambe una empresa organizadora de eventos que se dedique desde el diseño de invitaciones, todo lo que lleva un evento y hasta su culminación, facilitando el proceso que conlleva esto.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

Tema

“Realización de un modelo de gestión empresarial CANVAS para la empresa dedicada a la organización y decoración de fiestas y eventos Escarlata ubicada en el cantón de Cayambe, parroquia de Cayambe en el Barrio Los Cipreses.

Datos informativos

Restaurante: Escarlata

Beneficiarios: Personas que buscan realizar eventos sociales desde cero hasta la culminación del evento.

Ubicación: Provincia: Pichincha, Cantón: Cayambe, Parroquia: Cayambe,
Barrio: Los Cipreses, calle Seymour Oe 1-30 y Humberto Fierro.

Figura 12 *Ubicación de la empresa Escarlata*



Nota: El Gráfico representa a la ubicación satelital de la empresa Escarlata

Antecedentes de la propuesta

Como toda idea, esta nació de un problema existente en la sociedad por lo que las empresas organizadoras de eventos buscan satisfacer esa necesidad social. La organización y decoración de eventos siempre ha existido, pero al pasar los años al igual que todo en la vida cotidiana ha ido cambiando y mejorando por lo que ahora existen varias opciones a escoger a la hora de organizar y decorar eventos de todo tipo.

En el Ecuador existen diferentes culturas y estratos sociales por lo que el éxito de un evento es muy importante porque será el tema hablado los días posteriores a este, en algunas culturas no solo realizan eventos con el fin de celebrar algo o a alguien sino también con el hecho importante de hacerse notar y sobre salir entre la sociedad por lo que es importante todo el proceso que conlleva una organización de eventos que parte desde el momento en que se tiene una idea hasta la culminación y cierre del evento y todo esto cumpliéndolo con total éxito.

En la ciudad de Cayambe se realizan varios eventos en el año, todos importantes como los cumpleaños, bautizos, primeras comuniones, confirmaciones, 15 años, bautizos y algo que ha aparecido en los últimos años que es la revelación de sexo del niño durante el embarazo y el baby Shower, todos estos eventos se organizan con tiempo porque en Cayambe es importante la realización de estos. Hace algunos años los eventos se realizaban exclusivamente en hoteles conocidos por tener salas de recepciones por lo que las personas tenían que agendar la fecha del evento con anterioridad y cancelar un adelanto ya que la demanda era muy solicitada.

En la actualidad los eventos sociales pueden ser organizados a gran escala no solo en lugares de recepciones sino en casas, en áreas verdes etc., cumpliendo con las expectativas que el cliente solicita.

Justificación

La iniciativa de hacer el proyecto para la creación de una empresa organizadora y decoradora de eventos nace desde observar las necesidades que tiene la población en cuanto a la realización de eventos sociales, pero con el detalle especial de que los solicitantes no disponen del tiempo necesario para dedicarse a esto por lo que el fin de la empresa es plasmar con las exigencias e ideas que tiene el cliente para cumplir con éxito el evento.

La principal cualidad que se puede ofrecer y a la vez diferenciar de otras empresas es que cada evento que pidan realizar será dirigido según las exigencias y disponibilidades desde el primer momento en que surge el contacto con el cliente y el contrato realizado ofrecerle un servicio completo en donde no tenga que ir a buscar en otro lado y ser la empresa que tenga disponible a todos los proveedores; es decir todo en un mismo lugar.

Como empresa organizadora hay que evitar al cliente el engorroso momento de ir a buscar en diferentes lugares cada detalle y ser esa diferencia al tener disponible todo lo necesario desde la invitación, el servicio de catering, la decoración, la música, el local o carpas, personal necesario para cubrir el evento y por su puesto estar presentes en cada proceso hasta la culminación del evento y el cierre total. Todo esto tratando de cumplir las exigencias solicitadas y en los tiempos precisos.

Objetivos

Objetivo General

Elaboración del modelo de gestión empresarial bajo el modelo CANVAS de la empresa organizadora y decoradora de eventos sociales en el cantón Cayambe.

Objetivos Específicos

- Deducir la segmentación de mercado al que está dirigido la empresa organizadora y decoradora de eventos.
- Definir alianzas estratégicas con proveedores que ayuden a brindar un servicio de calidad y mejorado.
- Determinar el capital de inversión necesario para la creación del negocio.

Análisis de Factibilidad Modelo CANVAS

Segmentación de clientes

La empresa Escarlata está enfocada a un segmento geográfico establecido en la provincia de Pichincha, Cantón Cayambe, barrio Los Cipreses, dirigido a la población urbana y rural, hombre o mujer. Orientada a personas socio económico medio y alto con capacidad económica para cubrir con los costos para la realización del evento.

