

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas

Título del trabajo

“Diseño de herramienta digital para eventos sociales: bodas en la ciudad
de Guayaquil”

PROYECTO INTEGRADOR

Previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Turismo

Presentado por:

Ana Elizabeth Pazmiño Sánchez

Andrea Karina Figueroa Palacios

GUAYAQUIL – ECUADOR

Año: 2021

DEDICATORIA

Dedico esta meta alcanzada a Dios por bendecirme en todo este trayecto, a mis padres por siempre apoyarme y nunca dejarme sola en esta gran etapa de mi vida que gracias a ellos la estoy culminando, a mis hermanos por enseñarme con el ejemplo y a mi enamorado por estar presente en estos últimos años de mi carrera universitaria apoyándome y mostrándome cual es el camino correcto.

Ana Pazmiño

El presente proyecto se lo ofrezco a Dios por guiarme y acompañarme a lo largo de la carrera, a mis padres por su trabajo, sacrificio y confianza en todos mis años de estudios, a mi novio por apoyarme en cada paso, este logro es nuestro.


Andrea Figueroa

AGRADECIMIENTO

A Dios, a nuestros padres y nuestras familias por alentarnos y apoyarnos en todo este trayecto de la vida universitaria. A nuestros profesores de la carrera de Turismo, quienes son y serán un ejemplo para nuestro futuro, por ayudarnos con bases de aprendizaje de esta hermosa profesión. A nuestra profesora de tesis que nos orientó durante estos 3 meses para culminar nuestro proyecto integrador de la mejor manera y por la predisposición que siempre tenía para nosotros. A mi compañera de tesis por depositar su confianza y dedicación en este proyecto.

DECLARACIÓN EXPRESA

“Los derechos de titularidad y explotación, nos corresponde conforme al reglamento de propiedad intelectual de la institución; *Pazmiño Sánchez Ana Elizabeth* y *Figuroa Palacios Andrea Karina* damos nuestro consentimiento para que la ESPOL realice la comunicación pública de la obra por cualquier medio con el fin de promover la consulta, difusión y uso público de la producción intelectual”.

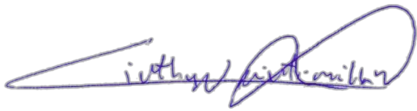
A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Ana Pazmiño". The signature is enclosed in a light blue oval shape.

Autor 1

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Andrea Karina Figuroa Palacios". The signature is enclosed in a light blue oval shape.

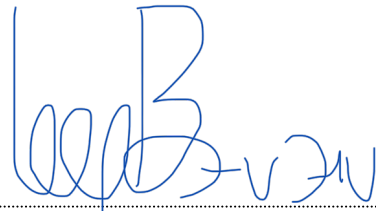
Autor 2

EVALUADORES



M.Sc Cinthy Veintimilla

PROFESOR DE LA MATERIA



M.Sc Raizza Maquizaca

PROFESOR TUTOR

RESUMEN

La presente investigación pretende demostrar el análisis de la oferta con la demanda de los servicios para la organización de eventos sociales a través de una plataforma digital, determinar los procesos de gestión técnica de la aplicación y elaborar un prototipo de herramienta digital que permita conectar la oferta con la demanda en los eventos sociales de bodas en la ciudad de Guayaquil; el problema se abordó con una metodología cualitativa, obteniendo información de parejas, proveedores y expertos en el área. De tal manera, los descubrimientos del estudio indicaron: la pareja emplea mayor tiempo en la búsqueda de los proveedores, los proveedores no se promocionan de forma especializada y los expertos comunican la informalidad del sector de eventos. Así mismo, podemos concluir que no se encontró un directorio de proveedores que facilite su búsqueda y ayude a la planificación de la boda. Por tal motivo, se recomienda agilizar la solicitud de cotizaciones de los servicios para reducir el tiempo y añadir la historia, temática, lugar y toda la preferencia para la realización de la boda, de forma que, los proveedores puedan conocer más sobre los gustos y preferencias de sus clientes.

Palabras Clave:

Eventos

Proveedores

Planificación

Organización

Parejas

Boda

ABSTRACT

This research aims to demonstrate the analysis between the offer and the demand of services for the organization of social events through a digital platform, determine the technical management processes of the application and develop a prototype of a digital tool that allows connecting the offer with the demand of social events such as weddings in the city of Guayaquil; the problem was addressed with a qualitative methodology, obtaining information from couples, suppliers and experts in the area. In this way, the findings of the study indicated: the couple spends more time in the search of suppliers, suppliers don't promote themselves in a specialized way, and experts communicate the informality of the events sector. Likewise, we can conclude that there is no provider directory to facilitate the search for the couple and there is no tool in the market that facilitates wedding planning. For this reason, it is recommended to expedite the request of the services' market rates to reduce time and add the story, theme, place and all the preferences for the wedding so that providers can learn more about the tastes and preferences of their customers.

Keywords:

Events

Supplies

Planning

Organization

Couples

Weddings

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	I
ABSTRACT	II
ÍNDICE GENERAL	III
ABREVIATURAS.....	V
ÍNDICE DE GRÁFICO	VI
ÍNDICE DE TABLAS.....	VII
CAPÍTULO 1.....	1
1 INTRODUCCIÓN	1
1.1 Descripción del problema	1
1.2 Justificación del problema	2
1.3 Objetivos	3
1.3.1 Objetivo General.....	3
1.3.2 Objetivos Específicos.....	3
1.4 Marco Teórico	3
1.4.1 Concepto de eventos	3
1.4.2 Tipos de eventos.....	4
1.4.3 Organización de eventos	4
1.4.4 Ciclo de organización de eventos	4
1.4.5 Organizador de eventos.....	5
1.4.6 Bodas.....	5
1.4.7 La pandemia: Covid-19.....	5
1.4.8 Protocolos de bioseguridad	5
1.4.9 Impacto del coronavirus en la industria de organización de eventos.	6
1.4.10 Evento Virtual	7
CAPÍTULO 2.....	8
2 METODOLOGÍA	8
2.1 Identificar la información recopilada	9
2.2 Método cualitativo.....	9
2.2.1 Entrevista.....	9
2.2.2 Selección de muestra	10
2.3 Plataforma	12
3 Resultados y análisis	13
3.1 Resultados de las entrevistas.....	13

3.1.1	Oferta.....	13
3.1.2	Demanda.....	13
3.2	Selección de proveedor.....	15
3.2.1	Términos y condiciones aplicados a proveedores.....	16
3.3	Diseño de la página web.....	17
3.3.1	Presentación desde el ordenador.....	17
3.3.2	Inicio.....	18
3.3.3	Mi matrimonio.....	19
3.3.4	Proveedores.....	20
3.3.5	Testimonios.....	22
3.3.6	Galería.....	23
3.3.7	Tendencias.....	23
3.3.8	Streaming.....	24
3.4	Membresía para proveedores.....	24
3.4.1	Plan Básico.....	24
3.4.2	Premium.....	25
3.5	Análisis de mercado.....	25
3.6	Análisis financiero.....	25
3.6.1	Plan de inversión inicial.....	25
3.6.2	Préstamo financiero.....	26
3.6.3	Proyecciones de ingresos por ventas.....	27
3.6.4	Estado de resultado.....	29
3.6.5	Flujo de caja.....	30
3.6.6	Punto de equilibrio.....	31
4	Conclusiones.....	32
4.1	Recomendaciones.....	33
5	Bibliografía.....	34
6	Apéndice.....	36

ABREVIATURAS

ESPOL	Escuela Superior Politécnica del Litoral
OMT	Organización Mundial del Turismo
COE	Servicio Nacional de Gestión de Riesgo y Emergencia
MSP	Ministerio de Salud Pública
OMS	Organización Mundial de la Salud

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico 3.1 Diseño de plataforma Wix	17
Gráfico 3.2 Pestaña de inicio	18
Gráfico 3.3 Mi matrimonio	19
Gráfico 3.4 Lista de invitados	19
Gráfico 3.5 Mis proveedores	20
Gráfico 3.6 Proveedores	20
Gráfico 3.7 Proveedor	21
Gráfico 3.8 Proveedor	22
Gráfico 3.9 Testimonio	22
Gráfico 3.10 Galería	23
Gráfico 3.11 Tendencia	23
Gráfico 3.12 Streaming	24

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Identificar la información recopilada	9
Tabla 3.1 Punto de vista de los resultados de las entrevistas	14
Tabla 3.2 Estudio de Dickson	15
Tabla 3.3 Inversión Inicial	26
Tabla 3.4 Depreciación de activos fijos tangibles	26
Tabla 3.5 Inversión Inicial	26
Tabla 3.6 Tabla de amortización préstamo.....	27
Tabla 3.7 Pronóstico de ingreso por ventas	27
Tabla 3.8 Pronóstico de ingreso por ventas	28
Tabla 3.9 Pronóstico de costos variables y fijos	28
Tabla 3.10 Incremento Costos Variables.....	29
Tabla 3.11 Pérdidas y Ganancias.....	29
Tabla 3.12 Flujo de caja	30
Tabla 3.13 Tasa de interés, VAN y TIR	30
Tabla 3.14 Punto de equilibrio VAN y TIR	31
Tabla 3.15 Tasa de interés, VAN y TIR	31

CAPÍTULO 1

1 INTRODUCCIÓN

La evolución de la industria de eventos ha permitido al sector adaptarse a las exigencias de los clientes y crear servicios integrales al momento de ejecutarlos. Conjuntamente las herramientas tecnológicas permiten el manejo ordenado y sistemático antes, durante y después de la ceremonia (Cerezo, 2010).

