UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

CARRERA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION SOCIAL

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO/A EN EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN SOCIAL

TEMA:

"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SALÓN DE EVENTOS EN EL SECTOR DE SAN JOSÉ DE MORÁN, PARROQUIA DE CALDERÓN, CANTÓN QUITO, 2026"

AUTORA

Carolina Isabel Guerrero Padilla

DIRECTOR

Ing. Iván Marcelo Yacchirema

PAR ACADEMICO

Ing. Gabriela Guerra Maiguashca

Ing. Gina Jaqueline Alarcón.

GUARANDA-ECUADOR

2026

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

"Estudio de factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector San José de Moran de la parroquia de Calderón, cantón Quito, año 2026".

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, expreso mi más profundo agradecimiento a Dios, por haberme dado la sabiduría, fortaleza y perseverancia necesarias para culminar esta importante etapa de mi vida profesional.

A la Universidad Estatal de Bolívar por abrirme sus puertas y brindarme la oportunidad de formarme como profesional. A la facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática y a la Carrera de Emprendimiento e Innovación Social, por dotarme de los conocimientos y herramientas que han sido pilares fundamentales en mi desarrollo académico.

Un reconocimiento especial a la Economista Carmita Borja, quien a lo largo de mi carrera universitaria demostró un compromiso genuino con nuestra formación, estando siempre presente y accesible. Su acompañamiento constante marcó de manera significativa mi trayectoria académica.

A mi director de Tesis, Ing. Iván Marcelo Yacchirema, por su guía, dedicación y paciencia a lo largo de todo el proceso investigativo. Su orientación fue clave para la culminación exitosa de este trabajo. A mis pares académicos, Ing. Gabriela Guerra e Ing. Gina Alarcón, por sus valiosas observaciones y recomendaciones, que enriquecieron y fortalecieron esta investigación.

A todos los docentes que a lo largo de mi carrera compartieron sus conocimientos y experiencias, dejando una huella importante en mi formación académica y personal. Gracias por ser parte de este camino.

Carolina Guerrero

DEDICATORIA

A Dios por darme la fortaleza para levantarme y recordarme que con fe y perseverancia todo es posible.

A ti Geovanny Galvan, mi compañero de vida, mi roca y mi mayor bendición. Gracias por creer en mi con una convicción que muchas veces superó a la mía propia, por tomarme de la mano en los momentos más difíciles y por nunca dejar de decirme que podía lograrlo. Este logro es tan tuyo como mío.

A mis tres hijos Mia, Emiliano y Oliver, la razón más hermosa que tengo para seguir adelante, cada día de estudio, cada sacrificio y cada lágrima contenida valió la pena por verlos a ustedes. Espero que algún día, cuando lean estas palabras, entiendan que todo lo que hago, es por darles ejemplo y por amor a ustedes.

A mi Padre Gustavo Guerrero, porque te quiero profundamente y ocupas un lugar muy especial en mi corazón. Quiero que sepas que eres importante para mí, y que este logro también llega hasta ti con todo mi cariño.

Y finalmente, me dedico este logro a mí misma. Porque no tuve un camino fácil ni una educación convencional, porque hubo momentos en que todo parecía imposible y aun así aquí estoy. Este título no representa solo un documento académico, sino un sueño personal cumplido, y el resultado de una mujer que nunca se rinde.

Carolina Guerrero

CERTIFICADO DE VALIDACION

CERTIFICADO DE VALIDACION

Ing. ***Iván Marcelo Yacchirema***, Ing. ***Gabriela Guerra Maiguashca*** e Ing. ***Gina Jaqueline Alarcón***, en su orden director y Pares Académicos del Trabajo de Titulación "Estudio de factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán, Parroquia de Calderón, Cantón Quito, 2026" desarrollado por la señora Carolina Isabel Guerrero Padilla.

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera de Emprendimiento e Innovación Social**

Guaranda, Julio 2026

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
IVAN MARCELO
YACCHIREMA TARAGUAY

Ing. Iván Marcelo Yacchirema.

DIRECTOR

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
GABRIELA DE LOS
ANGELES GUERRA
MAIGUASHCA

Ing. Gabriela Guerra Maiguashca

PAR ACADEMICO

Validar únicamente en FirmaEC.
Firmado electrónicamente por:
GINA JAQUELINE
ALARCON QUINATOA

Ing. Gina Jaqueline Alarcón.

PAR ACADEMICO

DECLARACION DE DERECHOS DE AUTORIA

UEB | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR

BIBLIOTECA GENERAL

DERECHOS DE AUTOR

Yo Carolina Isabel Guerrero Padilla portador de la Cédula de Identidad No 1722916044 en calidad de autora y titular de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN SALON DE EVENTOS EN EL SECTOR DE SAN JOSE DE MORÁN, PARROQUIA CALDERÓN, CANTON QUITO,2026, modalidad proyecto de investigación de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedo a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

La autora declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

CAROLINA ISABEL GUERRERO PADILLA
Firmado digitalmente por CAROLINA ISABEL GUERRERO PADILLA
Fecha: 2026.07.14 15:58:17 -05'00'

Carolina Isabel Guerrero Padilla

INDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....I

AGRADECIMIENTO II

DEDICATORIA..... III

DECLARACION DE DERECHOS DE AUTORIA V

INDICE DE CONTENIDO..... VI

INDICE DE TABLAS XII

INDICE DE FIGURAS..... XIV

INDICE DE GRAFICOS XVI

RESUMEN XVIII

ABSTRACT..... XIX

INTRODUCCION..... XIX

CAPÍTULO I.....2

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO 2

1.2 Formulación del Problema 3

1.3 Preguntas de investigación.....3

1.4 Justificación 3

1.5 Objetivo general y específicos 5

Objetivo General.....5

Objetivos específicos 5

1.6 Idea a defender 5

1.7. Variables 5

Variable Independiente 5

Variable Dependiente 5

CAPÍTULO II 6

MARCO TEORICO 6

2.1 Antecedentes 6

2.2 Marco Cientifico 9

Concepto de estudio de factibilidad. 9

Fundamentos Teóricos del Estudio de Factibilidad 10

Componentes del Estudio de Factibilidad 10

Importancia del estudio de factibilidad 10

Toma de Decisiones 11

Estudio de mercado. 11

a) Estructura y componentes del mercado 11

b) La demanda 12

c) oferta 13

Definición de creación de salón de eventos 13

Importancia en el sector de servicios 14

Tipos de eventos 14

Fundamentos teóricos del emprendimiento. 14

Organización de eventos 15

Planificación de un salón de eventos. 15

Gestión Operativa 16

2.3 Marco Conceptual 16

Estudio de mercado 16

Estudio técnico 16

Estudio Financiero 17

Estudio organizacional 17

Gestión de la demanda 17

Salón de eventos 18

Categorización de servicios 18

Tipología de eventos 19

Planificación y gestión operativa 19

Sostenibilidad empresarial 20

2.4 Legal 20

Constitución de la República del Ecuador 20

Leyes Orgánicas y Nacionales 20

Código de Comercio 21

Normativa local Quito 21

2.5 Georreferencial 21

CAPÍTULO III 23

METODOLOGIA 23

3.1 Tipo de Investigación 23

Investigación descriptiva 23

Investigación Bibliográfica 23

Investigación de Campo 24

3.2 Enfoque de la investigación 24

Cuantitativo 24

3.3 Métodos de investigación 25

Método Deductivo 25

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos. 25

Técnicas de recolección de la información 25

Encuesta 25

3.5 Universo, población y muestra 26

Universo 26

Población 26

Tamaño de la Muestra 26

3.6 Procesamiento de la información 28

CAPÍTULO IV 29

RESULTADOS Y DISCUSION 29

4.1 Resultados e interpretación de resultados 29

CAPÍTULO V 62

INFORME EJECUTIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO 62

5.1 Tema: 62

5.2 Introducción 62

5.3 Justificación de la propuesta 62

5.4 Objetivos Generales y específicos 64

Objetivo general 64

Objetivos Específicos 64

5.5 Contexto de la ubicación 64

5.6 Segmentación para la recolección de datos en Campo. 65

5.7 Hallazgos 67

Hallazgos Principales del Estudio de Campo 67

Dimensión uno: Aceptación y demanda del proyecto 68

Dimensión dos: Déficit de oferta en el sector 69

Dimensión tres: Requerimientos de infraestructura 70

Dimensión cuatro: Operatividad y servicios complementarios 71

Dimensión cinco: Impacto social esperado 72

Conclusiones generales 73

Recomendaciones Generales 74

Referencias 74

ANEXOS 79

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Datos población de Calderón 27

Tabla 2 Genero 29

Tabla 3 Edad 30

Tabla 4 Estado Civil 31

Tabla 5 Ocupación 32

Tabla 6 Nivel de ingresos mensuales del hogar 34

Tabla 7 Frecuencia con la que asisten a eventos sociales 35

Tabla 8 Tipo de salones que frecuentan 36

Tabla 9 Calificación de los salones de eventos cercanos a San José de Moran 38

Tabla 10 Tipos de eventos con mayor asistencia 40

Tabla 11 Dificultades para encontrar un lugar adecuado 41

Tabla 12 Existencia suficiente de salones de eventos en San José de Morán 43

Tabla 13 Contratación de servicios fuera de la localidad 44

Tabla 14 Percepción sobre la implementación de un nuevo y moderno salón de eventos en el sector de San José de Morán 46

Tabla 15 Aspectos más importantes al elegir un salón de eventos 47

Tabla 16 Influencia de la calidad del servicio en la contratación 49

Tabla 17 Servicios adicionales deseados en el salón de eventos 50

Tabla 18 Acuerdo con la creación de un salón de eventos en San José de Morán 52

Tabla 19 Uso de un salón de eventos ubicado en el sector 53

Tabla 20 Capacidad adecuada para un salón de eventos. 54

Tabla 21 Valor dispuesto a pagar por el alquiler del salón 55

Tabla 22 Horario más conveniente para la realización de eventos 56

Tabla 23 Medio utilizado para conocer promociones e información 58

Tabla 24 Contribución del salón de eventos al desarrollo social de la comunidad 59

Tabla 25 Segmentación del mercado objetivo para la recolección de datos en campo 66