Propuestas de valor

Esta empresa se distingue por ofrecer un servicio completo al momento de organizar un evento social o corporativo, dando la facilidad al cliente de conseguir a todos los proveedores en el mismo lugar y así evitándole pasar el tiempo en busca de los mismos, como empresa se garantiza cada detalle con éxito desde el momento del contrato, la creación de la invitación física o virtual, el servicio de catering, el inmueble necesario, el lugar del evento ya sea en un lugar de recepciones o al aire libre, la decoración y el personal necesario y capacitado para cumplir con cada actividad hasta llegar al momento de la culminación del evento. El principal objetivo es que el cliente no se estrese con todo este proceso y solo disfrute del cumplimiento de cada una de sus visiones con respecto al evento solicitado.

Canales

Los canales principales para la difusión del trabajo que ofrece la empresa son las redes sociales como Facebook, Instagram y TikTok de esta manera se puede llegar a más personas mostrando en las publicaciones fotos y videos de los eventos, también es importante la transmisión de información sobre las experiencias de un cliente con otras personas.

Relación con el cliente

Como empresa ofrece la rapidez y confianza en el servicio que se va a brindar ya sea para un evento pequeño a uno de gran escala, siempre ofreciendo la mejor experiencia para el cliente y sus invitados.

Fuentes de ingreso

El ingreso principal aparece cuando se cierra el contrato para realizar el evento, es decir el ingreso será cuando se da la venta del servicio ofrecido. Cada contrato es una ganancia.

Documentos necesarios de funcionamiento y sus requisitos:

- RUC: Original y copia de la cedula y papeleta de votación, original y copia de la planilla de un servicio básico y original y copia de una factura de tv por paga o internet.
- Patente municipal: Formulario del impuesto del 1.5 por mil a los Activos Totales; Copia de la declaración del impuesto a la renta realizado al SRI del año inmediato anterior; y, Copia del permiso del Cuerpo de Bomberos. Pago del impuesto de patentes y servicios administrativos.
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Cayambe: Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos, Informe técnico de inspección favorable, Copia del certificado de uso de suelo, Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación, Copia de RUC, Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m², instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo.
- Declaración juramentada del representante legal del establecimiento: Cédula de ciudadanía y/o pasaporte original y vigente del o los declarantes, los extranjeros pueden presentar un documento de identidad nacional o la tarjeta de identidad emitida en el país o jurisdicción de la oficina consular, extracto de la minuta de

lo que se declara, de preferencia, ser mayor de edad y estar en pleno uso de sus facultades, la declaración debe ser sobre un hecho físico y moralmente posible.

Recursos claves

La principal forma de medir la actividad de esta industria es a través de los servicios prestados, tanto personales como empresariales; además, el tipo de paquete que requiere el cliente y los servicios adicionales que pueda requerir. Esto dará una idea clara de los números a gestionar.

Tabla 12

Tabla 4 Recursos claves: Físicos

Recursos clave: Físicos	
1 Escritorio	\$150
3 sillas de oficina	\$150
1 laptop Hp Pavilion	\$900
1 impresora Láser HP multifunción	\$245
3 sillas de trabajo	\$120
150 Manteles de varios colores	\$300
150 juegos de porcelana	\$450
150 juegos de cubiertos bañados en plata	\$108
15 champaneras con soporte	\$90
15 jarras de cristal 1.8 L	\$390
10 bandejas de acero inoxidable	\$200

150 juegos de cristalería (vasos, copas, shots)	\$450
150 sillas de plástico	\$1950
150 sillas Tiffany	\$3750
15 mesas plegables grandes	\$975
15 mesas plegables pequeñas	\$750
Sistema de audio de alta potencia	\$799
4 Equipos de iluminación	\$124
1 maquina humo	\$88
1 camioneta Chevrolet 2008 de una cabina	\$6000
Arriendo de local	\$350
10 carpas	\$3135

Nota: Esta tabla detalla los recursos Físicos (Sandoval, S., 2024)

Tabla 13

Tabla 5 Recursos claves: Intelectuales

Recursos clave: Intelectuales
Proveedores de complementos decorativos
Proveedor del servicio de catering
Proveedor del servicio de seguridad
Proveedor de servicio de meseros
Proveedor de centros de mesa personalizados
Proveedor de flores de temporada

Proveedor de cristalería de colores
Proveedor de telas de todo tipo desde tela de manteles, para decoración de local, para servilletas, para fondo de mesas centrales.
Proveedor de bocaditos dulces y salados
Proveedor de servicio de pastelería
Proveedor de servicio de fotografía y filmación

Nota: Esta tabla detalla los recursos intelectuales (Sandoval, S., 2024)

Tabla 14

Tabla 6 Recursos claves: Servicios de funcionamiento

Recursos clave: Servicios de funcionamiento	
Patente municipal de Cayambe	\$45
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Cayambe	\$45
RUC	Sin costo
Declaración juramentada del representante legal del establecimiento.	\$25
Total	\$115

Nota: Esta tabla detalla de los requisitos para el funcionamiento de la empresa

(Sandoval, S., 2024)

Activos fijos

Según Poveda, A., García, G. y Rivera, J. (2009) “Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido”.