Un evento matrimonial es una celebración única para los futuros esposos, de tal manera, la exigencia que conlleva la preparación, diseño, entre otros, debe estar sujeta con profesionales expertos en el campo con el fin de orientar y cumplir todos los requerimientos de los clientes, la investigación se enfoca en la planificación, organización, ejecución y resultados del evento.

1.1 Descripción del problema

En la ciudad de Guayaquil, uno de los eventos sociales que más se celebran son las bodas, para el año 2019 se registraron un total de 4,322 matrimonios (Ruiz, 2020), pero en lo que va del año 2020 este tipo de evento social, ha registrado una baja.

Su causante, la crisis sanitaria que afecta a varios sectores en el ámbito social, económico y productivo alrededor del mundo. A partir de que la Organización Mundial de la Salud (OMS) anunció la alerta de la pandemia del coronavirus en el mes de marzo del presente año, los gobiernos anunciaron medidas sociosanitarias destinadas a gestionar las consecuencias de la pandemia, enfatizadas en el denominado aislamiento social preventivo y obligatorio (SNGR, 2020). Esto afectó de forma directa al sector de organización de eventos.

Las restricciones, las medidas de prevención y control por parte del Ministerio de Salud Pública (MSP) y el Comité de Operaciones de Emergencia (COE) en Ecuador, han ocasionado que las personas decidan aplazar o cancelar sus eventos.

En consecuencia, la oferta de servicios en el sector de eventos se encuentra limitada y no se observa que se adapte a la nueva realidad manteniendo un importante porcentaje de demanda insatisfecha.

1.2 Justificación del problema

Para el mes de agosto del 2020 se registraron 37 000 personas desempleadas en el sector turístico (Expreso, 2020), el área de eventos sociales registra pérdidas aproximadas de \$15,000 a \$200,000 mensuales en la ciudad de Guayaquil (Zapata, 2020). Por parte del gobierno se ha realizado campañas como “Quédate en casa” para disminuir el nivel de contagios de la sociedad, ocasionando un impacto negativo para los proveedores de servicios. De modo que el cliente ha optado por cancelar o aplazar los servicios programados a causa de la pandemia.

El trabajo de investigación propone una herramienta digital para agilizar la organización de bodas, que permita al cliente contar con proveedores de servicios calificados, que registren protocolos de bioseguridad y cumplan con lo establecido por el Ministerio de Salud pública (MSP) y el Comité de Operaciones de Emergencia (COE). De forma que, por medio de una herramienta digital se pueda continuar con la organización del evento, a fin de conectar la oferta con la demanda.

Estará especializada en bodas debido a la importancia del acontecimiento y la alta demanda en la ciudad de Guayaquil. Así también, es uno de los tipos de eventos que genera mayor ganancia y emplea mayor número de personas por evento.

Conjuntamente se propone la utilización de una plataforma streaming para los invitados que no puedan asistir al evento, dado que por disposición del COE, los salones de eventos y hoteles pueden operar con un aforo de hasta el 30% de su capacidad ordinaria (Expreso, 2020).

En definitiva, la finalidad de la propuesta de la herramienta digital es cumplir con las necesidades y requisitos planteados por la actual demanda, asegurar su bienestar a causa de la pandemia, corroborar el cumplimiento de protocolos de bioseguridad a proveedores y proporcionar una plataforma que permita

conectar en tiempo real a todos los invitados, que por disposiciones de entidades gubernamentales no puedan asistir.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Diseñar la estructura de una herramienta digital orientada a la satisfacción de los requerimientos de la demanda actual de eventos matrimoniales en la ciudad Guayaquil.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar la oferta y demanda de servicios para la organización de los eventos matrimoniales en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar el proceso de gestión técnica de la aplicación para la herramienta digital de eventos matrimoniales.
- Elaborar un prototipo de herramienta digital que permita conectar la oferta con la demanda de eventos matrimoniales en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Marco Teórico

1.4.1 Concepto de eventos

Un evento es un suceso importante y programado de índole social, académico, artístico o deportivo que reúne a un determinado número de personas en tiempo y lugar establecidos con anterioridad; desarrolla y comparte actividades afines a un mismo objetivo para estímulo del comercio, la industria, el intercambio social y la cultura general (Sanchez, 2014).

Un evento puede ser una celebración (festivales, bodas, cumpleaños y aniversarios), educación (conferencias, graduaciones), promociones (lanzamientos de productos, desfiles de moda y convenciones) o conmemoraciones (memoriales, eventos cívicos) (Madray, 2020).

1.4.2 Tipos de eventos

Según (Sanchez, 2014) existen 4 tipos: eventos sociales, eventos culturales, eventos deportivos y eventos empresariales.

- Eventos sociales, son de carácter festivo, familiar, privado o de relaciones humanas que ayuda la interacción con otras personas, uniendo los lazos afectivos y permite el mejoramiento de un vínculo social.
- Eventos culturales, es la comunicación fuente principal para enriquecer el aspecto cultural de los participantes.
- Eventos deportivos, es el desarrollo de competencias, espíritu deportivo y aptitudes físicas.
- Eventos empresariales, son de carácter político y cultural relacionado a relaciones públicas y económicas.

1.4.3 Organización de eventos

Es la planificación ordenada antes, durante y posterior al evento, su realización involucra a un organizador de eventos que planifica y ejecuta. Él junto con su equipo de trabajo y proveedores de servicios complementarios son los que a menudo están detrás de escena dirigiendo el evento. Durante la planificación se debe de dirigir y controlar a todos los stakeholders involucrados en la organización del evento, con la finalidad de que la ceremonia transcurra de la mejor forma (Roció, 2015).

1.4.4 Ciclo de organización de eventos

Planificación: Determinar los objetivos que se necesitan para el evento y analizar las actividades para hacer toma de decisiones.

Organización: Establecer las funciones por áreas encargadas del evento.

Implementación: Revisar la planificación antes del evento y ejecutar todo el cronograma estipulado.

Control: Evaluación de las actividades, resumen de datos y resultados del evento.

1.4.5 Organizador de eventos

Es la persona a cargo de un evento propuesto. Su deber principal es tomar o confirmar todas las decisiones y actuar como enlace central, dirigiendo y controlando las actividades de las personas en las que han delegado la responsabilidad de los elementos de la organización y los arreglos para un evento (Conway, 2009).

1.4.6 Bodas

Las bodas son un evento social de suma importancia, pueden significar un ritual de paso para dos personas que ingresan a una nueva etapa de sus vidas, así también, un evento celebrado por la familia; como centro de emociones positivas y en algunos casos también como confirmación del papel del individuo en la sociedad de acuerdo con la visión dominante del contexto sociocultural específico (Muñoz, 2011).

1.4.7 La pandemia: Covid-19

El Covid-19 es un virus contagioso que puede afectar tanto animales como humanos, el primer caso detectado fue en la ciudad de Wuhan-China en diciembre 2019.

Según Tedros Adhanom Ghebreyesus director de la OMS, el virus viaja a través de gotas por nariz y boca por medio de un estornudo, tos, entre otros. Por tal motivo, se han tomado medidas de bioseguridad hasta obtener la cura. Además, está enfermedad fue declarada en el mes de marzo como pandemia a nivel mundial.

1.4.8 Protocolos de bioseguridad

Según la OMS “declaró al Covid-19 como pandemia mundial, por tal motivo, se aplicó un acuerdo Ministerial emitido el 11 de marzo del presente año”.

Invitados (Salazar, 2020)

- Lavarse las manos antes, durante y después del evento.
- Usar todo el tiempo la mascarilla.
- Mantener 2 metros de distancia con otras personas.

- No tocarse el rostro con las manos.
 - Tener siempre al 70% de alcohol antiséptico
- Equipo de evento.
- Revisar los filtros de los aires acondicionados del local.
 - Limpiar y desinfectar las puertas de acceso y manijas.
 - Asignar a un empleado al ingreso del local para tomar la temperatura.
 - Asignación de personal para catering, equipo técnico, locación, decoración, seguridad, entretenimiento y montaje.
 - El personal de limpieza y desinfección debe tener su equipo de protección personal (mascarilla, guante y alcohol antiséptico).
- Ingreso al evento.
- Colocar las señaléticas en la entrada al lugar e indicar el aforo permitido.
 - Asignar una puerta para los proveedores y empleados del evento.
 - La ubicación de los stands para cada proveedor debe tener 3 metros de distancia de cada uno.
 - Colocar al inicio de la entrada la zona de desinfección de calzado para los invitados.
 - Zona de desinfección de calzado para el equipo de trabajo y proveedores.
 - Evitar las aglomeraciones de ingreso al evento.