Tabla 26 Aceptación y disposición de uso del salón de eventos 68

Tabla 27 Déficit de oferta de salones de eventos en el sector 69

Tabla 28 Requerimientos de infraestructura y características valoradas 70

Tabla 29 Operatividad y servicios complementarios del salón de eventos .. 71

Tabla 30 Percepción del impacto social del salón de eventos en la comunidad 72

INDICE DE FIGURAS

Figura 2 Género 29

Figura 3 Edad..... 30

Figura 4 Estado Civil..... 31

Figura 5 Ocupación 33

Figura 6 Nivel de ingresos mensuales del hogar..... 34

Figura 7 Frecuencia con la que asisten a eventos sociales..... 35

Figura 8 Tipos de salones que frecuentan 37

Figura 9 Calificación a los salones de eventos cercanos a San José de Moran. 38

Figura 10 Motivos de la calificación otorgada 39

Figura 11 Tipos de eventos que asisten con mayor frecuencia 40

Figura 12 Dificultades para encontrar un lugar adecuado 42

Figura 13 Razones de las dificultades encontradas..... 42

Figura 14 Existencia suficiente de salones de eventos en San José de Morán. 44

Figura 15 Contratación de servicios fuera de la localidad..... 45

Figura 16 Influencia de la infraestructura en la percepción de calidad..... 46

Figura 17 Aspectos más importantes al elegir un salón de eventos..... 48

Figura 18 Influencia de la calidad del servicio en la contratación 49

Figura 19 Servicios adicionales deseados en el salón de eventos 51

Figura 20 Acuerdo con la creación de un salón de eventos en San José de Morán..... 52

Figura 21 Uso de un salón de eventos ubicado en el sector..... 53

Figura 22 Capacidad adecuada para un salón de eventos. 54

Figura 23 Valor dispuesto a pagar por el alquiler del salón. 56

Figura 24 Horario más conveniente para la realización de eventos 57

Figura 25 Medio utilizado para conocer promociones e información 58

Figura 26 Contribución del salón de eventos al desarrollo social de la comunidad. 60

Figura 27 Razones sobre la contribución al desarrollo social..... 60

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1 Marco Georreferencial 22

Gráfico 2 Ubicación estratégica 65

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cronograma ……...79

Anexo 2 Cuestionario de la encuesta……79

Anexo 3 Evidencia de tutoría ……...85

Anexo 4 Diseño del Proyecto……87

Anexo 5 Certificado Anti plagio……88

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo desarrollar un estudio de factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector San José de Moran, parroquia Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha, año 2026.El sector ha experimentado un crecimiento demográfico acelerado, alcanzando 250.877 habitantes en la parroquia de Calderón según el Censo 2022,lo que ha generado una creciente demanda de espacios adecuados para la realización de eventos sociales, familiares y corporativos que actualmente no es satisfecha por la oferta local existente.

Los resultados del estudio de mercado evidencian que el 73,4 % de los encuestados considera que no existen suficientes salones de eventos en el sector, y el 66,6% ha tenido dificultades para encontrar un lugar adecuado para sus celebraciones. El 97,4% manifestó estar de acuerdo con la creación del salón de eventos y el 96,60% indico que utilizaría el servicio. El perfil del consumidor corresponde principalmente a personas de entre 25 y 45 años económicamente activas, que asisten a eventos entre dos y tres veces al año y priorizan aspectos como precio accesible, seguridad, ubicación estratégica y disponibilidad de servicios complementarios como música, catering y conectividad Wi -Fi.

La propuesta técnica determina como localización optima la intersección de la avenida Carlos Mantilla y la calle El Placer, sector La Tolita, orientado a satisfacer las necesidades del mercado local y sus zonas de influencia

Palabras Clave: Estudio de factibilidad, salón de eventos, estudio de mercado, emprendimiento, eventos sociales.

ABSTRACT

This research project aims to conduct a feasibility study for the creation of an event venue in the San José de Morán sector (Calderón parish, Quito canton, Pichincha province) for the year 2026. The area has experienced rapid population growth—reaching 250,877 inhabitants in the Calderón parish according to the 2022 Census—generating an increasing demand for suitable spaces to host social, family, and corporate events, a need that is currently unmet by existing local options.

Market research results show that 73.4% of respondents believe there are insufficient event venues in the area, and 66.6% have struggled to find a suitable location for their celebrations. Furthermore, 97.4% expressed support for the creation of the venue, and 96.6% indicated they would use the service. The target consumer profile consists primarily of economically active individuals aged 25 to 45 who attend events two to three times a year and prioritize factors such as affordable pricing, security, strategic location, and the availability of complementary services like music, catering, and Wi-Fi connectivity.

The technical proposal identifies the intersection of Carlos Mantilla Avenue and El Placer Street (in the La Tolita sector) as the optimal location, aiming to meet the needs of the local market and its surrounding areas of influence.

Keywords: Feasibility study, event venue, market research, entrepreneurship, social events.

INTRODUCCION

El presente trabajo investigativo examina la factibilidad de crear un salón de eventos en el sector de San José de Moran, perteneciente a la parroquia de Calderón, cantón Quito, provincia de Pichincha. Esta iniciativa responde a la creciente demanda de espacios adecuados para la realización de celebraciones sociales, familiares y corporativas en una zona que ha experimentado un crecimiento demográfico acelerado alcanzando 250.877 habitantes según el Censo de Población y Vivienda 2022, sin que dicho crecimiento haya sido acompañado por una oferta proporcional de servicios e infraestructura recreativa y social.

La investigación cobra relevancia al considerar que el emprendimiento en el sector de servicios para eventos constituye un catalizador efectivo para dinamizar economías locales en territorios urbanos en expansión. En este sentido, San José de Moran presenta condiciones favorables debido a su alta densidad poblacional, su comunidad económicamente activa y la ausencia de establecimientos que cumplan con estándares adecuados de calidad, capacidad, y servicios complementarios.

El documento se estructura conforme a los lineamientos metodológicos establecidos por la Universidad Estatal de Bolívar para trabajos de integración curricular. El primer capítulo aborda la formulación del proyecto incluyendo la problematización, los objetivos que orientan el estudio y la justificación que sustenta su pertinencia. El segundo capítulo desarrolla los fundamentos teóricos, conceptuales y el marco normativo que respaldan la investigación. El tercer capítulo expone la ruta metodológica adoptada, detallando el enfoque investigativo, las técnicas de recopilación de datos y los procedimientos analíticos empleados.

El cuarto capítulo presenta los hallazgos obtenidos a partir de las 383 encuestas aplicadas, junto con su correspondiente interpretación, por último, el quinto capítulo articula el informe ejecutivo del estudio de mercado, incorporando la propuesta técnica, las conclusiones y las recomendaciones derivadas de la investigación.

CAPÍTULO I

FORMULACIÓN GENERAL DEL PROYECTO

"La parroquia de Calderón ha registrado un incremento de 9.146 habitantes entre el 2010 y 2022 alcanzando una población de 250.877 personas" Revelo & Velasco 2024, (pág.4). Este crecimiento demográfico ha generado una mayor demanda de espacios destinados a la realización de eventos sociales, tales como bautizos, matrimonios, reuniones familiares y eventos corporativos, donde la población pueda compartir momentos significativos en ambientes adecuados.

En este contexto Guasco-Aucacama & Luna-Altamirano (2022) señalan :

> Que, dentro del entorno económico actual, la toma de decisiones de inversión en el sector de eventos, debe ser sustentado en un análisis técnico que permitan minimizar riesgos. Por ello la evaluación de factibilidad se consolida como una herramienta clave para determinar la viabilidad de un proyecto asegurando no solo su implementación sino también su sostenibilidad en el tiempo (págs. 12-25).

A nivel regional Fabricio (2024) indica que:

> El sector de eventos enfrenta importantes limitaciones relacionadas con la calidad y categorización de la oferta disponible. La mayoría de los establecimientos registrados en la categoría de recepciones y banquetes se encuentran clasificados como de segunda categoría, por el Ministerio de Turismo. Lo que evidencia una escasez de locales de primera categoría que cumplan con los estándares superiores de calidad integral, logística y seguridad. Esta situación resulta contradictoria frente al crecimiento urbano y demográfico de sectores como la parroquia de Calderón limitando las opciones de los usuarios, y restringiendo el desarrollo económico. (pág. 21).

A nivel local específicamente en el sector de San José de Moran, se evidencia una limitada oferta de salones de eventos que satisfagan las necesidades de la población a pesar del crecimiento acelerado del sector, obligando a los residentes a movilizarse hacia otras zonas de la ciudad para satisfacer sus necesidades sociales, provocando una fuga de capital que debilita la economía interna.

En este sentido el presente estudio de factibilidad busca analizar la viabilidad de implementar un salón de eventos en el sector, con el fin de cubrir un vacío de mercado existente, aprovechar el crecimiento demográfico y contribuir al desarrollo económico local mediante la generación de empleo y dinamización de la actividad comercial.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo incide el estudio de factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán, parroquia de Calderón, cantón Quito año 2026?

1.3 Preguntas de investigación

- ¿Cuáles son los factores de mercado que determinan la factibilidad para la implementación de un salón de eventos en San José de Moran?
- ¿Cómo influye la carencia de espacios para eventos, en el comportamiento del consumo social en los habitantes de San José de Moran?
- ¿Qué nivel de demanda potencial existe en el sector de San José de Morán para realización de eventos sociales?
- ¿Qué características y servicios buscan los habitantes de San José de Morán al momento de elegir un salón de eventos para sus celebraciones?

1.4 Justificación

La presente investigación se justifica por la necesidad de cerrar la brecha existente entre el crecimiento demográfico exponencial de la parroquia de Calderón y la limitada oferta de servicios en el área de eventos sociales de alta calidad. El sector de San José de Moran ha pasado de ser una zona periférica a convertirse en un punto

de alta densidad poblacional, donde la vida comunitaria y familiar demanda espacios de encuentro que actualmente el mercado local no logra satisfacer de manera técnica y profesional.

Actualmente las familias de San José de Moran se ven obligadas a trasladar sus celebraciones, a otros puntos del Distrito Metropolitano de Quito, debido a la carencia de locales que cumplan con los estándares adecuados de seguridad, confort, y categorización superior. Esta movilización no solo implica un desgaste logístico y mayores riesgos de seguridad vial, sino que también debilita el sentido de pertenencia y la cohesión social dentro de la comunidad.

En este contexto la falta de un salón de eventos en el sector ha provocado que los habitantes busquen estos servicios en otras parroquias, trasladando consigo oportunidades económicas que podrían permanecer en la zona. Esta situación ha limitado que el crecimiento y dinamismo de Calderón beneficien directamente a sus propios habitantes. Frente a esta realidad, impulsar un emprendimiento enfocado en la creación de un salón de eventos, sustentado en criterios técnicos de viabilidad permitirá no solo cubrir esta necesidad, sino que también generar empleo directo e indirecto.

Además, este proyecto abrirá oportunidades para proveedores locales como servicios de catering, decoración, fotografía y logística. De esta manera, se constituye en un motor de reactivación económica, aprovechando el crecimiento urbano y transformando el consumo recreativo en una fuente de ingresos y estabilidad para las familias de San José de Moran. La utilidad práctica de este estudio radica en su capacidad para ofrecer una solución a la problemática identificada, convirtiéndose en un puente entre una oportunidad de mercado desatendida y una ejecución empresarial viable y sostenible para el sector.

1.5 Objetivo general y específicos

Objetivo General

Desarrollar un estudio de mercado para la creación de un salón de eventos en el sector San José de Moran de la parroquia de Calderón, cantón Quito, año 2026.

Objetivos específicos

- Sustentar teóricamente los conceptos relacionados con el estudio de mercado aplicado a la creación de salones de eventos.
- Diagnosticar la situación actual sobre la creación de un salón de eventos
- Proponer la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán.