Tabla 15

Tabla 7 Activos Fijos

INVERSIONES		
ACTIVOS FIJOS		
Edificio	0	0
Camioneta Chevrolet	6000	6000
Equipos Industriales seguridad	0	0
Equipos de Computación	1200	1200
Muebles - enseres	450	450

Nota: Activos fijos en la empresa Escarlata (Sandoval, S., 2024)

Capital de trabajo

El término capital de trabajo, en ocasiones llamado capital de trabajo bruto, se refiere por lo general al activo circulante. (Besley & Brigham, 2016)

La empresa organizadora y decoradora de eventos Escarlata tiene previsto una inversión de capital de trabajo de \$56421,82 en donde están incluido los sueldos anuales, servicios básicos, materiales de limpieza y de oficina, gastos de permisos de funcionamiento y la adquisición de productos necesarios para ofrecer el servicio.

Tabla 16*Tabla 8 Capital de trabajo*

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	6639,005	26556,02
Servicios Básicos	315	1260
Material oficina	405,3	1621,2
Material limpieza	226,65	906,6
Gastos documentos, permisos	48	192
Alquiler local	1050	4200
Publicidad	125	500
Adquisición productos	1250	5000
Gastos financieros	1050	4.200,00
TOTAL INVERSIÓN	18758,96	52085,82

Nota: Capital de trabajo necesario para la creación de la empresa Escarlata (Sandoval, S., 2024)

Inversión total

Esta inversión es la sumatoria de los activos fijos y el capital de trabajo para la empresa organizadora y decoradora de eventos Escarlata tiene previsto una inversión total de \$18758,95 con un capital de trabajo de tres meses y \$ 52085,82 con un capital de trabajo de doce meses. La misma que a continuación se encuentra detallada.

Tabla 17*Tabla 9 Total de inversión*

TOTAL DE INVERSIÓN	
ACTIVO FIJO	7650
ACTIVO DIFERIDO	0
CAPITAL DE TRABAJO /3M	11.108,96
TOTAL DE INVERSIÓN	18758,955

Nota: El total de inversión necesaria para la creación de la empresa Escarlata

(Sandoval, S., 2024)

Depreciación de activos

Para Tineo (2011) la depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, entre otros aspectos.

Como se detalla a continuación en la empresa Escarlata los Equipos de Computación son los activos fijos con mayor depreciación con un 33.33% en comparación a los demás activos fijos.

Tabla 18*Tabla 10 Depreciación de activos fijos*

DEPRECIACIÓN ACTIVOS			
FIJOS (en línea recta)			
		%	
		DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	0	10%	0
Edificio	0	5%	0
Vehículos	6000	20%	1200
Equipos de Computación	1200	33,33%	399,96
Muebles y Enseres	450	10%	45
			1644,96

Nota: Esta tabla muestra los porcentajes de activos fijos en depreciación (Sandoval,

S., 2024)

Estructura de capital

Según Ross, Westerfield y Jordan (2007), la estructura de capital es la mezcla de deuda y patrimonio usada por una empresa para financiar sus operaciones.

Tabla 19

Tabla 11 Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	27085.82	52%	13%	6.7%	
Capital Financiero	25000	48%	14%	6,7%	
TOTAL INVERSIÓN	52085,82	100%		13.4%	TMAR

Nota: Esta tabla detalla la estructura de capital de la empresa Escarlata (Sandoval, S., 2024)

TMAR

La tasa mínima de rendimiento (TMAR) es el porcentaje de reducción media relativa por año en la prevalencia o la tasa. Por ende, un signo positivo indica una reducción o tendencia a la baja, mientras que un signo negativo señala un aumento o tendencia al alza, para efecto de la empresa Escarlata es 13.4%.

Sueldos

Los sueldos dentro de la empresa Escarlata están dentro de lo que corresponde a la ley ecuatoriana los cuales están detallados de la siguiente manera.

Tabla 20

Tabla 12 Sueldos para los colaboradores de la empresa Escarlata

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Jefe Administrativo	475	5700	538,65	692,55	5853,9
Organizador de eventos	460	5520	521,64	670,68	5669,04
Ayudante	460	5520	521,64	670,68	5669,04
Bodeguero	460	5520	521,64	670,68	5669,04
TOTAL	1855	22260	2103,57	2704,59	22861,02

Nota: Detalle de los sueldos para los colaboradores (Sandoval, S., 2024)

Beneficios legales

Conforme lo marca la ley ecuatoriana, la empresa Escarlata cumple con lo siguiente:

Tabla 21*Tabla 13 Beneficios legales conforme a la ley ecuatoriana*

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO	DÉCIMO	TOTAL
		4°	3°	DÉCIMOS
Jefe Administrativo	475	460	475	935
Organizador de eventos	460	460	460	920
Ayudante	460	460	460	920
Bodeguero	460	460	460	920
TOTAL	1855	1840	1855	3695

Nota: Tabla detallada de los beneficios de ley (Sandoval, S., 2024)

Por lo que el valor a correspondiente para los colaboradores es de \$26556,02.