1.4.9 Impacto del coronavirus en la industria de organización de eventos.

El Coronavirus ha irrumpido drásticamente en los mercados globales, la industria del Turismo y Hospitalidad es una de las más afectadas. La amenaza de la enfermedad y las políticas de viaje, entretenimiento y organización de eventos de cada país, están llevando al borde de la recesión a estas industrias interconectadas.

En la organización de eventos, el principal impacto se debe a las cancelaciones y aplazamientos, su ritmo de reactivación es lento y sobrevive gracias a la ayuda de los pequeños eventos con aforo limitado y los eventos virtuales. Los líderes innovadores de la industria de eventos

están trabajando en diferentes estrategias, como el uso de tecnología virtual para conectar a las personas.

Por lo tanto, el impacto de Covid-19 en la industria de la gestión de eventos es severo y requiere el apoyo de gobiernos y patrocinadores, pero aún están activos y tratando de sobrevivir a través de eventos virtuales (Madray, 2020).

1.4.10 Evento Virtual

Actualmente, las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) son una parte relevante del modelo social. Un evento virtual comprende el traslado a través de tecnologías informáticas de la realidad física a la realidad virtual (ciberespacio). De forma sencilla, se puede describir como una página web que cuenta con diferentes aplicaciones de uso sencillo que permiten la recreación de un evento real. Puede incluir, archivos electrónicos y multimedia, descarga de documentos, enlaces, videos, foros, debates en tiempo real a través de chat, social media, etc. (Fajardo, 2015)

CAPÍTULO 2

2 METODOLOGÍA

Según Mesías (2010), la investigación de tipo cualitativo se caracteriza por su constante interés y productiva necesidad de aplicar la denominada metodología cualitativa en el sector sociológico, educativo, científico social, planificación urbana entre otros.

Por lo que las ciencias humanas implican la comprensión de la realidad actual en la que se desenvuelven las personas y sus comunidades. Por lo tanto, es obligación del investigador conocer el contexto y valorar la realidad a través de las ideas, sentimientos y motivaciones de sus actores.

Por consiguiente, la metodología empleada para la actual investigación empírica se sustenta en la investigación cualitativa, enfatiza en la descripción, explicación e interpretación. Consiste en la recopilación de información que describe la situación actual por la que está atravesando el país en el ámbito de eventos matrimoniales. Tomando también en consideración los tres objetivos principales de la investigación propuestos por Abreu (2012) que son: describir, explicar y validar los resultados.

La descriptiva transversal es parte de la investigación dado que se consideran dos factores importantes que se encuentran relacionados. Primero la oferta y su poder de adaptación, seguido de la demanda y sus nuevos requerimientos. Para así poder conocer a profundidad y en un tiempo específico ambos segmentos.

Para la explicación de la investigación, se recolectó información cualitativa, por medio de entrevistas con novios, expertos en la organización de eventos y proveedores de servicios relacionados al tema de investigación. Por lo que la herramienta permitió conocer información pertinente a todos los actores involucrados.

La interpretación de la información se pudo lograr, gracias a la investigación primaria y secundaria realizada. Información que permitió conocer los cambios en el sector de eventos, estar al tanto de los cambios ejecutados por los actores principales y poder generar posibles soluciones adaptas a la situación actual.

2.1 Identificar la información recopilada

La siguiente tabla se enumera los objetivos específicos propuestos en la investigación para cubrir todos los temas de estudio.

Tabla 2.1 Identificar la información recopilada

Objetivos específicos de la investigación cualitativa	Información requerida del estudio	Herramienta
Analizar la oferta y la demanda de los servicios para la organización de los eventos matrimoniales en la ciudad de Guayaquil.	<ul style="list-style-type: none">• Obtener información específica por medio de entrevista a personas relacionadas al estudio.• Conocer el impacto que ha tenido la disminución de eventos matrimoniales para el año 2020.• Investigación secundaria de servicios prestados en la actualidad.	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas
Determinar el proceso de gestión técnica de la aplicación para la herramienta digital de eventos matrimoniales.	<ul style="list-style-type: none">• Invitar a proveedores para formar parte de la base de datos de la herramienta digital.• Respuesta de interés del proveedor.• Enviar los requisitos que debe cumplir para el proveedor a la plataforma.• El dueño de la plataforma realiza una revisión final y aprueba a los proveedores que cumple con los requisitos.	<ul style="list-style-type: none">• Entrevistas
Elaborar una propuesta de herramienta digital que permita conectar la oferta con la demanda de eventos de bodas en la ciudad de Guayaquil	<ul style="list-style-type: none">• Realizar un boceto de la herramienta digital.• Colocar logos de cada empresa aprobada.• Validar por medio de entrevistas la herramienta digital propuesta.	<ul style="list-style-type: none">• Diseño de la herramienta digital.

2.2 Método cualitativo

2.2.1 Entrevista

Las entrevistas son técnicas muy útiles para la recolección de datos en investigación cualitativa, para obtener información más completa y en profundidad, también puedes aclarar dudas en el proceso y asegurar respuestas más seguras.

Utilizando esta herramienta podemos encontrar los estándares de los expertos en el campo de eventos matrimoniales, para que podamos obtener la información de la persona.

En este estudio se aplicó varias entrevistas semiestructuradas, que se caracteriza por tener una mayor flexibilidad porque comienzan con las preguntas planificadas y se pueden ajustar según el entrevistado. En las entrevistas semiestructuradas, el entrevistador necesita tomar decisiones que sugieran que es muy sensible al proceso de entrevista y al entrevistado, y que tiene una buena comprensión de lo que se está diciendo sobre el tema de investigación (Laura Díaz-Bravo, 2013).

Al aplicar el instrumento de las entrevistas semiestructuradas, permite obtener resultados a preguntas abiertas formuladas por el entrevistador, de tal forma, ayuda a complementar la información requerida por el estudio. También, en la entrevista se empleó varios medios digitales para obtener dicha información del estudio como son: plataforma de ZOOM y Google encuesta tanto para los novios, los proveedores y expertos en el campo de investigación.

Gracias al uso de dichas plataformas, se obtiene los datos requeridos por el estudio y así nos permiten realizar el análisis de la información.

La aplicación de la entrevista nos ayudó a obtener la información de 10 novios, 3 expertos en eventos matrimoniales y 10 proveedores de servicios, y la posibilidad de revisar los apuntes finalizando las entrevistas, para analizar todas las respuestas obtenidas por parte de los colaboradores de esta investigación.

2.2.2 Selección de muestra

El presente estudio ha tomado tres actores principales para la recopilación de información. Empezando por los novios y recién casados, se tomó una muestra de 16 parejas. Detalladas a continuación.

- Nicole Díaz y Jorge Guerra
- Kelly Bermúdez y Rafael Bailón

- Sara Joutteaux y Marco Solorzano
- Gabriela Baquerizo y Mario Miraglia
- Cristina Jaramillo y William Herrera
- Jennifer Jurado y Billy Uskokovic
- Antonella Castro y Gabriel Castro
- Gisselle Alcívar y Cristhian Romero
- Vicky García y Ricardo Andrade
- Eliana Pérez y Alejandro Bravo
- Nicole Montiel y Emilio Guillen
- Valentina Vallejo y Carlos Alcívar
- Rommy Gaspar y Fernando Mera
- María Fernanda Desiderio y Nicolas Ortega
- Lourdes Arias y Dave Micheli
- Gabriela Domínguez y Daniel García

Seguido de los expertos en el tema, para la obtención de esta información se ha tomado en consideración el tiempo que cada persona ha tenido en su área específica.

- Chef Culinary Institute of America Francisco Vintimilla, actualmente se encuentra como gerente de A&B del Hotel Hilton Colón, previamente ha trabajado como encargado de cocina en el Tennis Club de vía Samborondón.
- M.Sc de emprendimiento María Eugenia Ramírez (Propietaria Novias.ec 2014)
- Rosario Cáceres gerente general de Charito Eventos y Decoraciones, ha trabajado alrededor de 15 años en decoraciones de eventos.

Finalmente, se ha procedido a dividir los diferentes proveedores que son necesarios para el desarrollo y realización de la boda. Considerando el evento de forma integral. Descritos a continuación:

- Localidad: Hacienda La Danesa, Hotel del parque, villa Salamamca
- Entretenimiento y Música: Banda la Pachanga, Banda Roberto Azuca Azuca, Lived Music Band.

- Producción y video: Michelle Agurto, Arocapro (Doménica Aroca)
- Atelier: Karla González y Bertha Brito (HbCouture)
- Imprenta de invitaciones: Stephanie Graber y Romina Segura
- Decoración: Carolina Vignolo, Rosario Cáceres, María Isabel Soriano
- Alimentos & Bebidas: Francisco Vintimilla (Hilton Colón), Andrea Ferreirou (Chokolat).
- Wedding Planner: Ana María Pazmiño, Stephanie Graber, Andrea Muñoz.

La finalidad de esta entrevista es conocer las expectativas de la herramienta digital sujeta a la nueva normalidad.

2.3 Plataforma

Para la creación del diseño de la propuesta de herramienta digital, hemos usado la plataforma WIX es una herramienta de lenguaje de programación y su característica es el sistema de Drag & Drop, en otras palabras, ayuda arrastrar y soltar las opciones de la página.