1.6 Idea a defender

La implementación de un estudio de factibilidad demuestra la viabilidad técnica económica y operativa para la creación de un salón de eventos de primera categoría en San José de Moran, como respuesta estratégica ante la inexistencia de salones de eventos especializados y la creciente demanda demográfica del sector.

1.7. Variables

Variable Independiente

Estudio de factibilidad

Variable Dependiente

Creación del salón de eventos

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1 Antecedentes

Lozano (2024)

En su tesis titulada: *Proyecto modelo de negocio de una organizadora de eventos empresariales en la ciudad de Guayaquil Business Corporate Events*, con su objetivo general, desarrollar un modelo de negocio centrado en los principios de los nueve elementos del Business Model Canvas y las cinco fuerzas de Porter, con un enfoque específico en la planificación y ejecución de eventos empresariales en la ciudad de Guayaquil. La investigación se desarrolló bajo una metodología mixta de tipo descriptiva utilizando encuestas aplicadas a 119 personas, y técnicas cualitativas como el grupo focal para analizar las percepciones del mercado. (pág. 11/31).

Lozano (2024) concluye:

Que las estrategias derivadas del modelo canvas permitieron validar la viabilidad del proyecto, destacando la importancia de la propuesta de valor centrada en la personalización de servicios, la adaptabilidad económica, la eficiencia en la ejecución de eventos, y la incorporación de elementos innovadores como talentos nacionales, también evidencio que el uso de canales digitales y estrategias de comunicación facilita la penetración en el mercado. Por último, el análisis financiero demostró una rentabilidad sostenible, una adecuada gestión de recursos y una proyección positiva de crecimiento confirmando la factibilidad del emprendimiento en el sector de eventos empresariales (pág. 68).

Las autoras López & Picuasi (2022):

En su estudio titulado: *Estudio de factibilidad para la creación de una Agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de*

Ibarra, provincia de Imbabura, Ecuador. Tuvieron como objetivo principal determinar la viabilidad de implementar una agencia dedicada a la organización de eventos académicos y profesionales. usaron una metodología mixta cualitativa y cuantitativa, utilizando métodos deductivos y técnicas como encuestas, entrevistas e investigación documental este diseño permitió medir la intención de compra, así como identificar las falencias de la oferta actual en el sector de eventos (págs. 55-60).

Las autoras López & Picuasi (2022) concluyen:

Que el proyecto es totalmente viable y rentable respaldado por una aceptación del mercado del 98%. En el aspecto financiero se obtuvo valores que superan ampliamente las expectativas de inversión inicial, las autoras determinan que la clave de la factibilidad reside en la especialización del servicio y en una ubicación estratégica que facilite el acceso de los clientes (pág. 195).

Requelme Vega (2022):

En su tesis titulada: *Propuesta de creación de una empresa organizadora de eventos sociales en la parroquia de Tarapoa, cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos, año 2022.*Con su objetivo general, proponer la creación de una empresa dedicada a la organización de eventos sociales. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva con un enfoque mixto, utilizando encuestas aplicadas a los habitantes para conocer sus preferencias y necesidades (pág. 3).

Requelme Vega (2022) concluye :

Que la población del canton Cuyabeno práctica con frecuencia en eventos sociales, principalmente en fechas festivas y celebraciones como quince años, bautizos ,graduaciones , con una asistencia de 6 veces al año ,la mayoria de los asistentes pertenece a la parroquia de Tarapoa y se encuentra entre las edades de 20 a 45 años. Aunque existe una percepcion

mayoritariamente favorable sobre los servicios recibidos , tambien existe un 33 % donde se manifiesta insatisfacción , lo que evidencia la necesidad de mejorar la calidad en la organización y atencion (pág. 61).

Navarrete (2022):

En su estudio titulado: *Empresa Organizadora De Eventos "Eventos La Luz".* Con su objetivo general, analizar la viabilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos en la Parroquia Malchingui. La metodología empleada fue de enfoque mixto, utilizando investigación de campo mediante encuestas a la población, así como análisis del macroentorno y microentorno, incluyendo factores económicos, sociales y competitivos, además de un estudio financiero del proyecto (pág. 33).

Navarrete (2022) concluye:

Determina que la creación de una empresa organizadora de eventos en la Parroquia de Malchingui no resulta factible desde el punto de vista financiero, ya que los costos e inversiones requeridas superan los ingresos proyectados, a pesar de existir un mercado con demanda insatisfecha y escasa competencia. No obstante, se identifican oportunidades potenciales relacionada con la diversificación de servicios, la captación de clientes externos y el fortalecimiento de estrategias de marketing y fidelización, lo que podría modificar los resultados en escenarios futuros. Por ello el éxito del emprendimiento dependerá principalmente de la innovación constante, la calidad del servicio y la capacidad de adaptación a las condiciones del entorno (pág. 71).

Cuenca Delgado et al.(2023):

En su estudio titulado: Desarrollo De Un Plan De Negocio Orientado A La Organización Y Ejecución De Eventos. Con su objetivo general crear una empresa de eventos que satisfaga la estrategia comunicacional de las empresas ecuatorianas mediante la introducción de tecnología innovadora

en el sector de marketing con proyección de rentabilidad. La metodología utilizada fue un enfoque descriptivo y analítico, apoyada en el estudio de mercado, análisis pestel, análisis de las 5 fuerzas de Porter, evaluación financiera y planificación estratégica del negocio (pág. 21).

Cuenca Delgado et al.(2023) concluye:

Se determina que la creación de la empresa KINO EVENTS,es viable y rentable, destacando que la incorporación de tecnología como realidad virtual y herramientas 3D genera una ventaja competitiva, permitiendo proyectar la recuperación de la inversión en un periodo menor a tres años y satisfacer eficazmente las necesidades del mercado empresarial (pág. 127).

2.2 Marco Cientifico

Concepto de estudio de factibilidad.

El estudio de factibilidad constituye un proceso de análisis integral que permite evaluar la viabilidad de un proyecto antes de su ejecución, mediante la integración de dimensiones clave como el mercado, la técnica y las finanzas. Este estudio tiene como objetivo principal determinar si existe una demanda suficiente que justifique la oferta de un bien o servicio, así como establecer las condiciones óptimas de producción, uso de recursos y localización (Carreto Bernal, 2021).

Además, incorpora aspectos legales, ambientales y operativos que garantizan el cumplimiento normativo y la sostenibilidad del proyecto. A través del uso de herramientas e indicadores financieros como el valor presente neto (VPN) y la tasa interna de retorno (TIR), se logra estimar la rentabilidad esperada y reducir los riesgos asociados a la inversión, facilitando así una toma de decisiones fundamentada y eficiente (Carreto Bernal, 2021, pág. 14).

Fundamentos Teóricos del Estudio de Factibilidad

Los fundamentos teóricos del estudio de factibilidad se sustentan en la investigación concebida como un proceso sistemático que exige una técnica y un modo de proceder específico para explicar un problema de la realidad. Este marco teórico se apoya en el método definido como un conjunto de rutinas procedimentales y etapas ordenadas que, al seguir un patrón estándar, aseguran el éxito y la eficacia en la consecución de los objetivos planteados. Bajo esta perspectiva, es esencial aplicar el método de generación de opciones, el cual permite construir criterios iniciales basados en las demandas y necesidades detectadas, examinando las limitaciones y analizando las variables clave para el diseño del proyecto (Carreto Bernal, 2021, págs. 21-47).

Componentes del Estudio de Factibilidad

Los componentes de un estudio de factibilidad se encuentran comprendidos en análisis de mercado, técnico y financiero, los cuales permiten evaluar la viabilidad de un proyecto. El estudio de mercado identifica la demanda, el perfil del consumidor y la competencia para estimar ingresos potenciales. El estudio técnico define los recursos necesarios, como ubicación, infraestructura, tecnología y costos de operación. Por su parte el estudio financiero organiza la información económica para determinar la rentabilidad mediante indicadores como el VAN y la TIR. Además, se considera aspectos legales y ambientales que pueden influir en la ejecución. En conjunto, estos elementos proporcionan una visión clara y fundamentada para la toma de decisiones, reduciendo riesgos y optimizando el uso de recursos (Universidad Cesar Vallejo, 2021, págs. 20-110).

Importancia del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es una herramienta clave para la toma de decisiones en proyectos de inversión, ya que permite evaluar su viabilidad antes de comprometer recursos. Se desarrolla en la etapa de reinversión se apoya en metodologías como PMBOK y normas ISO para estructurar el proyecto. Su base científica radica en el uso de indicadores financieros como el VAN la TIR y el periodo de recuperación,

que permiten medir la rentabilidad. Además, incorpora un análisis de sensibilidad para evaluar riesgos e impactos ante cambios en variables clave. En conjunto, este proceso facilita decisiones más seguras y fundamentadas (Victore & García, 2022, págs. 14-19).

Toma de Decisiones

La toma de decisiones en un estudio de factibilidad es el proceso mediante el cual se elige la mejor alternativa de inversión con base en el análisis de información. Combina el pensamiento intuitivo y analítico, predominando este último en la evaluación técnica y financiera. Este proceso se desarrolla en un contexto de incertidumbre racionalidad limitada, lo que impide conocer todas las variables con exactitud. Por ello, se estructura etapas como la identificación del problema la generación de opciones y el análisis de sus posibles resultados. Así, la decisión final se fundamenta en evidencias y criterios objetivos. En conjunto, este enfoque permite reducir riesgos y tomar decisiones más acertadas en la ejecución del proyecto (H & De CastroCorrea, 2020, págs. 130-149).

Estudio de mercado.

El estudio de mercado constituye un proceso sistemático de recolección y evaluación de datos sobre consumidores y competidores, orientado a mitigar el riesgo financiero y fundamentar la planificación estratégica. Su relevancia se enfoca en la capacidad de alinear la propuesta de valor con las demandas reales del entorno, permitiendo verificar la factibilidad comercial mediante la identificación de brechas en la oferta actual (Moncayo et al., 2021).

a) Estructura y componentes del mercado

Se fundamenta en una estructura analítica que permite comprender la interacción entre los agentes económicos. Estos componentes establecen el marco de referencia para la recolección de datos:

- Definición operativa: El proceso sistemático de identificar oportunidades y reducir la incertidumbre mediante el análisis de datos.
- Importancia estratégica: La capacidad del estudio para mitigar riesgos de inversión y alinear la oferta con las condiciones reales del entorno.
- Objetivo primordial: La determinación de la viabilidad comercial y la caracterización del perfil de aceptación del consumidor potencial.
- Campo de aplicación: La delimitación geográfica y sectorial donde se proyecta la inserción del bien o servicio.

b) La demanda

Se entiende por demanda el volumen de servicios que el mercado objetivo está dispuesto a contratar, condicionado por variables socioeconómicas como el nivel de ingresos, los hábitos de consumo y la estacionalidad. En el sector de eventos, este factor es altamente sensible a la ubicación geográfica y a la calidad percibida, lo que exige una oferta flexible que se adapte a las celebraciones sociales y corporativas de la zona (Moncayo et al.,2021).