Tabla 22*Tabla 14 Total de sueldos correspondientes a los colaboradores*

TOTAL SUELDOS	TOTAL DÉCIMOS	TOTAL ANUAL
22861,02	3695	26556,02

Nota: Sueldos de los colaboradores anualmente (Sandoval, S., 2024)

Actividades clave

Dentro de las actividades claves se ofrecen paquetes a los clientes, estos pueden ser cambiados a disposición del cliente y por el tipo de evento que necesite, se

trabaja con el 50% del valor total como anticipación y el otro 50% el día del evento, como empresa organizadora de eventos se garantiza cada detalle solicitado por el cliente.

Ofrecer descuentos por ser cliente frecuente al igual que por recomendar a la empresa a otros posibles clientes.

Asociaciones clave

Dentro del rubro de la organización de eventos se puede recalcar que las mejores asociaciones que se pueden hacer son con los proveedores necesarios para cumplir satisfactoriamente con el evento, los siguientes proveedores son:

- Proveedores de catering.
- Proveedores del lugar.
- Proveedores de animación.
- Proveedores de pastelería.
- Proveedores de fotografía y filmación.
- Proveedores de seguridad privada.
- Proveedores de decoración selectiva.
- Proveedores de servicio de bar y coctelera.
- Proveedores de servicio de meseros.
- Proveedores de cristalería de colores.
- Proveedores de telas para manteles y servilletas.
- Proveedores de flores de temporada.

El mantener el lazo con los proveedores es importante para que al momento de realizar el evento cumplan con cada detalle solicitado.

Estructura de costos

La estructura de costos describe los costos en los que incurre un modelo de negocio, en este sentido la creación y entrega de valor, el mantenimiento de las relaciones con clientes, los recursos, actividades y relaciones clave, el análisis del segmento de mercado y las fuentes de ingresos generarán un coste para la empresa; mismo que, no será complicado calcular al haber definido recursos, actividades y asociaciones clave con anterioridad; no obstante, es necesario tener claro su cálculo, puesto que algunos modelos de negocio suponen costos mayores que otros (Osterwalder, Pigneur, y Vázquez 2012, 40).

Puntos de equilibrio

Según Franco, Bobadilla-Soto y Rebollar (2014) el punto de equilibrio es el nivel de producción en donde existe la igualdad o la equiparación entre la suma de los costos fijos y variables y los ingresos por ventas durante un periodo económico.

Tabla 23

Tabla 15 Punto de equilibrio

Costos fijos	
---------------------	--

Arriendo	350
Sueldos	1855
TOTAL	2205

Nota: Esta tabla detalla los valores fijos (Sandoval, S., 2024)

Margen de contribución

El costo de contribución está basado en un paquete básico para celebrar un cumpleaños en donde constan las invitaciones para 20 personas, local, mesas, sillas, comida, decoración básica, animación y música.

Tabla 24 *Margen de distribución*

Costos de un paquete básico			
Precio	450		
Costo	250		
Ganancia	200	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

Nota: Margen de distribución de un paquete básico (Sandoval, S., 2024)

El punto de equilibrio se lo tomo basándose en un paquete básico de cumpleaños, los paquetes pueden variar según el número de personas, la temática y el lugar del evento. Mientras las exigencias sean especiales y el número de invitados aumente, el costo aumentara también.

Tabla 25 *Costo fijo / margen de distribución*

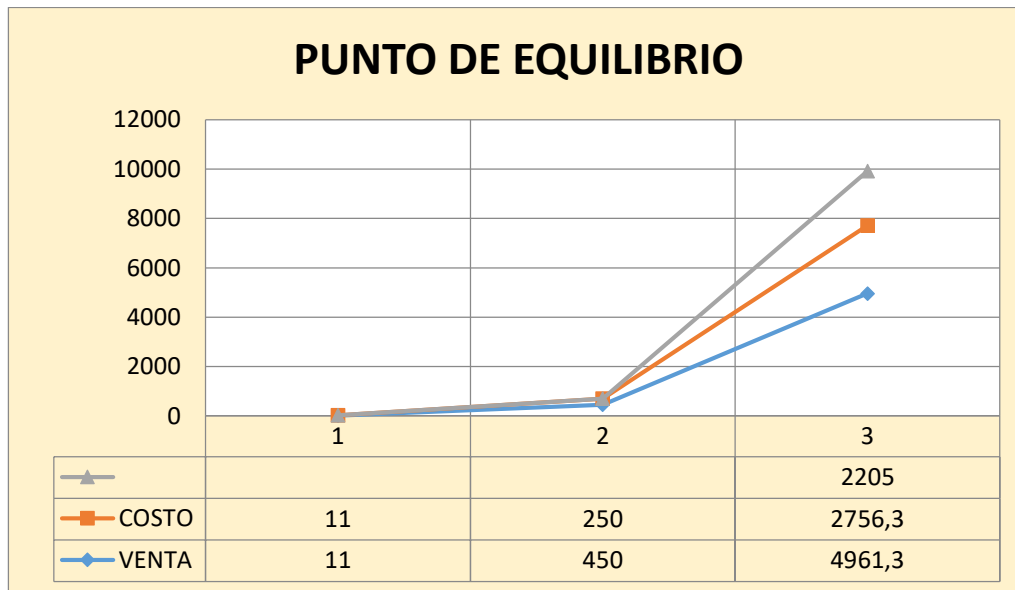
PE = COSTO FIJO / MARGEN DE CONTRIBUCIÓN				
PE=	135	paquetes	4,5	diario