La herramienta cuenta con dos categorías: la gratuita, que ofrece servicios básicos para la creación de la página web y la versión pagada, que brinda más variedad de opciones para personalizar la página digital. Además, tiene diferentes tipos de plantillas para la creación de una plataforma digital y se puede realizar la modificación de acuerdo a las necesidades que requiera el cliente dentro de su página web.

Conjuntamente se ha considerado la evaluación de los proveedores por parte de cada cliente, bajo un esquema de estrellas, de forma que las personas que puedan compartir sus experiencias y sea una referencia para próximos clientes.

La presentación del diseño de la página web es adaptable tanto para computadores como para teléfonos móviles.

CAPÍTULO 3

3 Resultados y análisis

En este capítulo se detallan los resultados obtenidos de los objetivos implementados por medio de las entrevistas realizadas con los tres actores importantes para nuestro estudio.

3.1 Resultados de las entrevistas

Se encontró diferentes aspectos acerca de la organización de los servicios para los eventos matrimoniales como los son:

3.1.1 Oferta

Actualmente se encontró que la oferta se informa constantemente de todas las medidas de bioseguridad y protocolos estipulados por la entidad responsable para la ejecución de un evento, por lo que cada empresa trabaja con protocolos de bioseguridad y realiza al menos una prueba de covid-19 a sus empleados mensualmente. Además, existe informalidad en sector de los eventos, es decir no poseen título o certificados que avalen la calidad de los servicios, dando mayor peso al aprendizaje empírico.

3.1.2 Demanda

Las parejas emplean el mayor tiempo de la organización del evento en la búsqueda y cotización de los proveedores para su boda, por lo que esta situación genera estrés, ansiedad e incertidumbre (cuando se desconoce el trabajo del proveedor seleccionado) causando que la elección del proveedor se base en recomendaciones de terceros, para poder estar seguros de que todo suceda de la mejor forma el día del evento. Así mismo, las parejas indicaron que un factor importante, posterior a la contratación del servicio, son las reuniones o constantes mensajes con los proveedores acerca del progreso del servicio contratado.

A continuación, se elaboró un cuadro (tabla 3.1) con la información obtenida por parte de los novios, expertos y proveedores indicando el punto de vista de las entrevistas realizadas y los descubrimientos encontrados. La tabla se encuentra distribuida de la siguiente forma:

Tabla 3.1 Punto de vista de los resultados de las entrevistas

Usuario	+	Necesidad	+	Insight
Los novios	Necesita	Encontrar a una herramienta que facilite la búsqueda de proveedores para las bodas	Porque	Disminuye el tiempo de búsqueda para encontrar los proveedores.
Proveedores	Necesita	Mayor exposición hacia los clientes en plataformas digitales	Porque	Aumenta la cantidad de futuros clientes.
Proveedores	Necesita	Formalizar el sector	Porque	Se encuentra informalidad debido a personas no poseen título profesional o certificaciones en el área de evento.

Los resultados de las entrevistas indicaron las necesidades que requieren los novios en la búsqueda de proveedores, la seguridad y el precio de sus servicios. Por tal motivo, se facilitó el diseño acerca de la herramienta digital propuesta y nos mencionaron sus puntos de vista:

- Excelente experiencia usuario/página
- Contacto directo con los proveedores.
- Información confiable a los servicios de los proveedores.
- Poder contar con referencias de otros novios acerca de los proveedores.
- Información actualizada de tendencias.
- Precios accesibles según el presupuesto del usuario.
- Plataformas digitales de streaming.

Así mismo, la intervención por parte de los proveedores y expertos señalaron lo siguiente:

- Especialización para un tipo de evento.
- Intermediación entre el cliente y proveedor.

- Planificación y organización de los proveedores se rigen por los protocolos de bioseguridad emitidos por el Servicio Nacional de Gestión de Riesgo y Emergencia (COE) y el Ministerio de Salud Pública (MSP).
- Adaptación de los nuevos eventos matrimoniales a causa de la pandemia del Covid-19 a nivel mundial.

3.2 Selección de proveedor.

El primer paso es realizar una evaluación a todos los proveedores y los requisitos estipulados por la página web. Luego, se realiza una lista de criterios de selección según el estudio Dickson (tabla 3.2) para poder evaluarlos.

Seguido, se necesita reunir a todos los proveedores contactados por medio de una solicitud de información de sus servicios para conocer más de su empresa, si la compañía se encuentra interesada, se procede a enviar la oferta al proveedor.

Una vez obtenidas las respuestas por parte de los proveedores, se verifica la información. Finalmente, se seleccionan a los proveedores que cumplen con los requisitos y se ingresa a la herramienta digital Amada.com (Gallego L. V., 2011).

Tabla 3.2 Estudio de Dickson

Estudio de Dickson	Estudio de este proyecto
<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Entrega • Garantía y políticas de demanda • Capacidad de producción • Precio • Capacidad técnica • Cumplimiento de los procedimientos • Sistema de comunicación • Reputación y posición en la industria • Administración y organización • Control de funcionamiento • Actitud • Localización geográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad • Precio/Coste • Efectividad en la entrega • Servicio • Situación financiera • Tiempo de entrega • Localización geográfica

3.2.1 Términos y condiciones aplicados a proveedores.

El presente contrato describe los términos y condiciones aplicables al uso del contenido, servicios y productos del sitio web “Amada.com”, las propietarias de la página son Andrea Figueroa y Ana Pazmiño. Para hacer uso del contenido, servicios y productos del sitio web, el proveedor deberá cumplir los presentes términos y condiciones.

I. Objeto

Los titulares se reservan el derecho de realizar cualquier tipo de cambios en la página web en cualquier momento, sin aviso previo, los proveedores deben aceptar las modificaciones.

Para que un proveedor se pueda promocionar en la página web debe de cumplir con los requisitos tales como: el número de RUC, tener por escrito los protocolos de bioseguridad y socializados con su personal. Realizar las pruebas de covid-19 de forma mensual a sus empleados. Además, la utilización del contenido, servicios y productos implica el uso de la membresía para los proveedores.

La herramienta digital está dirigida a parejas en la organización de su boda y no se hace responsable por los incumplimientos de los servicios de cada proveedor.

El sitio web está dirigido a los proveedores y usuarios residentes en Ecuador y cumple con la legislación establecida en el país.

II. Proveedores

El proveedor se responsabiliza del uso y contenido de servicios, productos de forma lícita; sin faltar la moral o al orden público de cualquier acto que afecte al funcionamiento de la página web.

El proveedor se compromete a brindar respuesta inmediata (menor a 24 horas), brindar servicio de calidad, claridad de presentación de los servicios, precio y apertura a cambios por parte de la pareja.

El proveedor manifiesta tener al menos un año de experiencia o certificado que avale sus conocimientos del servicio ofertado. Contar con la capacidad jurídica para cumplir con los términos y condiciones.

III. Políticas de privacidad y protección de datos.

De acuerdo, al proyecto de ley orgánica de protección de datos personales, los titulares tomarán las medidas necesarias para asegurar la protección de los datos de los proveedores, evitando el mal uso de la información de la compañía que se proporciona en la página web.

3.3 Diseño de la página web

La página web contará con un menú principal, en el cual se encontrarán todos los servicios necesarios para la organización de una boda, así también estos servicios serán dispuestos en el orden que deberán ser contratados, esta información será obtenida a través de las entrevistas.

3.3.1 Presentación desde el ordenador



Gráfico 3.1 Diseño de plataforma Wix

A continuación, se describe cada división del menú principal de la herramienta digital.

3.3.2 Inicio

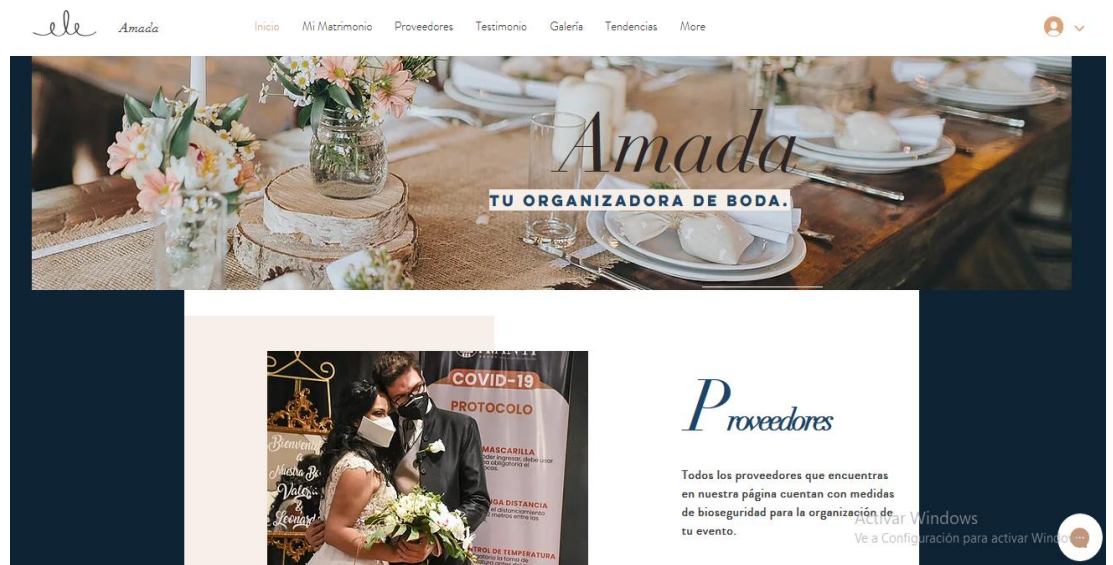


Gráfico 3.2 Pestaña de inicio

La página principal o inicio muestra un breve resumen de lo que ofrece la página, de forma que el usuario pueda conocer a groso modo la finalidad de esta herramienta digital.