La demanda no es una variable aislada, sino que responde a factores dinámicos que influyen en la decisión de compra llamados determinantes de la demanda:

- Capacidad adquisitiva: El nivel de renta disponible del consumidor que condiciona su presupuesto para la contratación de servicios.
- Sensibilidad al precio: El valor económico del servicio en relación con la utilidad marginal percibida por el cliente.
- Preferencias y tendencias: Los gustos y necesidades psicográficas que definen el comportamiento de elección del mercado objetivo.
- Frecuencia de consumo: La tasa de repetición y periodicidad con la que el mercado requiere el servicio anualmente.
- Accesibilidad geográfica: La relevancia de la cercanía y facilidad de desplazamiento como valor agregado al servicio.

c) oferta

Representa el conjunto de capacidades instaladas y servicios que los competidores ponen a disposición del público. El análisis de la oferta permite detectar las ventajas competitivas y las carencias de los proveedores actuales como precios, aforo, servicios complementarios (Moncayo et al.,2021).

Por medio del análisis de la oferta, se permite diagnosticar la competitividad del sector.

- Estructura competitiva: Identificación y evaluación de los oferentes actuales, su participación de mercado y sus ventajas comparativas.
- Portafolio de servicios: Caracterización de los atributos, beneficios adicionales y la propuesta de valor que los competidores presentan al mercado.
- Estrategia de precios: Análisis de los niveles tarifarios vigentes y las políticas de descuentos o paquetes.
- Capacidad instalada: Evaluación de aforo, infraestructura física y limites operativos de los proveedores existentes.

Definición de creación de salón de eventos

La creación de un salón de eventos se basa en la disposición de un espacio adecuado para la realización de celebraciones y encuentros planificados. Este concepto se relaciona con el termino Venue, entendido como un lugar que cumple con las condiciones necesarias para albergar eventos sociales, académicos o culturales. Desde el enfoque empresarial, implica ofrecer no solo el alquiler del espacio, sino también servicios complementarios como catering, decoración y animación para atender al mercado objetivo. Además, requiere cumplir con normativas técnicas específicas, como áreas de recepción, ventilación adecuada y una distribución mínima de espacio por asistente. En conjunto estos elementos permiten garantizar un servicio funcional y competitivo (Ulcuango Colcha, 2020, págs. 14-60).

Importancia en el sector de servicios

El proyecto de un salón de eventos forma parte del sector de servicios, considerando un motor importante de la economía por su aporte al empleo y al PIB. Un servicio se entiende como una actividad que genera un cambio o beneficio en una persona o bien, derivado de la acción de otra unidad económica. Aunque antes se consideraban improductivos, hoy se reconoce que los servicios crean valor al satisfacer necesidades. En este caso, un salón de eventos se clasifica como un servicio social y personal, caracterizado por la simultaneidad entre producción y consumo. Así, cada evento representa una experiencia distinta orientada al ocio y a la interacción social (Amado, 2011, págs. 14-20).

Tipos de eventos

La Tipología y clasificación de los eventos es clave para definir el funcionamiento de un salón de recepciones, ya que determina el tipo de actividades que se realizara. Los eventos pueden ser sociales, enfocados en celebraciones privadas o empresariales, orientados a objetivos comerciales. También se clasifican según su alcance en regionales, nacionales o internacionales, y por su financiamiento en abiertos o cerrados. Incluyen diversas formas como congresos, seminarios, eventos culturales o deportivos, lo que exige espacios versátiles. Además, su magnitud varía desde reuniones pequeñas hasta grandes eventos, influye directamente en la capacidad y la infraestructura necesaria del establecimiento (Argumedo & Cesar, 2025, págs. 2-9).

Fundamentos teóricos del emprendimiento.

El emprendimiento se concibe como un fenómeno multidimensional que integra aspectos económicos, sociales, psicológicos y administrativos, siendo clave para el desarrollo de la sociedad. Donde el emprendedor es un agente de cambio que impulsa la innovación en contextos de incertidumbre. En este marco, el uso de modelos de gestión dinámico y el fortalecimiento de ecosistemas emprendedores son fundamentales para garantizar la sostenibilidad en entornos globales cambiantes (Domínguez, 2024, págs. 15-112).

Organización de eventos

La organización de eventos se define como un proceso técnico que integra la planificación, ejecución y evaluación de actividades con objetivos específicos dentro de una institución. Este proceso se convierte en una herramienta estratégica para fortalecer el marketing y las relaciones públicas. A lo largo del tiempo, ha evolucionado desde prácticas antiguas hasta consolidarse como un elemento clave en el desarrollo del turismo y la proyección de la imagen corporativa. En el ámbito académico, los eventos se clasifican según su naturaleza, como sociales, culturales, académicos o comerciales. También se diferencian por su alcance, que puede ir desde lo local hasta lo internacional. Asimismo, se consideran según el tipo de organización, ya sea corporativa o personal. Su correcta ejecución requiere una adecuada gestión logística. Esto incluye la coordinación de recursos, tiempos y actividades. La planificación anticipada es fundamental para garantizar el éxito. Su efectividad depende del nivel de organización y control aplicado en cada etapa (Fuentes, 2022, págs. 3-17).

Planificación de un salón de eventos.

La planificación de eventos es un proceso estratégico que busca cumplir objetivos específicos mediante la adecuada gestión de recursos y tiempo. Este proceso se desarrolla en tres etapas principales: planificación, ejecución y evaluación. En la planificación se organizan las actividades y se establecen los lineamientos del evento. La ejecución implica llevar a cabo lo planificado y contar con el respaldo institucional necesario. Por su parte, la evaluación permite analizar resultados y mejorar futuros eventos. Su éxito depende de la coordinación entre áreas como logística, finanzas y relaciones públicas. Además, es fundamental cumplir con un cronograma establecido. El uso de tecnologías también contribuye a optimizar la organización. Asimismo, la atención a detalles y requerimientos especiales influye en la calidad del evento, todo esto permite generar un impacto positivo en los participantes y en la imagen institucional (Patiño, 2022, págs. 3-29).

Gestión Operativa

La gestión de eventos y festivales turísticos en Latinoamérica se entiende como un proceso estratégico que integra la planificación, coordinación, ejecución, y control para impulsar el desarrollo regional. En la actualidad, ha evolucionado hacia un modelo participativo donde colaboran actores públicos y privados. Estos eventos no solo generan crecimiento económico y empleo, sino que también fortalecen la identidad cultural y promueven el turismo inclusivo. Para ello, se emplean herramientas innovadoras que mejoran su organización y alcance. Además, su gestión se vincula con los objetivos de desarrollo sostenible. Esto permite convertir las experiencias culturales en factores de bienestar social. También contribuyen a la resiliencia de las instituciones frente a entornos cambiantes. Su adecuada gestión fortalece la competitividad de los destinos turísticos. (Moscoso et al.,2025).

2.3 Marco Conceptual

Estudio de mercado

Este concepto se entiende como el análisis del conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio, cuya finalidad es determinar la existencia de una demanda insatisfecha que justifique la puesta en marcha de un programa de producción o servicio en un espacio y tiempo determinado (Larrabeiti et al., 2025, pág. 3). Este aporte permite al estudio identificar el perfil del consumidor local, analizar la oferta existente y definir las estrategias comerciales necesarias para captar a los residentes de la zona de San José de Moran que actualmente no cuentan con opciones cercanas para la realización de sus eventos.

Estudio técnico

Se define como el proceso que busca dar respuesta a la interrogante sobre cuanto, donde, como, y con que producirá la empresa, diseñando la función de producción optima que utilice eficientemente los recursos disponibles y garantizar una infraestructura adecuada para su implementación (Salazar Cuvi, 2025, pág. 5). Su aporte a la investigación es fundamental,ya que permite determinar el tamaño

adecuado del salon de eventos.la capacidad operativa necesaria para satisfacer la demanda proyectada y la localización estrategica dentro de San Jose de Moran, garantizando accesibilidad, eficiencia en el servicio y menores costos operativos.

Estudio Financiero

Consiste en la sistematización de la información de carácter monetario para elaborar cuadros analiticos que permitan evaluar la rentabilidad del proyecto mediante indicadores clave como el valor actual neto (VAN) y la tasa interna de retorno (TIR) el punto de equilibrio y la recuperación de la inversión (Universidad Cesar Vallejo, 2021, pág. 8). Este concepto aporta a la investigación una métrica objetiva que permite determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión inicial y evaluar si el flujo de caja proyectado será suficiente para garantizar la sostenibilidad y continuidad operativa del salón de eventos a largo plazo.

Estudio organizacional

Se define como el análisis de la estructura administrativa y organizacional de la empresa, orientado a establecer una adecuada distribución de funciones, responsabilidades y recursos humanos, con el fin de garantizar una gestión eficiente, el cumplimiento de objetivos y el correcto funcionamiento de las actividades operativas y administrativas (Urbina,2020, p.11). En esta investigación, su aporte radica en establecer una estructura administrativa y organizacional adecuada para el salón de eventos, permitiendo definir funciones, responsabilidades y la correcta distribución del talento humano, con el fin de optimizar el uso de los recursos humanos y materiales, mejorar la eficiencia operativa y garantizar el cumplimiento de los objetivos empresariales.

Gestión de la demanda

Se define como el proceso estratégico y operativo orientado a identificar, planificar y coordinar las necesidades, preferencias y expectativas de los clientes, con el fin de alinear la oferta de servicios con la demanda existente en el mercado. Implica analizar el perfil del consumidor, la frecuencia de contratación, la accesibilidad del

servicio y la capacidad de respuesta del establecimiento, permitiendo optimizar recursos, mejorar la atención y garantizar la satisfacción del cliente. En esta investigación, la gestión de la demanda aporta al análisis de las necesidades y preferencias de los potenciales clientes del salón de eventos, permitiendo identificar la frecuencia de contratación, el tipo de servicios más solicitado y el nivel de aceptación del proyecto en el sector de San José de Moran. Además, facilita la planificación de una oferta adecuada y competitiva orientada a satisfacer las expectativas del mercado, optimizar la capacidad operativa del establecimiento y asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio (Moscoso et al.,2025).

Salón de eventos

Se comprende como el espacio físico de dimensiones adecuadas y acondicionado con la infraestructura técnica necesaria como ventilación, áreas de recepción y servicios complementarios destinado a la realización de celebraciones conmemorativas reuniones sociales académicas o culturales que han sido planificadas con anticipación, garantizando comodidad, funcionalidad y una adecuada experiencia para los asistentes (Ulcuango Colcha, 2020, pág. 7). Este concepto define el objeto físico de la investigación, permitiendo establecer los requerimientos de infraestructura diseño funcional, accesibilidad y habitabilidad que debe cumplir el establecimiento en San José de Moran, con el fin de garantizar comodidad, seguridad y una experiencia satisfactoria para los asistentes.