VENTA	135	450	60538,5
COSTO	135	250	33632,5
			26906,02
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Nota: Esta tabla representa el punto de equilibrio (Sandoval, S., 2024)

Figura 13

Figura 3 Punto de equilibrio



Nota: Esta figura marca el punto de equilibrio

Conclusiones

- Se concluyó que para la creación de una empresa dedicada a la organización y decoración de eventos sociales es necesario tener imaginación y dedicación para que cada evento sea único y resalte de otros.
- El resultado de la investigación permitió saber que no existe gran competencia dentro de este rubro pero si existen personas o empresas que están realizando eventos sociales por lo que necesitan de un profesional quien les brinde asesoría para llevar a cabo el evento.
- Mediante la encuesta realizada a los moradores del Barrio Los Cipreses se extrajo un resultado positivo hacia la creación de la empresa organizadora de eventos por lo que se concluye que tiene factibilidad y acogida en la parroquia de Cayambe.
- Después de haber aplicado el modelo de negocio Canvas en el proyecto integrador se concluyó que el tipo de segmentación del negocio, así como los socios claves y el capital para tener así generar ingresos rentables y sostenibles.

Recomendaciones

- Investigar constantemente el mercado para así desarrollar paquetes y propuestas llamativas para tener que ofrecerle al cliente.
- Aplicar un estudio de mercado continuamente a cada paquete que se ofrece para que de esta manera se sepa que se debe cambiar y lo que se tiene disponible según el clima, la temporada, la demanda y el presupuesto del cliente.
- Buscar un segmento de mercado más amplio por lo que es necesario hacer un estudio de mercado detallado para desarrollar y aplicar nuevas estrategias.

Referencias

- Administración y Desarrollo. (2011) *Modelos de negocio: propuesta de un marco conceptual para centros de productividad*.
<file:///C:/Users/ELECTRO%20OFERTAS/Downloads/Dialnet-ModelosDeNegocio-3776508.pdf>
- Almeida, Cerda, M. (2014) *Proyecto de creación de una empresa de organización de eventos, “Sol y Luna”*.
[file:///C:/Users/ELECTRO%20OFERTAS/Downloads/UDLA-EC-TLG-2014-23\(S\).pdf](file:///C:/Users/ELECTRO%20OFERTAS/Downloads/UDLA-EC-TLG-2014-23(S).pdf)
- Anzilutti, B. (2024) *Qué es un evento: Historia y Clasificación*.
<https://www.ineventos.miami/blog/que-es-un-evento.html>
- Berrezueta, Rodríguez, M. (2018) *La gestión del capital de trabajo y su impacto en la rentabilidad en las empresas en el ciudad de Cuenca del sector productivo de elaboración de productos alimenticios*.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/16101/1/UPS-CT007795.pdf>
- Carvajal, Cajas, C. (2018) *Implementación de la metodología CANVAS en el desarrollo de la pequeña industria de la ciudad de Quito – Provincia de Pichincha*. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6393/1/T2735-MBA-Carvajal-Implementacion.pdf>
- Divulgación Dinámica S.A. (2020) *Tipos de eventos: definiciones y clasificación*.
<https://divulgaciondinamica.es/tipos-de-eventos-definiciones-y-clasificacion/>
- Educaweb. (2024) *Organizador de eventos*.
<https://www.educaweb.com/profesion/organizador-eventos-428/>

Finmodelslab. (S.F.) *Canvas de modelo de negocio de agencia de eventos.*

<https://finmodelslab.com/es/products/events-agency-business-model-canvas>

Fude. S.F. *La organización de eventos y su importancia.*

<https://www.educativo.net/articulos/la-organizacion-de-eventos-y-su-importancia-616.html>

Fundación para la investigación social avanzada. (2018, Noviembre, 01) *LA*

FINALIDAD DE LA METODOLOGÍA CUANTITATIVA.