- Proveedores. - Cada proveedor cuenta con un mínimo de un año de funcionamiento para poder formar parte de la página web, asimismo debe de contar con un RUC vigente y un protocolo de bioseguridad por escrito.
- Servicio. – Se oferta una gran variedad de proveedores para la organización de la boda y un acompañamiento online durante la organización.
- Galería. - Se cuenta con una galería de los eventos que se han realizado con la ayuda de la herramienta.
- Testimonios. - Son los comentarios e historias de los novios que han podido usar la herramienta, sus recomendaciones a otros novios.

3.3.3 Mi matrimonio

elle Amada Inicio Mi Matrimonio Proveedores Testimonio Galería Tendencias More

Nombres de los novios

Fecha: 01/11/2021

Presupuesto:

Número de invitados:

Guardar

LISTA DE INVITADOS PROVEEDORES

Save the Date

Activar Windows. Ve a Configuración para activar Windows

Gráfico 3.3 Mi matrimonio

Esta división le permite a los novios, crear un perfil y agregar información relevante tales como fecha del evento, presupuesto, número de invitados, para luego continuar con una subdivisión de lista de invitados y proceder al envío automático del “ Save the date”.

- Lista de invitados. - Los novios podrán ingresar los nombres de las personas, número de invitados, correo y observaciones para que luego de forma automática, las personas puedan responder y se guarde la reservación presencial o vía streaming.

elle Amada Inicio Mi Matrimonio Proveedores Testimonio Galería Tendencias More

Lista de Invitados

Mis proveedores

Nombre de los invitados	Número de invitados	Observaciones	RSVP	Asistencia online
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nombres			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

PROVEEDORES

Activar Windows. Ve a Configuración para activar Windows

Gráfico 3.4 Lista de invitados

- Mis proveedores. - Los novios pueden tener un control de los proveedores contratados y proveedores faltantes para completar la organización de la boda.



Gráfico 3.5 mis proveedores

3.3.4 Proveedores



Gráfico 3.6 Proveedores

Esta sección permitirá a los novios llevar el control de los proveedores seleccionados y conocer los que faltan por elegir, además tienen la opción de “me gusta” para proveedores que hayan llamado su atención y busquen comparar con otros.

Para el diseño de la página web se realizaron 8 categorías de proveedores, detalladas a continuación:

- Recepción
- Invitaciones
- Decoración
- Alimentos y Bebidas
- Wedding Planner
- Atelier
- Producción y Video
- Entretenimiento y Música

Cada proveedor cuenta con su propia pestaña y muestra el precio mínimo que pueden costar sus servicios, la capacidad o número de personas que puede abarcar, todos los servicios que ofertan y también su calificación con estrellas y comentarios de parejas que han contratado sus servicios.

De igual forma, cada proveedor cuenta con su página individual donde podrá mostrar fotografías, servicios, precio, ubicación, teléfonos, redes sociales para poder conocer mejor al proveedor. En la misma página se encontrará un botón de Whatsapp para que el usuario se contacte de forma directa con el proveedor o llene un formulario para solicitar una cotización.



Gráfico 3.7 proveedor



Gráfico 3.8 proveedor

3.3.5 Testimonios

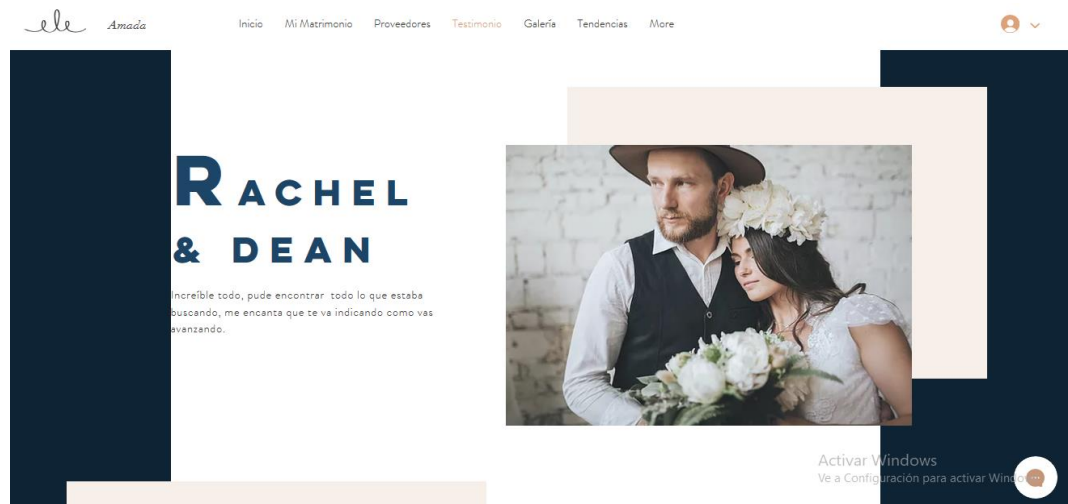


Gráfico 3.9 Testimonio

Los novios podrán contar con una pestaña para escribir cómo fue la organización de su boda y guiar a futuros novios. La finalidad de los testimonios es crear una comunidad y sentido de pertenencia para los esposos y los novios que visitan la página.

3.3.6 Galería

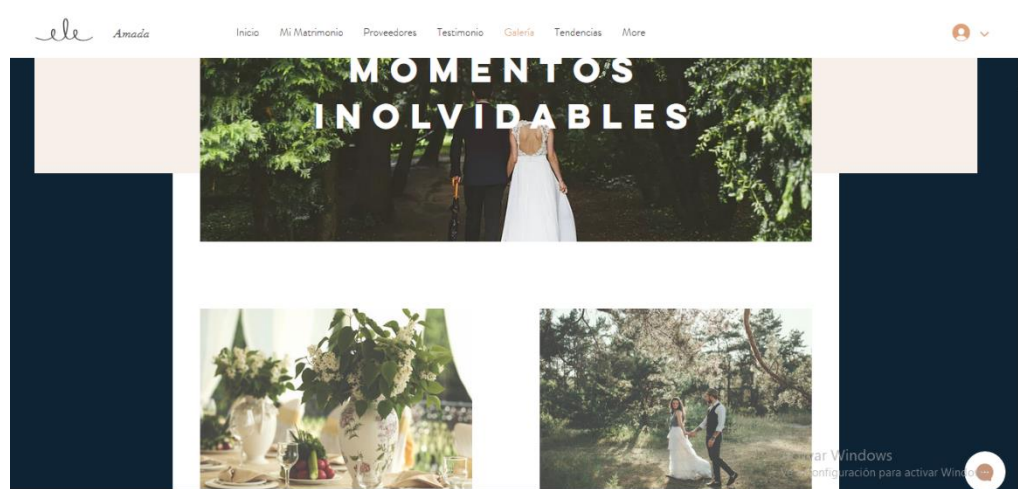


Gráfico 3.10 Galería

La galería contará con todas las fotografías proporcionadas por los novios de los eventos que se han realizado, así también se podrá vincular las fotos con los proveedores contratados por los novios, para que así los usuarios puedan conocer por fuentes reales el trabajo de cada proveedor.

3.3.7 Tendencias



Gráfico 3.11 Tendencia

Esta pestaña está pensada para poder mostrar las últimas tendencias en cuanto a la organización de bodas, además hace la función informativa sobre todas las regulaciones que pueden existir para la ejecución de una boda.

3.3.8 Streaming

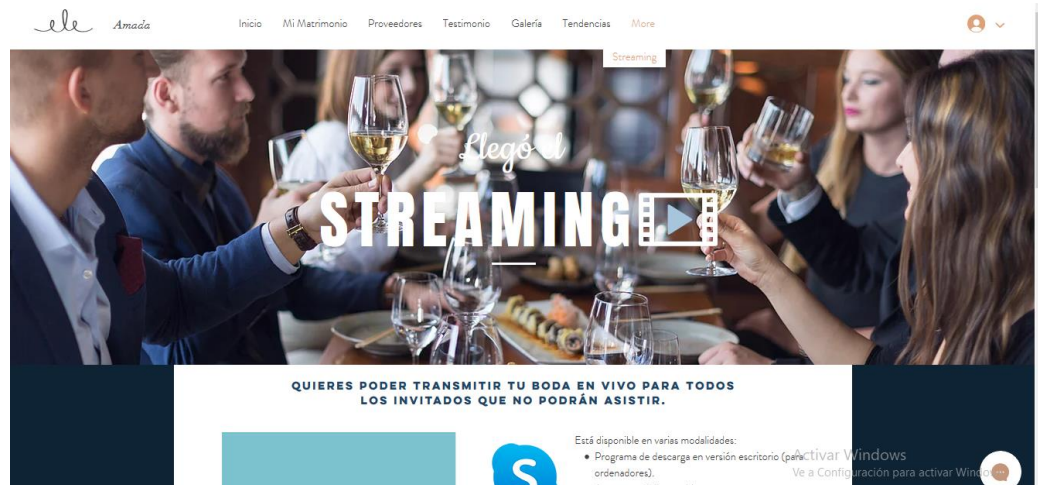


Gráfico 3.12 Streaming

Esta pestaña permite al usuario conocer las plataformas recomendadas por las creadoras del sitio para la transmisión de la boda en vivo, es decir, le permite al usuario conocer las plataformas y las limitaciones de cada una para que pueda elegir de mejor forma la que cumpla con sus requerimientos.