Categorización de servicios

Se refiere a la clasificación de los establecimientos de acuerdo con su infraestructura, capacidad, equipamiento y nivel de servicio ofrecido, destacando los estándares de calidad que el cliente percibe como una propuesta de valor agregado, lo que permite diferenciar al negocio dentro del mercado y satisfacer de mejor manera las expectativas del consumidor. (Ulcuango Colcha, 2020, pág. 7). En esta investigación la categorización de servicios aporta como base para definir el nivel de calidad y competitividad que debe ofrecer el salón de eventos, permitiendo establecer estándares de infraestructura, equipamiento y atención al

cliente que diferencien el negocio dentro del mercado local. Además, facilita la identificación de una propuesta de valor solida orientada a satisfacer las expectativas de los usuarios y posicionar al establecimiento como una opción confiable y de alto nivel en San José de Moran.

Tipología de eventos

Se define como la clasificación de los acontecimientos de acuerdo con su naturaleza y finalidad diferenciando entre eventos sociales, festivos y privados; como bodas cumpleaños y aniversarios; y eventos académicos, empresariales o corporativos como capacitaciones, convenciones, reuniones, y conferencias lo que permite una mejor organización y adaptación de los servicios según las necesidades de cada cliente (Cesar, 2025, pág. 7). En esta investigación, la tipología es importante por que permite identificar los diferentes tipos de servicios que el salon de eventos podra ofrecer, facilitando la diversificacion de la cartera de clientes y la adaptacion de la infraestructura según las necesidades de cada evento. Además, contribuye a mantener una ocupacion constante del establecimiento, atendiendo tanto a clientes particulares como al sector corporativo, lo que favorece la rentabilidad y sostenibilidad el negocio.

Planificación y gestión operativa

Se define como el proceso de planificación, coordinación, dirección y control de todas las actividades relacionadas con la prestación del servicio, desde la contratación y supervisión de proveedores hasta la organización, ejecución y evaluación final de cada evento, con el propósito de garantizar calidad, eficiencia y satisfacción del cliente. (Domínguez, 2024, pág. 56). En esta investigación, la planificación y gestión operativa aporta herramientas necesarias para garantizar que cada evento se desarrolle conforme a los estándares de calidad establecidos, mediante la correcta coordinación de tiempos, proveedores, catering, logística y atención al cliente. Esto permite reducir errores operativos, optimizar recursos, fortalecer la imagen del negocio y asegurar la rentabilidad del salón de eventos a largo plazo.

Sostenibilidad empresarial

Se define como la capacidad de una empresa para mantenerse y crecer de forma continua en el tiempo, mediante una gestión eficiente de los recursos económicos humanos y operativos, garantizando su permanencia, competitividad y adaptación a los cambios del entorno. La sostenibilidad empresarial implica no solo la rentabilidad financiera, sino también la integración de principios sociales, organizacionales y ambientales que permitan el desarrollo equilibrado y responsable (Domínguez, 2024). En este estudio, la sostenibilidad empresarial permite evaluar la capacidad del salón de eventos para mantenerse rentable y competitivo a largo plazo, mediante una adecuada gestión de recurso, planificación estratégica y adaptación a las necesidades del mercado local.

2.4 Legal

Constitución de la República del Ecuador

La Asamblea constituyente (2008) en el artículo 66 establece que se reconoce el derecho a "desarrollar actividades económicas, en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental" (pág. 28).

La Asamblea constituyente (2008) en el Art.321 señala que "el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa y mixta" (pág. 103).

La Asamblea constituyente (2008) en el Art.322 menciona que "se reconoce la propiedad intelectual de acuerdo con las condiciones que señale la ley" (pág. 103).

Leyes Orgánicas y Nacionales

Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LOEI):

La Asamblea Nacional (2020) en el Art.3 define al emprendimiento como un "proyecto con antigüedad menor a cinco años que requiere recursos para su operación, con el objetivo de generar utilidad y empleo" (pág. 4).

La Asamblea Nacional (2020) en el art 3 numeral 9 introduce la "sociedad por acciones simplificada, como un modelo societario para facilitar la formalización de negocios mediante trámites simplificados" (pág. 5).

Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo (LOOTUGS):

La Asamblea Nacional (2016) en su Art .21 determina que "el uso de suelo es la destinación asignada al suelo de conformidad con lo establecido en el plan de uso y gestión de suelo" (pág. 12).

Código de Comercio

La Asamblea Nacional (2019) indica en este cuerpo legal "rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles, y los actos y contratos de comercio" (pág. 1).

Normativa local Quito

El Concejo Metropolitano de Quito (2019) en su Art. III.6.23 define a la LUAE como "el acto administrativo único con el cual el Municipio autoriza el desarrollo de actividades económicas" (pág. 425).

2.5 Georreferencial

La determinación del área de influencia es fundamental para el estudio de factibilidad, ya que permite analizar las dinámicas demográficas, el uso de suelo permitido por la normativa municipal y la accesibilidad de los clientes potenciales. El proyecto se implanta específicamente en una zona de alto crecimiento residencial, donde la expansión urbana demanda servicios de hospitalidad de alta categoría.

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: Calderón

Ubicación estratégica: Sector San José de Moran.

Gráfico 1

Marco Georreferencial



Fuente: Imagen tomada de Google Maps.-San José de Moran.

Elaborado por : Carolina Guerrero

CAPÍTULO III

METODOLOGIA

3.1 Tipo de Investigación

Para el desarrollo del presente estudio de factibilidad, se han definido los siguientes tipos de investigación que permiten abordar la problemática de forma integral.

Investigación descriptiva

La investigación descriptiva se enfocó en analizar y detallar de manera precisa una realidad específica dentro de un contexto determinado. Su propósito principal fue identificar y describir situaciones, costumbres y actitudes predominantes, mediante la observación de actividades, procesos y sujetos. Este tipo de estudio se caracteriza por proporcionar información clara y ordenada y verificable sobre aspectos observables (Augusta, 2022, pág. 20).

Este enfoque es fundamental ya que permitió detallar las características sociodemográficas, los perfiles de consumo y las necesidades insatisfechas de los habitantes de la parroquia de Calderón, Asimismo, facilito la identificación precisa de los factores de mercado que determinan la viabilidad de la implementación de un salón de eventos en el sector de San José de Moran.

Investigación Bibliográfica

La investigación bibliográfica constituye una fase fundamental del proceso científico que consiste en recopilar, analizar y organizar información proveniente de diversas fuentes como libros, artículos científicos, tesis e informes relacionados con un tema específico. Su objetivo principal es conocer el estado del arte, es decir, los conocimientos y aportes previos existentes sobre el objeto de estudio. Este tipo de investigación permite sustentar teóricamente cualquier trabajo académico, garantizando su validez y coherencia. Además, implica la selección y evaluación de la información bajo criterios de calidad, relevancia y actualidad. En síntesis, la investigación bibliográfica representa la base teórica indispensable para el

desarrollo de estudios científicos rigurosos y bien fundamentados (Universidad de la República Uruguay, 2020, págs. 1-6).

En el presente estudio, este tipo de investigación se utilizará para sustentar teóricamente los conceptos relacionados con las variables de análisis. También permitirá recopilar información de fuentes secundarias como tesis artículos científicos y normativas legales que servirán de base científica para el desarrollo del proyecto.

Investigación de Campo

La investigación de campo se define como la recolección de datos directamente de la realidad, sin manipular ni controlar las variables, lo que permite estudiar los fenómenos sociales en su ambiente natural sin alterar su esencia. En este tipo de estudio, la información se obtiene de los sujetos investigados o del contexto real donde ocurren los hechos, generando lo que se conoce como datos primarios, al no modificarse las condiciones existentes (Cajal, 2020, pág. 3).

En el presente estudio, esta investigación se desarrolla directamente en el lugar de los hechos, específicamente en el Sector de San José de Moran. Consiste en la recolección de datos primarios mediante el contacto directo con los clientes potenciales y actores clave, permitiendo obtener información actualizada sobre la demanda real y la oferta existente en el mercado.

3.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación se desarrolla bajo un enfoque cuantitativo, con el fin de obtener una visión más amplia y completa del estudio de mercado.

Cuantitativo

Este enfoque se orienta a la recolección de datos numéricos con el propósito de cuantificar variables criticas como la demanda potencial, la frecuencia anual de eventos sociales y la capacidad adquisitiva de los habitantes del sector San José de Moran, su importancia radica en la objetividad estadística, que permite transformar

las intenciones de consumo en datos medibles facilitando la elaboración de proyecciones financieras, la determinación del punto de equilibrio y la validación de la rentabilidad económica del proyecto mediante indicadores técnicos.

3.3 Métodos de investigación

Para el desarrollo de esta investigación se aplicarán los siguientes métodos:

Método Deductivo

El método deductivo se utilizará para aplicar conceptos y teorías generales de la administración y el marketing al desarrollo del proyecto, este enfoque permite partir de principios teóricos establecidos y aplicarlos al caso específico asumiendo que, si el estudio técnico y económico se ejecuta correctamente y arroja resultados favorables, la creación del salón de eventos contará con una base científica sólida que respalde su funcionamiento exitoso en la práctica.

3.4 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos.

La obtención de información se gestionará mediante el uso de fuentes primarias y secundarias, con el fin de garantizar la validez y confiabilidad del estudio de factibilidad.

Técnicas de recolección de la información

Dentro de las técnicas empleadas para la recolección de datos se utilizarán la encuesta con su respectivo instrumento de aplicación**.**

Encuesta

La encuesta es una técnica de investigación de carácter cuantitativo que consiste en la obtención de datos mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra representativa de la población. Permite recopilar información de manera estandarizada sobre opiniones, actitudes o comportamientos.

Esta técnica resulta fundamental para cuantificar la factibilidad de creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán, lo que permitirá determinar con precisión información en relación a: frecuencia de eventos que realizan durante el año y los servicios más demandados, proporcionando así los datos numéricos para una correcta toma de decisiones.

Instrumento: Cuestionario estructurado, compuesto por preguntas de opción múltiple y escala de Likert, lo que permitirá recolectar información relevante e importante dentro del estudio de mercado.

3.5 Universo, población y muestra

Universo

El universo de estudio está conformado por los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito que se encuentran en el rango de edad de 25 a 60 años, con una población total de 859.442 personas, según datos del Censo de Población y Vivienda 2022 del Instituto Nacional de Estadística y Censos.

Población

La población de estudio esta conformada por los habitantes de la parroquia de Calderon, perteneciente al Distrito Metropolitano de Quito. Para efectos de la investigación se ha delimitado el análisis a hombres y mujeres en un rango de edad de 25 a 60 años, alcanzando una población total de 121610 personas, según datos del Censo de Población y Vivienda 2022 del Instituto Nacional de Estadistica y Censos.

Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra es la cantidad de individuos, elementos o casos que se seleccionan de una población para realizar un estudio. Su correcta determinación garantiza que los resultados sean representativos y confiables.