<https://isdfundacion.org/2018/11/01/finalidad-metodologia-cuantitativa/>

Generation España. (2024) *Modelo de Negocio: Metodología Canvas.*

<https://spain.generation.org/blog/modelo-de-negocio-metodologia-canvas/>

Gob.ec (2023, Diciembre, 21) *Emisión de licencia ambiental para proyectos, obras o*

actividades considerados de mediano o alto impacto y riesgo ambiental

siendo de carácter obligatorio. [https://www.gob.ec/maae/tramites/emision-](https://www.gob.ec/maae/tramites/emision-licencia-ambiental-proyectos-obras-actividades-considerados-mediano-alto-impacto-riesgo-ambiental-caracter-obligatorio)

[licencia-ambiental-proyectos-obras-actividades-considerados-mediano-alto-](https://www.gob.ec/maae/tramites/emision-licencia-ambiental-proyectos-obras-actividades-considerados-mediano-alto-impacto-riesgo-ambiental-caracter-obligatorio)

[impacto-riesgo-ambiental-caracter-obligatorio](https://www.gob.ec/maae/tramites/emision-licencia-ambiental-proyectos-obras-actividades-considerados-mediano-alto-impacto-riesgo-ambiental-caracter-obligatorio)

Gonzales, Jiménez, K. (2017) *PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA*

EMPRESA ESPECIALIZADA EN CATERING Y ORGANIZACIÓN DE

EVENTOS PERSONALIZADOS – CHICLAYO 2017,

https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4814/1/TL_GonzalesJimenez

[Karin.pdf](https://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/4814/1/TL_GonzalesJimenez)

IMEP. (2017) *¿Qué es un evento y cómo se puede clasificar?*

<https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>

Jijena Sánchez, R. (Noviembre, 2014) *Como organizar eventos con éxito.*

<https://utntyh.com/wp-content/uploads/2011/06/Como-organizar-eventos-con-exito.-Rosario-Jijena-Sanchez.pdf>

La razón histórica. (2017) *Si las piedras hablaran. Metodología cualitativa de Investigación en Ciencias Sociales.*

<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/54506/3/Sergio%20Fern%c3%a1ndez%20Riquelme.%20Metodolog%c3%ada%20cualitativa.%20La%20Raz%c3%b3n%20hist%c3%b3rica%20.pdf>

Lucena, P. (2023) *¿Qué es la organización de eventos?*

<https://www.cesuma.mx/blog/que-es-la-organizacion-de-eventos.html>

Metodología CANVAS.

https://investigacion.conaf.cl/archivos/2016/proyectos/929_Documento-Educativo-CANVAS.pdf

Municipio Cayambe. (S.F.) *Trámites.* <https://municipiocayambe.gob.ec/tramites/>

Nipn. (S.F.) *DEFINICIÓN DE TMAR.* <https://www.nipn-nutrition->

[platforms.org/TMAR-1-3-Introduccion-y-](https://www.nipn-nutrition-platforms.org/TMAR-1-3-Introduccion-y-definicion#:~:text=La%20tasa%20media%20anual%20de,aumento%20o%20tendencia%20al%20alza)

[definicion#:~:text=La%20tasa%20media%20anual%20de,aumento%20o%20tendencia%20al%20alza](https://www.nipn-nutrition-platforms.org/TMAR-1-3-Introduccion-y-definicion#:~:text=La%20tasa%20media%20anual%20de,aumento%20o%20tendencia%20al%20alza)

Pérez Porto, J; Merino M. (2019, mayo, 29) *Organización - Qué es, definición y*

concepto. <https://definicion.de/organizacion/>

Programa Avanza, (2017) *Mi modelo de negocio: Canvas y Plan de empresa.*

<https://emprendimientoymicrofinanzas.com/wp->

content/uploads/2018/05/3_Mi_modelo_de_negocio_canvas_y_plan_de_empr
esa.pdf

Ramon, Campoverde, D. (2018) *EL MÉTODO DEDUCTIVO EN LA GENERACIÓN DE DATOS CONFIABLES EN EL ESTUDIO DE LA POBLACIÓN AFRODESCENDIENTE.*

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12258/1/ECUACS%20DE00008.pdf>

Ramos, Vega, C. (2018, marzo, 12) *El Business Model Canvas de Alex Osterwalder.*

<https://cristinaramosvega.com/business-model-canvas-alex-osterwalder/>

Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (2017). *Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento Revista EAN, 82, pp.179-200.*

<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.164>

The power bussines school. (2024) *Todo sobre Alexander Osterwalder, el padre del Business Model Canvas.* <https://www.thepowermba.com/es/blog/alex-osterwalder-business-model-canvas>

Uemed.Net. (S.F.) 3.1.1. *Metodología cuantitativa.* https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/eal/metodologia_cuantitativa.html

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2023) *La investigación cualitativa.* <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>