3.4 Membresía para proveedores

En la página web Amada, existen dos tipos de planes para los proveedores que deseen formar parte de la empresa y proporcionar sus servicios, detallados a continuación:

3.4.1 Plan Básico

Los siguientes servicios que incluye el plan básico son:

- Anuncio en el directorio de Amada.com, obtiene un url direccionado a la página web o red social del proveedor.
- Se proporciona el servicio de fotografías, acceso a la calificación del servicio y comentarios.
- Filtros de búsqueda para que el cliente pueda encontrar a los proveedores con mayor facilidad.
- Formulario de cotización que será enviado directamente al proveedor.
- Ubicación en Google Maps de la empresa.

3.4.2 Premium

Este plan incluye todos los servicios del plan básico, adicionalmente:

- Reportaje en la sección de tendencias.
- Creación de banner de portada para la página.
- Pauta publicitaria en la página Amada.com

3.5 Análisis de mercado

En la ciudad de Guayaquil existen alrededor de 2000 proveedores de los diferentes tipos de productos y servicios necesarios para la organización de una boda según el catastro del Ministerio de Turismo.

El medio de promoción de los proveedores es mediante redes sociales o página web. Sin embargo, por la alta oferta de los servicios no llegan a todo el mercado deseado.

En Guayaquil solo existe una página web que oferte el servicio de directorio a proveedores en el sector de eventos, *Amada.com* sería la segunda propuesta de página web, siendo una oferta limitada. Así mismo *Amada.com* cuenta con herramientas funcionales para las parejas facilitando la interacción en la página y la relación oferta - demanda.

Los proveedores están dispuestos a realizar un pago mensual menor a \$100 dólares para aumentar su cuota de mercado, tener mayor exposición y especializar la oferta de servicios.

3.6 Análisis financiero

3.6.1 Plan de inversión inicial

Para que el proyecto se realice, se necesita una inversión inicial de \$12.291,83 correspondientes a la suma de los gastos de constitución que comprende el análisis fonético y constitución de la marca, gastos notariales e impuestos a pagar por constitución de la empresa. A esto se le adhiere el Capital de trabajo, proyectado a un año con sus respectivos activos corriente

menos la suma de las cuentas de pasivo corriente y finalmente el equipo de computadora que para la correcta ejecución del proyecto se han considerado 2 computadoras de \$655 cada una (tabla3.3).

Tabla 3.3 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Descripción del egreso	Monto de adquisición
Gastos de constitución compañía	\$1.900,00
Capital de trabajo	\$9.081,83
Equipo de computadora	\$1.310,00
Total inversión inicial	\$12.291,83

Dado que el proyecto se va a realizar en una oficina de CoWorking para la tabla de depreciación solo se consideró a los equipos de computadora detallado en la siguiente tabla.

Tabla 3.4 Depreciación de activos fijos tangibles

TABLA DE DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES				
Descripción del Activo	Monto de adquisición	Años de depreciación	Valor residual	Depreciación
Equipo de computadora	\$1.310,00	5	\$131,00	\$235,80
Valor depreciación anual total				\$235,80

3.6.2 Préstamo financiero

La mejor tasa de préstamo bancario encontrado corresponde al 11,83% por lo que se eligió realizar un préstamo a 5 años con método alemán para mejor manejo del flujo de caja de la empresa. A continuación se detalla la amortización del préstamo.

Tabla 3.5 Inversión Inicial

INVERSIÓN
\$ 12.291,83
TASA DE INTERÉS
11,83%

PLAZO
5
Método alemán

Tabla 3.6 Tabla de amortización préstamo

Períodos	Interés	Parte del préstamo	Préstamo pendiente	Flujo del préstamo
1	\$ 1.543	\$ 2.608	\$ 10.433	\$ 4.151
2	\$ 1.234	\$ 2.608	\$ 7.825	\$ 3.843
3	\$ 926	\$ 2.608	\$ 5.217	\$ 3.534
4	\$ 617	\$ 2.608	\$ 2.608	\$ 3.226
5	\$ 309	\$ 2.608	\$ 0	\$ 2.917

3.6.3 Proyecciones de ingresos por ventas

Existen dos tipos de suscripciones mensuales para los proveedores que deseen formar parte de la página web especializada en bodas. El primero es el plan básico (PB) valorado en \$50 incluidos impuestos y el segundo es el plan premium (PP) que contempla mejores funciones para los proveedores valorado en \$80 incluido impuestos. Las proyecciones fueron realizadas para terminar el año con un total de 350 proveedores de ambas categorías PB y PP con un aproximado de 45 proveedores por cada tipo de servicio. Los años consiguientes se pretende crecer de forma local y regional, pudiendo expandirse el servicio para todos los proveedores de eventos del Ecuador. Así mismo, se trabajó con un incremento anual en el precio del 1,90%.

Tabla 3.7 Pronóstico de ingreso por ventas

Número de proveedores al año PB	350
Plan Básico	\$ 44,00
Número de proveedores al año PP	100
Plan Premium	\$ 70,40
Incremento de precio anual:	1,90%
Incremento de ventas:	
Al año 2:	25%
Al año 3:	30%
Al año 4	35%
Al año 5	40%

Tabla 3.8 Pronóstico de ingreso por ventas

PRONÓSTICO DE INGRESOS POR VENTAS					
AÑOS	Cantidad proveedores PB	Cantidad proveedores PP	Precio PB	Precio PP	Total Ingresos
Año 1	275	75	\$ 44,00	\$ 70,40	\$ 17.380,00
Año 2	344	94	\$ 44,84	\$ 71,74	\$ 22.137,78
Año 3	447	122	\$ 45,69	\$ 73,10	\$ 29.325,91
Año 4	603	165	\$ 46,56	\$ 74,49	\$ 40.342,19
Año 5	845	230	\$ 47,44	\$ 75,90	\$ 57.552,17

3.6.3.1 Pronóstico de costos variables y fijos

El pronóstico se realizó considerando costos variables y fijos de la empresa. Personal de trabajo conformado por dos personas con un sueldo básico para atención al cliente e ingreso de nuevos proveedores. El contrato de CoWorking pagado por adelantado para obtención de mejores beneficios, todo los costos necesarios para el correcto funcionamiento de la página, la amortización del crédito realizado y la depreciación de los equipos de computadora.

Tabla 3.9 Pronóstico de costos variables y fijos

PRONÓSTICO DE COSTOS VARIABLES Y FIJOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Transporte Gasolina	\$840,00	\$924,00	\$1.007,16	\$1.067,59	\$1.120,97
Publicidad	\$960,00	\$1.056,00	\$1.151,04	\$1.220,10	\$1.281,11
TOTAL VARIABLES	\$1.800,00	\$1.980,00	\$2.158,20	\$2.287,69	\$2.402,08
Sueldos y salarios	\$9.600,00	\$9.888,00	\$10.184,64	\$10.490,18	\$10.804,88
Alquiler Host página	\$100,00	\$103,00	\$106,09	\$109,27	\$112,55
Licencia de Funcionamiento	\$111,17	\$114,51	\$117,94	\$121,48	\$125,12
Alquiler Coworking	\$3.600,00	\$3.708,00	\$3.819,24	\$3.933,82	\$4.051,83
Telefonía celular	\$180,00	\$185,40	\$190,96	\$196,69	\$202,59

Seguridad social	\$2.057,00	\$2.118,71	\$2.182,27	\$2.247,74	\$2.315,17
Pago de crédito	\$ 3.912,49	\$ 3.621,66	\$ 3.330,84	\$ 3.040,02	\$ 2.749,19
Depreciación de máquinas y equipos	\$ 235,80	\$ 235,80	\$ 235,80	\$ 235,80	\$ 235,80
TOTAL FIJOS	\$19.796,46	\$19.975,08	\$20.167,78	\$20.374,99	\$20.597,14

3.6.3.2 Incremento Costos Variables

Para la realización de una estimación correcta del incremento de los costos, se tomó a consideración la variabilidad de los precios en los servicios que se reflejan en los costos fijos y variables. De igual forma se consideró la tasa actual de inflación del Ecuador que es la del 3,4%. Las variaciones se ven reflejadas (tabla 3.10) a partir del año 2.