FORMULA para el cálculo:

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

Tabla 1

Datos población de Calderón

Edades	Hombres	Mujeres
Edad de 25-29	10302	10927
Edad de 30-34	9812	10816
Edad de 35-39	9890	11044
Edad de 40-44	9076	9905
Edad de 45-49	7380	8240
Edad de 50-54	6196	6988
Edad de 55-59	5128	5906
Total, Población	**121610**	

Nota: Datos obtenidos del Censo 2022

Elaborado por: Carolina Guerrero

Donde:

N= Población.

Z= Nivel de confianza. 95% (1.96)

p= Probabilidad de ocurrencia. 50% (0.5)

q= Probabilidad de No ocurrencia. 50% (0.5)

e= Error muestral. 5% (0.05)

N-1= Factor de correlacion

Desarrollo

$$\frac{(3{,}84 \times 121610 \times 0{,}5 \times 0{,}5)}{[0{,}025(121609) + 3{,}84 \times 0{,}5 \times 0{,}5]}$$

$$n = \frac{116.794{,}24}{305}$$

Muestra = 383

Al aplicar los valores en la formula, el tamaño de la muestra es de 383 encuestas

3.6 Procesamiento de la información

Para el análisis cuantitativo se utilizara microsoft excel , herramienta que facilitará la creación de una base de datos estadistica para generar tablas de frecuencia y graficas representativas, que permitan visualizar de forma númerica la información recolectada.

Además, se utilizará Microsoft word para el análisis e interpretación de la información.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1 Resultados e interpretación de resultados

Pregunta N.1 ¿Genero?

Tabla 2

Género

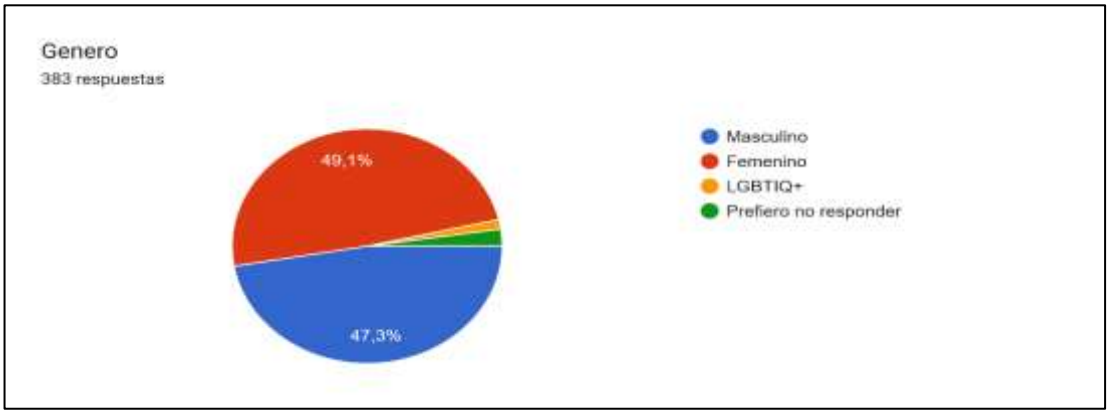
Género	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	188	49,10%
Masculino	181	47,30%
Prefiero no responder	9	2,30%
LGBTIQ+	5	1,30%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 1

Género



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La participación de mujeres y hombres dentro de la encuesta se presento de manera equilibrada, permitió obtener una visión diversa sobre las necesidades y preferencias relacionadas con los salones de eventos. También existió una mínima participación de personas prefirieron no responder o identificarse con otro género. Los resultados reflejan que el interés por los servicios de eventos no depende exclusivamente de un genero especifico lo que indica que el proyecto puede orientarse hacia un mercado amplio y diverso.

Pregunta N.2 ¿Edad?

Tabla 3

Edad

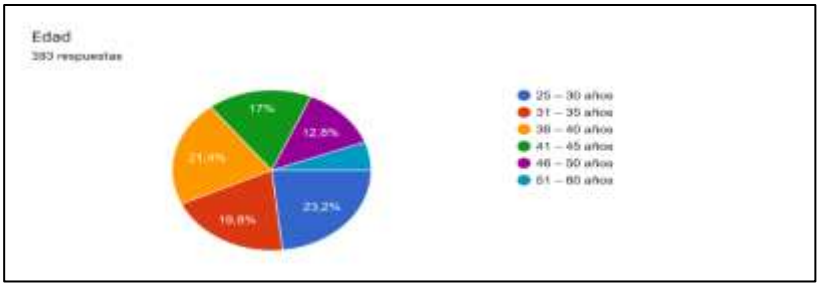
Edad	Frecuencia	Porcentaje
25 – 30 años	89	23,20%
31 – 35 años	76	19,80%
36 – 40 años	82	21,40%
41 – 45 años	65	17,00%
46 – 50 años	49	12,80%
51 – 60 años	22	5,0%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 2

Edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayor parte de los participantes se concentró en edades comprendidas entre los 25 y 45 años, etapa en la que las personas participan con mayor frecuencia en reuniones familiares, celebraciones y eventos sociales. Este grupo representa un segmento económicamente activo y con capacidad de contratación de servicios. También se identifica la participación de personas de mayor edad, lo que evidencia que la demanda no se limita a un solo rango de etario. Los resultados demuestran que existe un mercado potencial amplio dentro de la parroquia de Calderón, esto favorece la viabilidad comercial del proyecto

Pregunta N.3 ¿Estado civil?

Tabla 4

Estado Civil

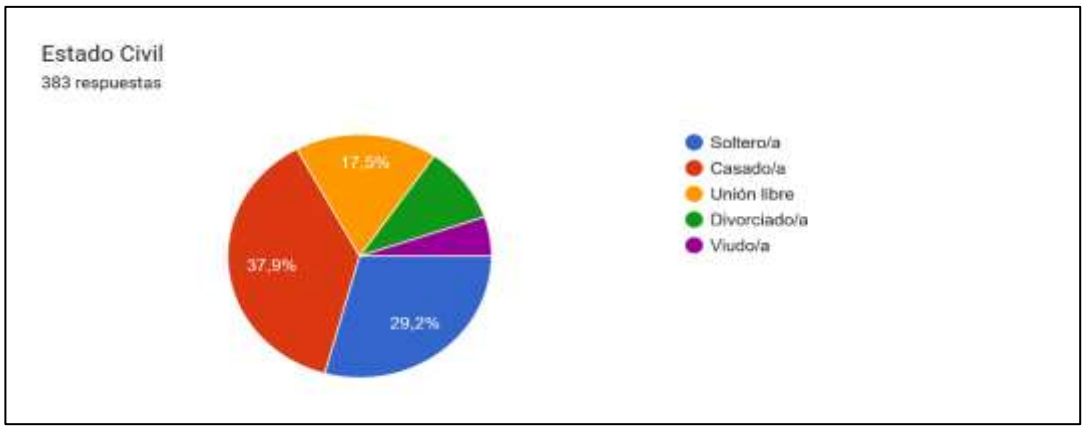
Estado Civil	Frecuencia	Porcentaje
Casado/a	145	37,90%
Soltero/a	112	29,20%
Unión libre	67	17,50%
Divorciado/a	39	10,20%
Viudo/a	20	5,20%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 3

Estado Civil



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los resultados evidenciaron una mayor participación de personas casadas, seguidas por solteros y ciudadanos en unión libre. Este comportamiento refleja que las celebraciones familiares y sociales forman parte importante de la dinámica de los hogares del sector. Además, las personas con vínculos familiares consolidados suelen demandar espacios para reuniones, cumpleaños, bautizos y aniversarios. La presencia de diferentes estados civiles demuestra que el servicio tendría aceptación en distintos grupos sociales. Por lo tanto, el salón de eventos podría captar clientes que tengan necesidades variadas.

Pregunta N.4 ¿Ocupación?

Tabla 5

Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	95	24,80%
Negocio propio	82	21,40%
Empleado público	74	19,30%

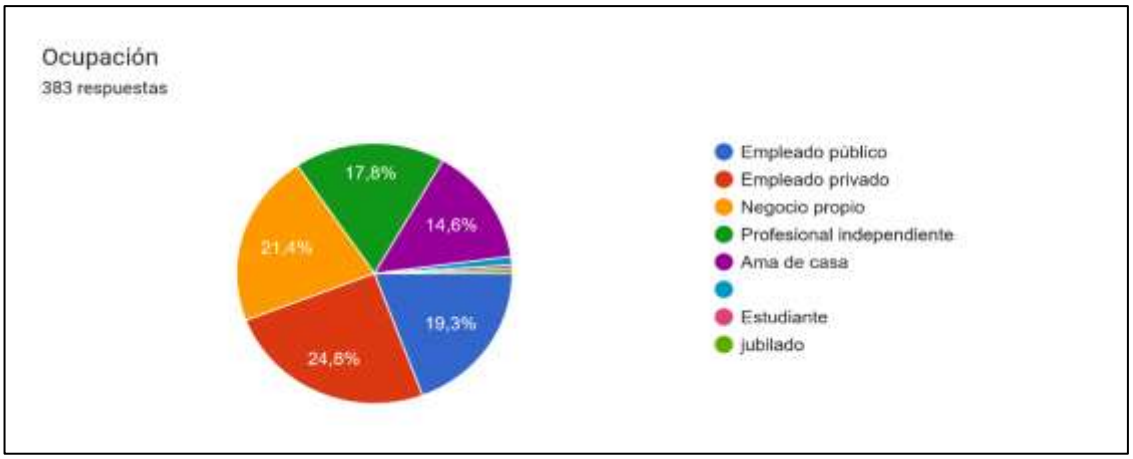
Profesional independiente	68	17,80%
Ama de casa	56	14,70%
Otro / No especificado	4	1,00%
Estudiante	2	0,50%
Jubilado	2	0,50%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 4

Ocupación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La encuesta mostro una participación importante de empleados privados, emprendedores y trabajadores del sector público. Esto refleja que el sector cuenta con una población económicamente activa y con capacidad de consumo. También participaron amas de casa y profesionales independientes, lo que evidencia diversidad ocupacional dentro del mercado objetivo. La variedad de ocupaciones indica que existe interés en espacios de entretenimiento y convivencia social. En consecuencia, el proyecto puede adaptarse a diferentes perfiles de clientes.

Pregunta N.5 ¿Nivel de ingresos mensuales del hogar?