Universidad del Bio-Bio. (2015) *Modelos de Negocio con*

Varela Gutiérrez, (2021) *TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CONTABILIDAD.*

[https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/1050/Trabajo%](https://repositorio.ucss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14095/1050/Trabajo%20de%20Investigaci%20n%20para%20optar%20el%20grado%20academico%20de%20bachiller%20en%20contabilidad.pdf)

20de%20Investigaci%C3%B3n%20-
%20Varela%20Gutierrez%2C%20Keny%20Escubion.pdf?sequence=1&isAll
owed=y

Vásquez, Benavides, A. (2016) *Modelo de negocio basado en Canvas para un proyecto de implementación de un parque de diversiones infantiles en la ciudad de Cuenca.*

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/12805/6/UPS-CT006688.pdf>

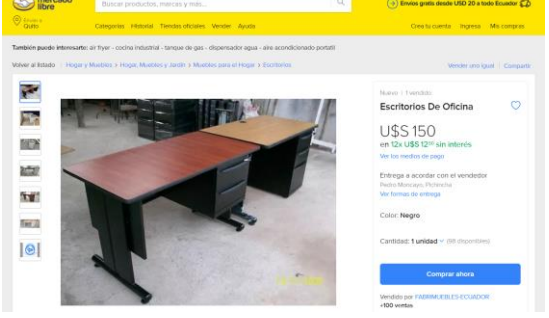
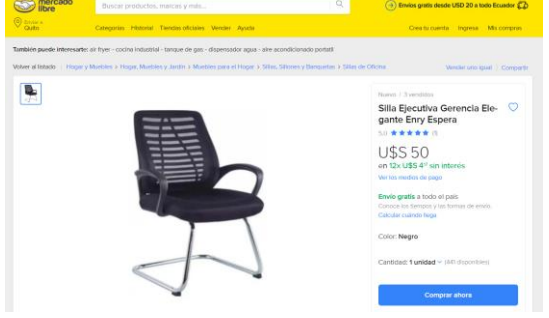
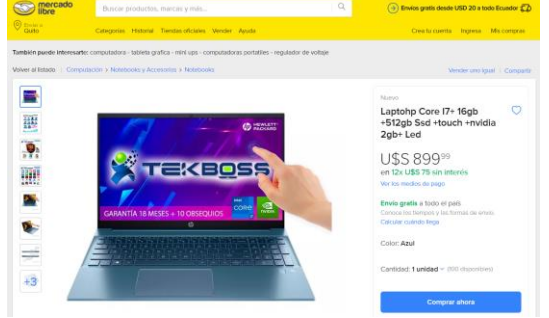
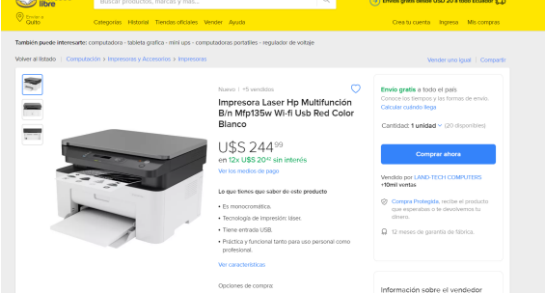
Visión Gerencial. (2011) *Teoría de la estructura de capital y su impacto en la toma de decisiones de inversión y financiamiento.*

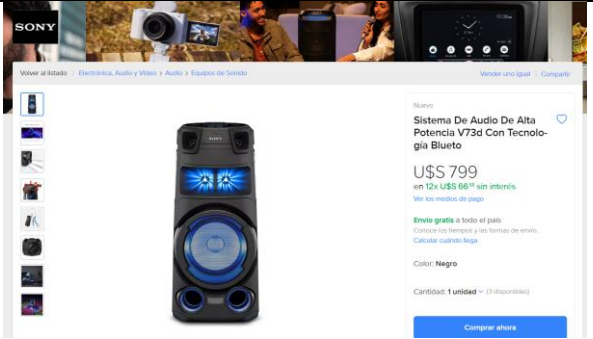
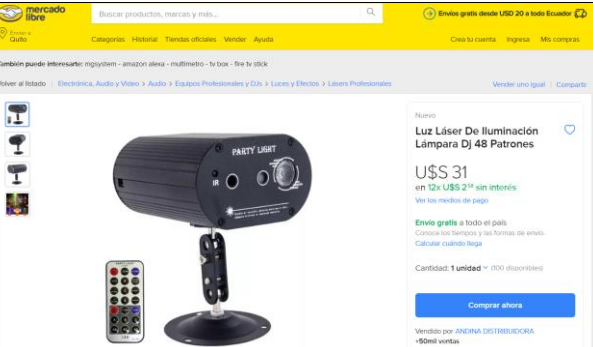
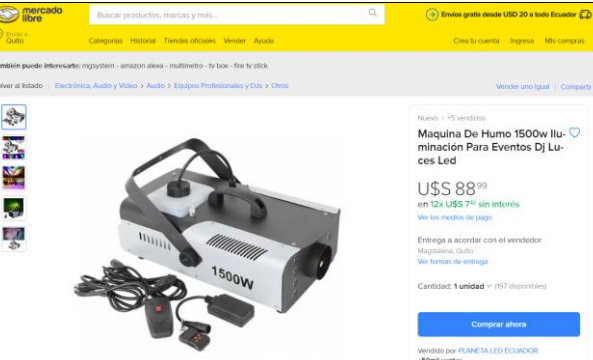