Tabla 3.10 Incremento Costos Variables

% Incremento Costos Variables	
Al año 2:	10%
Al año 3:	9%
Al año 4:	6%
Al año 5:	5%
% Inflación anual estimado	3,4%

3.6.4 Estado de resultado

El estado de pérdidas y ganancias reflejado (tabla 3.11) muestra las operaciones de los primeros 5 años de la empresa, basado en las proyecciones previamente mostradas.

Tabla 3.11 Pérdidas y Ganancias

CONCEPTOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos operacionales	\$ 17.380	\$ 22.138	\$ 29.326	\$ 40.342	\$ 57.552
Costos variables	\$ 1.800	\$ 1.980	\$ 2.158	\$ 2.288	\$ 2.402
Margen de contribución	\$ 15.580	\$ 20.158	\$ 27.168	\$ 38.054	\$ 55.150

Costos fijos	\$ 19.796	\$ 19.975	\$ 20.168	\$ 20.375	\$ 20.597
Beneficio antes de participación de empleados	\$ (4.216)	\$ 183	\$ 7.000	\$ 17.680	\$ 34.553
Participación de empleados (15%)		\$ 27	\$ 1.050	\$ 2.652	\$ 5.183
Beneficio antes de impuestos o base imponible	\$ (4.216)	\$ 155	\$ 5.950	\$ 15.028	\$ 29.370
Impuestos (IR 25%)		\$ 39	\$ 1.487	\$ 3.757	\$ 7.343
Beneficio después de impuestos o beneficio neto	\$ (4.216)	\$ 116	\$ 4.462	\$ 11.271	\$ 22.028

3.6.5 Flujo de caja

Conjuntamente basado en el estado de resultados, se elaboró el flujo de caja, demostrando que la empresa el primer año tiene un déficit de efectivo de \$4,216, para luego mostrar un flujo de caja incremental a partir del segundo año.

Tabla 3.12 Flujo de caja

DETALLE	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA		-\$ 4.216	\$ 116	\$ 4.462	\$ 11.271	\$ 22.028
INVERSIÓN INICIAL	\$ 12.292					
DEPRECIACIÓN		\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 236	\$ 236
SALDO DE CAJA	-\$ 12.292	-\$ 3.981	\$ 352	\$ 4.698	\$ 11.506	\$ 22.263

El proyecto arroja un VAN de \$7.724,33 es decir luego de recuperar la inversión resultado el excedente mostrado (tabla3.13). Simultáneamente la rentabilidad del proyecto (TIR) es del 23,32% siendo un proyecto rentable.

Tabla 3.13 Tasa de interés, VAN y TIR

Tasa de referencia del Banco Central:	12%
VAN	\$ 7.724,33
TIR	23,32%

3.6.6 Punto de equilibrio

Dado que el primer año representa pérdida para la empresa Amada.com, el punto de equilibrio se logra al finalizar el segundo año con un total de 438 proveedores, siendo este el acumulativo de los dos planes PB y PP. Con unos ingresos proyectados de \$22.138 y un total de costos de \$21.955 obteniendo un beneficio de \$138 (tabla 3.14). Por consiguiente a partir del tercer año la empresa genera beneficios económicos (tabla 3.16).

Tabla 3.14 Punto de equilibrio VAN y TIR

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 17.380	\$ 22.138	\$ 29.326	\$ 40.342	\$ 57.552
COSTOS FIJOS	\$ 19.796	\$ 19.975	\$ 20.168	\$ 20.375	\$ 20.597
COSTOS VARIABLES	\$ 1.800	\$ 1.980	\$ 2.158	\$ 2.288	\$ 2.402
TOTAL COSTOS	\$ 21.596	\$ 21.955	\$ 22.326	\$ 22.663	\$ 22.999
BENEFICIO	-\$ 4.216	\$ 183	\$ 7.000	\$ 17.680	\$ 34.553

Tabla 3.15 Tasa de interés, VAN y TIR

PUNTO DE EQUILIBRIO:	\$ 22.083,60
Tasa de referencia del Banco Central:	12%
VAN:	\$ 7.724,33
TIR:	23,32%

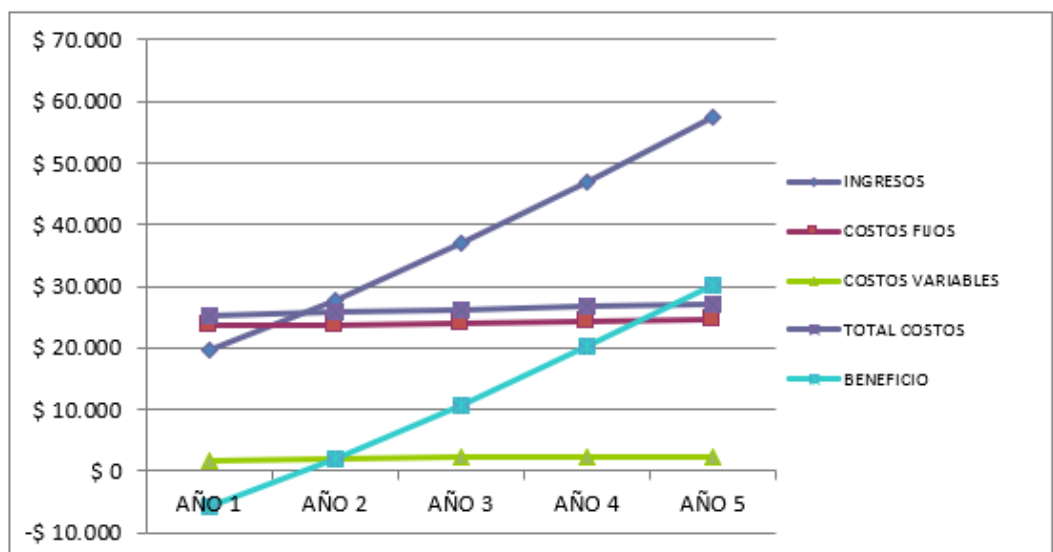


Gráfico 3.16 Punto de equilibrio

CAPÍTULO 4

4 Conclusiones

- No existe una herramienta digital que agrupe a todos los proveedores del sector de eventos matrimoniales en la ciudad de Guayaquil. Formando un directorio de proveedores, de manera ordenada y fácil de manejar; que permita puedan visualizar todo el mercado de opciones disponibles, con sus respectivos precios, comentarios y calificaciones.
- Existe informalidad en el sector de eventos por personas naturales que sin un título o certificación prestan sus servicios, sin garantizar calidad y a bajo costo.
- No todos los proveedores de los servicios relacionados con los eventos, cuenta con un RUC y protocolos de bioseguridad.
- Para la organización de la boda, los novios emplean mayor tiempo en la búsqueda de proveedores de confianza, por lo que prefieren elegir proveedores recomendados y pagar más por el servicio.
- Los proveedores consideran a Amada.com como un medio para formalizar el sector, tener mayor exposición en el mercado y crear confiabilidad a sus futuros clientes.
- La finalidad de Amada.com para con la demanda es ahorra tiempo de búsqueda a novios por medio de un directorio especializado, con proveedores de calidad y certificados por los mismos clientes. Así mismo, brindar control y seguridad al momento de organizar la boda, crear una comunidad e informar constantemente todo lo relacionado con el sector de eventos matrimoniales.
- Las fortalezas de la implementación de la página web se concluyen de la siguiente manera:
 - Especialización de los proveedores para un tipo específico de evento.
 - Ahorro de tiempo y reducción de movilización para los novios al momento de cotizar.
 - Llevar control de los contratos con cada proveedor.
 - Transparencia en los precios por cada proveedor.
 - Comunicación directa entre demanda y oferta.

- Conocimiento actualizado de protocolos y medidas dictadas por la autoridad pertinente.
- Por otra parte la investigación resuelve las siguientes debilidades:
 - Rechazo por parte de los proveedores de organización de eventos (Wedding Planner) dado que es visto como una amenaza el servicio.
 - Recelo por parte de proveedores al mostrar sus precios.
 - La página web depende en cierto grado de la interacción por parte de los novios.