Tabla 6

Nivel de ingresos mensuales del hogar

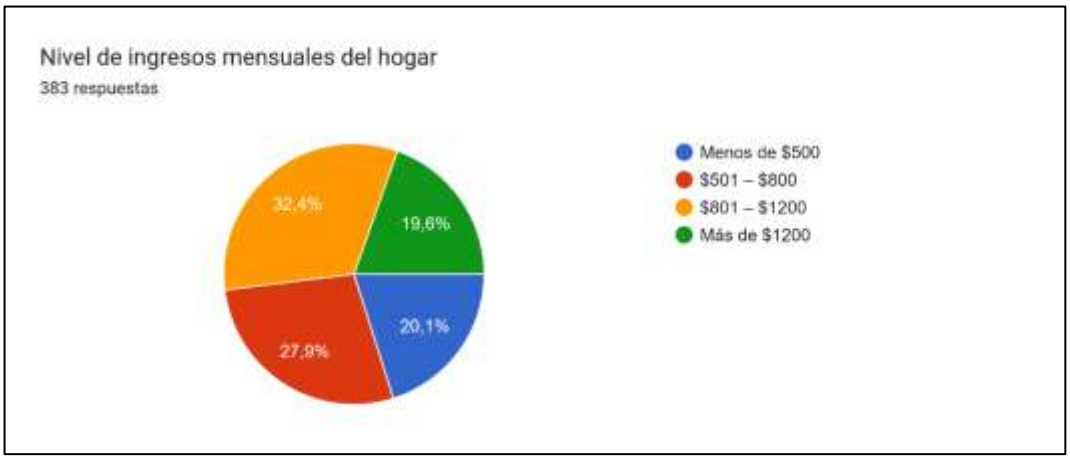
Ingresos mensuales	Frecuencia	Porcentaje
$801 – $1200	124	32,40%
$501 – $800	107	27.90%
Menos de $500	77	20.10%
Más de $1200	75	19,60%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 5

Nivel de ingresos mensuales del hogar



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los encuestados manifestaron ingresos familiares principalmente ubicados en niveles medios, lo que demuestra la existencia de capacidad económica para contratar servicios relacionados con eventos sociales. Asimismo, se identificaron

hogares con ingresos menores y otros con mayor capacidad adquisitiva, reflejando diversidad económica en el sector. Este comportamiento permite considerar diferentes paquetes y precios dentro de la propuesta de servicios. Los resultados indican que el mercado puede responder positivamente a una oferta accesible y competitiva. Por ello, será importante establecer precios acordes a las condiciones económicas de la población.

Pregunta N.6 ¿Con que frecuencia asiste a eventos sociales?

Tabla 7

Frecuencia con la que asisten a eventos sociales

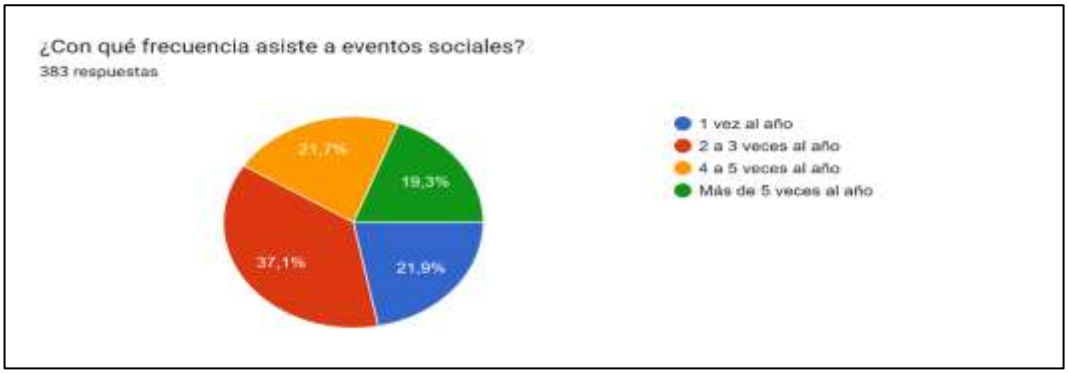
Asistencia a eventos sociales	Frecuencia	Porcentaje
2 a 3 veces al año	142	37,10%
1 vez al año	84	21,90%
4 a 5 veces al año	83	21,70%
Más de 5 veces al año	74	19,30%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 6

Frecuencia con la que asisten a eventos sociales



La mayoría de los participantes indico asistir a eventos sociales varias veces al año, lo que demuestra que este tipo de actividades forman parte frecuente de la vida social de la comunidad. También se observó participación de personas que asisten de manera ocasional y otras con mayor frecuencia. Esto evidencia que existe una demanda constante de espacios destinados a celebraciones y reuniones. La información confirma la importancia de contar con infraestructura adecuada para atender este tipo de necesidades. En consecuencia, el salón de eventos tendría oportunidades de uso recurrente durante el año.

Pregunta N.7 ¿Qué tipo de salones suele frecuentar?

Tabla 8

Tipo de salones que frecuentan

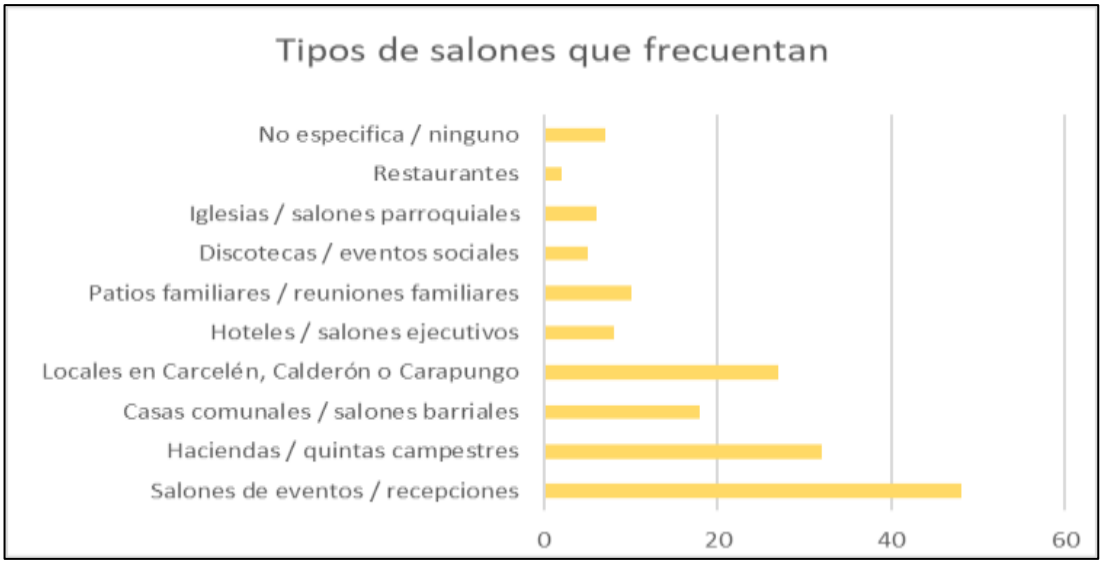
Categoría identificada	Frecuencia	Porcentaje
Salones de eventos / recepciones	48	29,50%
Haciendas / quintas campestres	32	19,60%
Casas comunales / salones barriales	18	11,00%
Locales en Carcelén, Calderón o Carapungo	27	16,60%
Hoteles / salones ejecutivos	8	4,90%
Patios familiares / reuniones familiares	10	6,10%
Discotecas / eventos sociales	5	3,10%
Iglesias / salones parroquiales	6	3,70%
Restaurantes	2	1,20%
No especifica / ninguno	7	4,30%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 7

Tipos de salones que frecuentan



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Las respuestas reflejaron una diversidad de lugares frecuentados por los encuestados, incluyendo salones reconocidos y espacios utilizados para bodas, fiestas y reuniones familiares. Esto demuestra que las personas poseen experiencia en el uso de este tipo de servicios y tienen criterios definidos sobre calidad y atención. Además, se evidencia que muchos usuarios buscan ambientes cómodos y bien organizados. La variedad de respuestas confirma que existe interés por alternativas diferentes y mejoradas, por tal motivo el nuevo proyecto puede posicionarse ofreciendo un servicio innovador y competitivo.

Pregunta N.8 ¿Cómo califica los salones de eventos de los sectores aledaños a San José de Morán?

Tabla 9

Calificación de los salones de eventos cercanos a San José de Moran

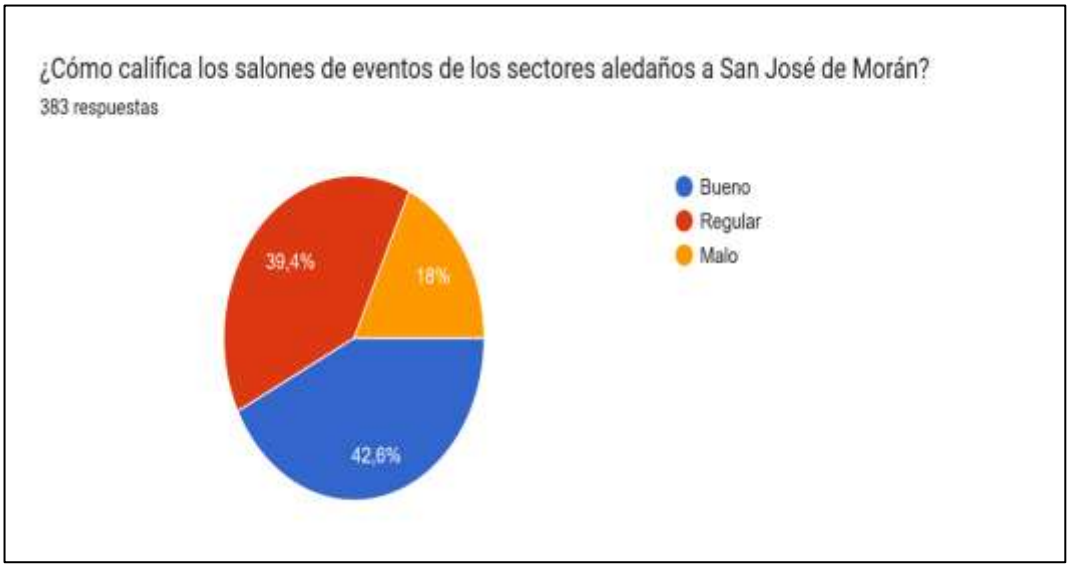
Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Bueno	163	42,60%
Regular	151	39,40%
Malo	69	18,00%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 8

Calificación a los salones de eventos cercanos a San José de Moran.