<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890014.pdf>

Zendesk, (2023) *Modelo Canvas de relación con el cliente: qué es y cómo funciona.*

<https://www.zendesk.com.mx/blog/canva-relacion-con-cliente/>

Anexos

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR	IMAGEN
1	Escritorio mixto, de material metálico y madera.	\$150	 <p>The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing for 'Escritorios De Oficina'. The price is listed as U\$S 150. The listing includes a photo of a long, dark wood desk with metal legs and a central drawer unit. The seller is 'FARMACIUMS ECUADOR' with 100 reviews.</p>
3	Sillas ejecutivas de material mixto, hechas de metal y plástico.	\$150	 <p>The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing for 'Silla Ejecutiva Gerencia Elegante Enry Espera'. The price is listed as U\$S 50. The listing includes a photo of a black office chair with a mesh back and armrests. The seller is 'Gerencia Elegante' with 5 reviews.</p>
1	Computadora Laptop Hp Pavilion Corei 7		 <p>The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing for a laptop. The title is 'Laptop Core i7+ 16gb +512gb Ssd +touch +pantalla 2gb+ Led'. The price is listed as U\$S 899. The listing includes a photo of a blue laptop with 'TEKBOSS' branding on the screen. The seller is 'TEKBOSS' with 10 reviews.</p>
1	Impresora Laser Hp multifunción	\$244.99	 <p>The image shows a screenshot of a Mercado Libre product listing for an HP multifunction laser printer. The title is 'Impresora Laser Hp Multifunción Bin Mfp135w Wi-fi Usb Red Color Blanco'. The price is listed as U\$S 244. The listing includes a photo of the printer. The seller is 'LANEY TECH COMPUTERS' with 10 reviews.</p>

1	Sistema de audio de alta potencia.	\$799	
4	Equipos de iluminación, luces laser.	\$124	
1	Máquina de humo.	\$88	
1	Camioneta CHEVROLET 2006	\$6000	

ENCUESTA SOBRE EL NEGOCIO DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La presente encuesta tiene como objetivo conocer su opinión acerca del negocio de Organización de Eventos en Cayambe, la respuesta que otorgue será solo con ese fin.

stephiisandoval270413@gmail.com [Cambiar cuenta](#)



 No compartido

* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿Usted ha asistido a eventos sociales? *

- SI
- NO

2. Cuáles son los eventos sociales que usted considera más importantes y * que requieran una correcta organización?

- BABY SHOWER
- BAUTIZO
- MATRIMONIO
- PRIMERA COMUNIÓN - CONFIRMACIÓN
- 15 AÑOS
- CUMPLEAÑOS
- GRADUACIÓN

3. ¿Usted ha realizado un evento social? *

- SI
- NO

4. ¿Cuál es el promedio que gastó en la realización del evento social? *

- Más de \$100
- Más de \$250
- Más de \$400

5. ¿Cuántos eventos al año realiza? *

- De 1- 3 eventos
- Más de 4 eventos

6. ¿Quién se encargó de la realización del evento? *

- Usted
- Empresas organizadoras de eventos

7. ¿Cómo califica usted a las empresas organizadoras de eventos? *

- EXCELENTE
- BUENA
- REGULAR
- MALA

8. A momento de organizar su propio evento, ¿Qué es lo que le dificulta a usted? *

- El estrés que provoca
- Falta de tiempo
- Presupuesto

9. Si en Cayambe existiera una empresa organizadora de eventos que se dedique desde el diseño de invitaciones, todo lo que lleva un evento y hasta su culminación, facilitándole el proceso que conlleva esto. ¿Usted contrataría este servicio? *

- SI
- NO

10. ¿Por qué motivo usted contrataría una empresa organizadora de eventos? *

- Precio
- Creatividad
- Falta de tiempo
- Evitar estrés

Enviar

Borrar formulario

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

NOMBRE DEL TRABAJO

Tesis final Stephanie Sandoval.docx

AUTOR

Stephanie Sandoval

RECUENTO DE PALABRAS

13503 Words

RECUENTO DE CARACTERES

73495 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

93 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

7.1MB

FECHA DE ENTREGA

Mar 22, 2024 2:27 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Mar 22, 2024 2:29 PM GMT-5**● 10% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Fuentes excluidas manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)
- Bloques de texto excluidos manualmente