4.1 Recomendaciones

- Adherir una sección que permita a los novios realizar un briefing sobre su historia, colores, temática, lugar y todas las preferencias para la realización de la boda. De forma que los proveedores puedan conocer un poco más sobre los gustos y preferencias del cliente y elaborar una cotización según lo descrito.
- Para aumentar el dinamismo de la página, los proveedores deberían de ingresar información de disponibilidad de fechas, para que el cliente pueda observar si hay disponibilidad en la fecha seleccionada y posteriormente solicitar la cotización.
- La página Amada.com debe de ser traducida al inglés, con la finalidad de incursionar en el mercado de turismo de romance, promocionando al Ecuador como destino.
- Se debe de agregar otras opciones de proveedores, tales como joyerías, alquiler de autos, pirotecnia, que también participan de la organización de una boda.
- Añadir una sección de destinos de luna de miel recomendados para los novios y de ser factible agencias de viajes que los proporcionen, generando ingresos a la empresa por parte de otro tipo de proveedor

5 Bibliografía

- cerezo, m. a. (3 de diciembre de 2010). la organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Málaga: servicio de publicaciones de la universidad de Málaga. obtenido de modelo integrado y experiencial: <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>
- conway, d. (2009). the event manager's bible 3rd. en d. conway, the complete guide to planning and organising a voluntary or public event (pág. 12). oxford: constable & robinson. obtenido de https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=iycebaaaqbaj&oi=fnd&pg=pt8&dq=event+manager+%22roles+and+responsibilities%22&ots=cava-_nk8z&sig=a96lk60is1akm1nkubljb4vmeg&redir_esc=y#v=onepage&q=event%20manager%20%22roles%20and%20responsibilities%22&f=false
- expreso. (25 de agosto de 2020). el sector turístico de guayaquil pide que se autorice aforo del 30 % para reuniones en salones. obtenido de <https://www.eluniverso.com/guayaquil/2020/08/24/nota/7954036/guayaquil-covid-19-hoteles-piden-aforo-30-reuniones-sociales>
- fajardo, j. l. (2015). eventos académicos virtuales: ideas alrededor de un estado de la cuestión. asri: arte y sociedad. revista de investigación, 7.
- gallego, l. v. (junio de 2011). revisión de los métodos, modelos y herramientas existentes para la selección de proveedores. obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/29402494.pdf>
- gallego, l. v. (junio de 2011). revisión de los métodos, modelos y herramientas existentes para la selección de proveedores. obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/29402494.pdf>
- laura dÍaz-bravo, u. t.-g.-h.-r. (13 de mayo de 2013). metodología de investigación en educación y dinámico . obtenido de la entrevista, recurso flexible y dinámico: <https://www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf>
- madray, j. s. (12 de septiembre de 2020). the impact of covid-19 on event management industry. obtenido de international journal of engineering applied sciences and technology: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3689499
- muñoz, c. m. (23 de mayo de 2011). el matrimonio, rito de paso del ciclo de la vida en el siglo xx. obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:6elgwvhtzzgj:https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3703151.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-b-d>
- roció, c. u. (noviembre de 2015). "manual de protocolo para la organización de eventos del gobierno autónomo descentralizado del cantón pujilí en el año 2015". obtenido de <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/2222/1/t-utc-3432.pdf>

- ruiz, m. i. (agosto de 2020). inec. obtenido de registro estadístico de matrimonio y divorcios 2019 - población y migración: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/poblacion_y_demografia/matrimonios_divorcios/2019/boletin_tecnico_myd_2019.pdf
- salazar, m. v. (2020). protocolo general de bioseguridad para la industria de reuniones (mice) y eventos sociales, su cadena de valor, al momento de reapertura, en el contexto de la emergencia sanitaria por covid-19. obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/05/protocolo_industria_reuniones_eventos_sociales_final.pdf
- sanchez, r. j. (2014). organización de eventos. en r. j. sanchez, como organizar eventos con exito (pág. 28). buenos aires: ugerman. obtenido de <https://utntyh.com/wp-content/uploads/2011/06/como-organizar-eventos-con-exito.-rosario-jijena-sanchez.pdf>
- sejzer, r. (14 de octubre de 2016). calidad total. obtenido de la matriz de pugh para la toma de decisiones : <http://ctcalidad.blogspot.com/2016/10/la-matriz-de-pugh-para-la-toma-de.html>

6 Apéndice

- **Formato de entrevista para casados**

Propuesta de creación de herramienta digital con proveedores de servicio para eventos sociales: especializados en bodas para demanda en la ciudad de Guayaquil.

Dado a la actual emergencia sanitaria, por el corona virus, nos gustaría conocer cuál ha sido

Su experiencia en la realización de su boda.

1. Indique la fecha en la que realizó su boda

Ejemplo: 7 de enero del 2019

2. ¿Cuánto tiempo le tomó organizar su boda?

3. ¿Con cuántos invitados realizó su boda? ¿Esta cifra difiere de la cantidad de invitados considerados en un inicio?

4. ¿Qué inconvenientes se presentaron en la organización de su boda?

5. ¿Tuvo usted complicaciones al momento de encontrar proveedores de servicios?

6. ¿Cuál fue el canal de comunicación que usted mantuvo con los proveedores?

7. La locación. ¿Cómo describiría usted el servicio prestado por el lugar, tuvo algún inconveniente? ¿Qué considera usted que pueda mejorar?

8. Alimentos & Bebidas. ¿Su proveedor A&B contaba con protocolo de bioseguridad? Por favor, Menciónelos a continuación.

9. Decoración. ¿Qué tipo de decoración contrato usted para su boda? ¿Tuvo algún inconveniente?

10. Wedding Planner. ¿Contrato usted un organizador de eventos? y ¿Cómo su experiencia con esta persona?

11. Entretenimiento. ¿Contrato usted Dj, banda, animación o músico? ¿Tuvo algún un problema con este proveedor?

12. Atelier ¿Alquilo o compro su vestimenta para el día de su boda? ¿Tuvo alguna dificultad?

13. En los contratos que mantuvo con proveedores Mencionaban algo referente a la actual emergencia sanitaria? ¿Podría describirnos a grosso modo que cláusulas existen?

14. Si pudiera cambiar algo en la organización de su boda ¿Qué sería?

15. Actualmente nos encontramos realizando una propuesta de herramienta digital para novios, que permita mostrar todos los proveedores en un solo lugar ¿Consideraría usted útil esta herramienta?¿Por qué?

16. ¿Qué debería tener para que usted la utilice?

17. Para finales de diciembre tendríamos un prototipo ¿La podríamos contactar nuevamente para que nos ayude a validar la herramienta digital?

- **Formato de entrevista para novios**

Propuesta de creación de herramienta digital con proveedores de servicio para eventos sociales: especializados en bodas para demanda en la ciudad de Guayaquil.

Dado a la actual emergencia sanitaria, por el corona virus, nos gustaría conocer cuál ha sido

Su experiencia en la organización de su boda.

1. ¿Cuál fue la fecha inicial en la que planificó realizar su boda?

Ejemplo: 7 de enero del 2019

2. ¿Cuántos meses tomó usted a consideración para la organización de su boda?

3. ¿Cuántas veces tuvo usted que modificar la fecha?

4. ¿Cuántos invitados usted consideró al inicio para su boda, ha modificado la cantidad?

5. ¿Tenía usted alguna idea por dónde empezar, cómo se organizó?

6. ¿Tuvo usted ayuda de alguien? ¿Quién le ayudó y cómo le ayudó?

7. Durante la organización, ¿Qué complicaciones tuvo usted con los proveedores al momento de organizar su boda?

8. Según usted ¿Cuál es el orden de importancia para la contratación de proveedores?

9. ¿Cuál fue el primero proveedor que contrató? ¿Por qué?

10. Actualmente ¿Con qué proveedores se encuentra trabajando para la realización de su boda?

11. ¿Cuál ha sido la forma de pago, al momento de reservar los servicios?

12. En los contratos que actualmente usted mantiene con proveedores, ¿Menciona algo referente a la actual emergencia sanitaria? ¿Podría describirnos a groso modo que cláusulas existen?

13. Actualmente nos encontramos realizando una propuesta de herramienta digital para novios, que permita mostrar todos los proveedores en un solo lugar ¿Consideraría usted útil esta herramienta?

14. ¿Qué debería tener para que usted la utilice?

15. Para finales de diciembre tendríamos un prototipo ¿La podríamos contactar nuevamente para que nos ayude a validar la herramienta digital?

- **Formato de entrevista para proveedor**

Propuesta de creación de herramienta digital con proveedores de servicio para eventos sociales: especializados en bodas para demanda en la ciudad de Guayaquil.

Dado a la actual emergencia sanitaria, por el corona virus, nos gustaría conocer cuál ha sido

su experiencia en la organización de su boda.

1. ¿Cuál fue la fecha inicial en la que planificó realizar su boda?

Ejemplo: 7 de enero del 2019

2. ¿Cuántos meses tomó usted a consideración para la organización de su boda?

3. ¿Cuántas veces tuvo usted que modificar la fecha?

4. ¿Cuántos invitados usted consideró al inicio para su boda, ha modificado la cantidad?

5. ¿Tenía usted alguna idea por dónde empezar, cómo se organizó?

6. ¿Tuvo usted ayuda de alguien? ¿Quién le ayudó y cómo le ayudó?

7. Durante la organización, ¿Qué complicaciones tuvo usted con los proveedores al momento de organizar su boda?

8. Según usted ¿Cuál es el orden de importancia para la contratación de proveedores?

9. ¿Cuál fue el primero proveedor que contrató? ¿Por qué?

10. Actualmente ¿Con qué proveedores se encuentra trabajando para la realización de su boda?

11. ¿Cuál ha sido la forma de pago, al momento de reservar los servicios?

12. En los contratos que actualmente usted mantiene con proveedores, ¿Menciona algo referente a la actual emergencia sanitaria? ¿Podría describirnos a groso modo que cláusulas existen?

13. Actualmente nos encontramos realizando una propuesta de herramienta digital para novios, que permita mostrar todos los proveedores en un solo lugar ¿Consideraría usted útil esta herramienta?

14. ¿Qué debería tener para que usted la utilice?

15. Para finales de diciembre tendríamos un prototipo ¿La podríamos contactar nuevamente para que nos ayude a validar la herramienta digital?