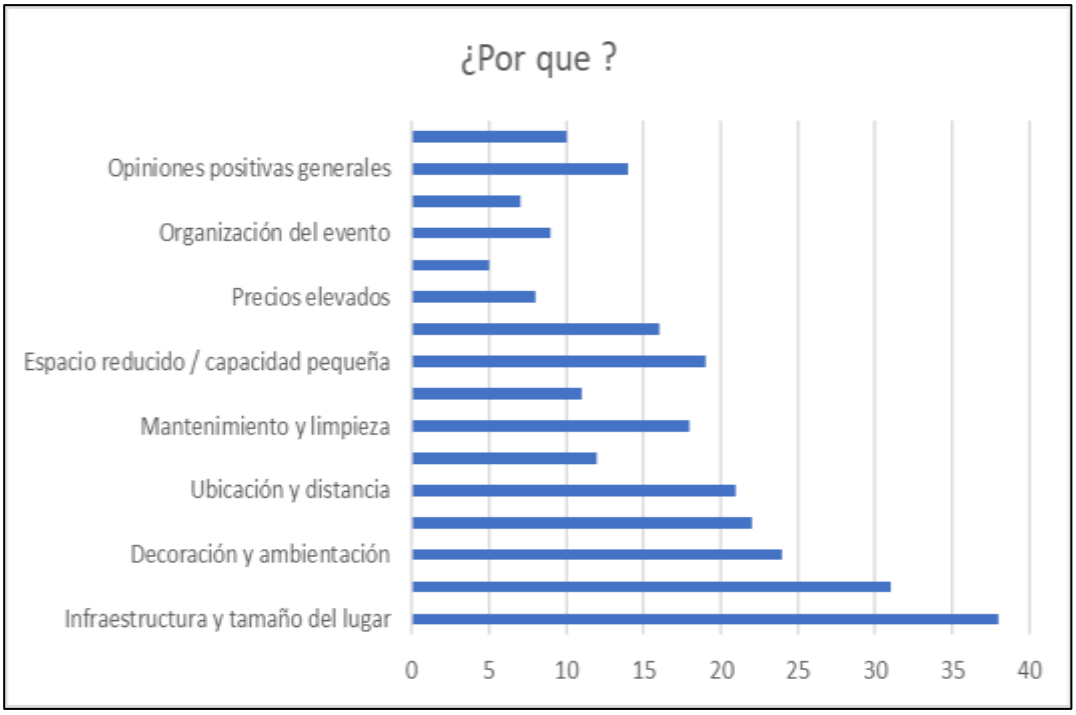


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 9

Motivos de la calificación otorgada



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los encuestados considera que los salones de eventos aledaños a San José de Moran, presentan condiciones aceptables; sin embargo, también se identificaron varias deficiencias relacionadas con la atención, decoración y organización de los servicios ofrecidos. Las respuestas reflejan que la satisfacción de los clientes depende tanto de la infraestructura como de la calidad del servicio recibido.

De igual forma, los participantes manifestaron interés por espacios más modernos, cómodos, y mejor equipados para la realización de eventos sociales. Estos resultados evidencian la necesidad de implementar mejoras que permitan ofrecer una experiencia más completa y diferenciada. Lo que indica que, existe una oportunidad favorable para el desarrollo de un salón de eventos con estándares superiores de calidad y atención.

Pregunta N.9 ¿Qué tipo de eventos asiste con mayor frecuencia?

Tabla 10

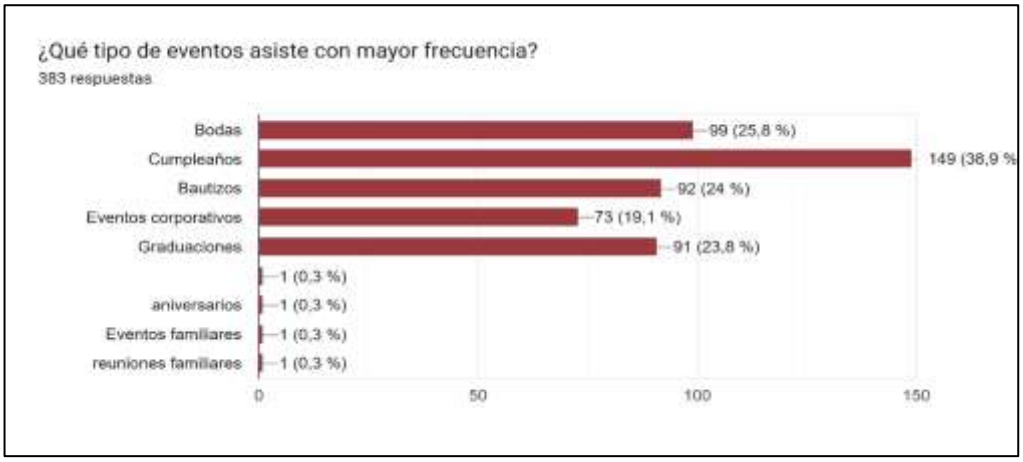
Tipos de eventos con mayor asistencia

Tipo de evento	Frecuencia	Porcentaje*
Cumpleaños	149	38,90%
Bodas	99	25,80%
Bautizos	92	24,00%
Graduaciones	91	23,80%
Eventos corporativos	73	19,10%
Aniversarios	1	0,30%
Eventos familiares	1	0,30%
Reuniones familiares	1	0,30%
Otro (No especificado)	1	0,30%

Nota: La muestra estuvo conformada por 383 encuestados. Debido a que la pregunta fue de opción múltiple, los participantes pudieron seleccionar más de una alternativa, por lo que el total de respuestas y porcentajes supera el 100%. Elaborado por: Carolina Guerrero.

Figura 10

Tipos de eventos que asisten con mayor frecuencia



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los resultados muestran que los eventos sociales más frecuentes son cumpleaños, bodas, bautizos, graduaciones, y reuniones corporativas. Esto demuestra que existe una amplia variedad de actividades que requieren espacios adecuados para su desarrollo. También se evidencia que las celebraciones familiares tienen gran importancia dentro de la comunidad. La diversidad de eventos representa una ventaja para el proyecto, ya que permitirá atender diferentes tipos de clientes. Estos resultados indican que el salón de eventos deberá contar con una infraestructura versátil y adaptable.

Pregunta N.10 ¿Ha tenido dificultades para encontrar un lugar adecuado para realizar eventos?

Tabla 11

Dificultades para encontrar un lugar adecuado

¿Ha tenido dificultades?	Frecuencia	Porcentaje
Sí	255	66,60%
No	128	33.40%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 11

Dificultades para encontrar un lugar adecuado

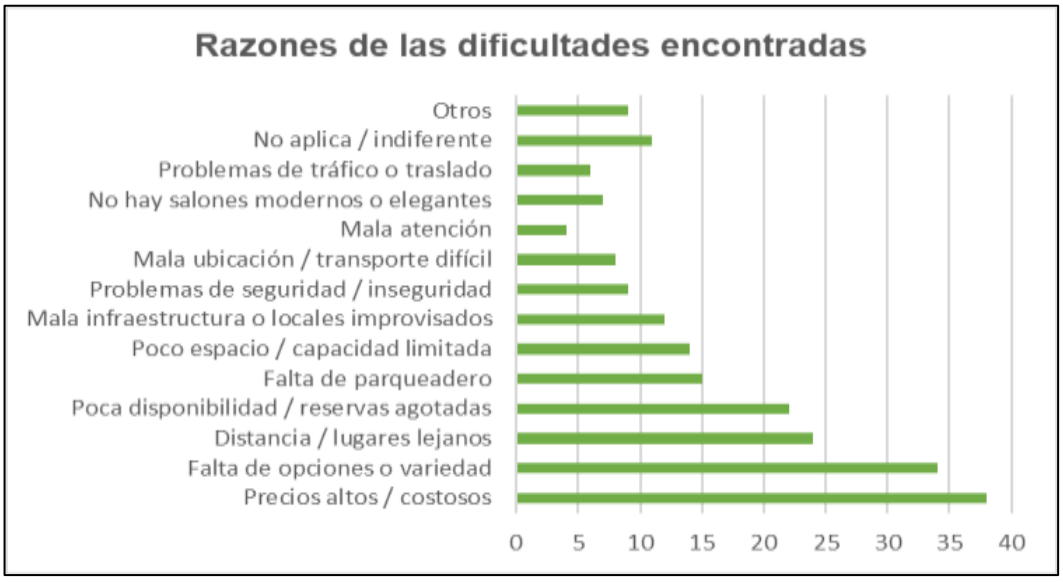


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 12

Razones de las dificultades encontradas



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los resultados obtenidos evidencian que una gran parte de los encuestados ha presentado dificultades al momento de encontrar un lugar adecuado para realizar eventos, principalmente debido a los altos costos, la poca disponibilidad y la escasez de opciones dentro del sector de San José de Moran. Además, se identificaron inconformidades relacionadas con la ubicación, la accesibilidad y la calidad de algunos servicios existentes. Esta situación demuestra que la oferta actual no satisface completamente las necesidades de la población, lo que representa una oportunidad favorable para la creación de un nuevo salón de eventos, con mejores precios, mayor disponibilidad y servicios más atractivos para la comunidad.

Pregunta N.11 ¿Considera que en el sector de San José de Morán existen suficientes salones de eventos?

Tabla 12

Existencia suficiente de salones de eventos en San José de Morán

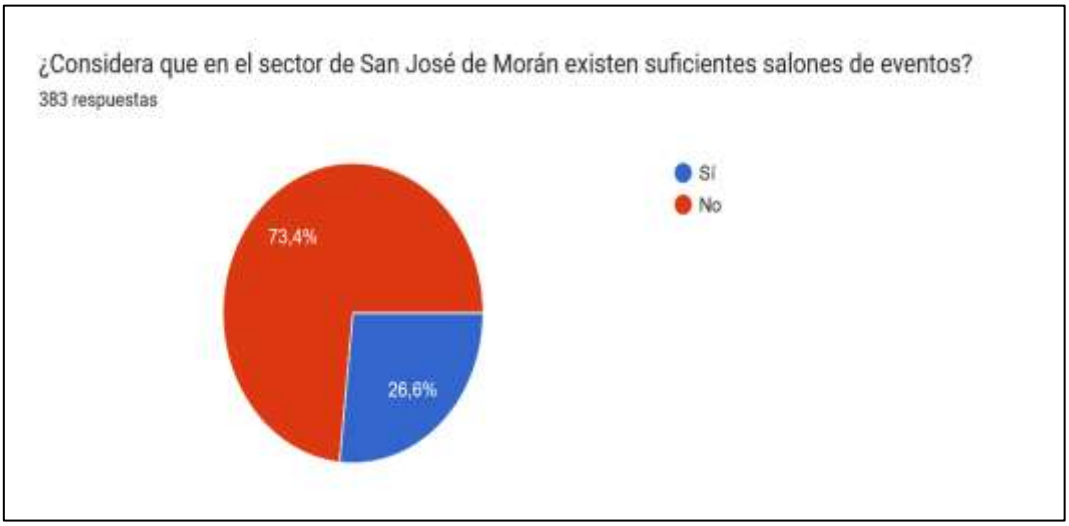
¿Considera que existen suficientes salones?	Frecuencia	Porcentaje
No	281	73,40%
Sí	102	26,60%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 13

Existencia suficiente de salones de eventos en San José de Morán.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los participantes consideró que en el sector no existen suficientes salones de eventos para atender las necesidades de la población. Este resultado evidencia una demanda insatisfecha dentro de la comunidad. Además, demuestra que el crecimiento poblacional no ha sido acompañado por una oferta adecuada de espacios sociales. Las respuestas fortalecen la necesidad de implementar nuevos servicios relacionados con eventos y celebraciones. Lo que indica que el proyecto presenta condiciones favorables para su desarrollo.

Pregunta N.12 ¿La falta de salones de eventos obliga a las familias a contratar servicios fuera de su localidad?

Tabla 13

Contratación de servicios fuera de la localidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	186	48,60%
De acuerdo	158	41,30%

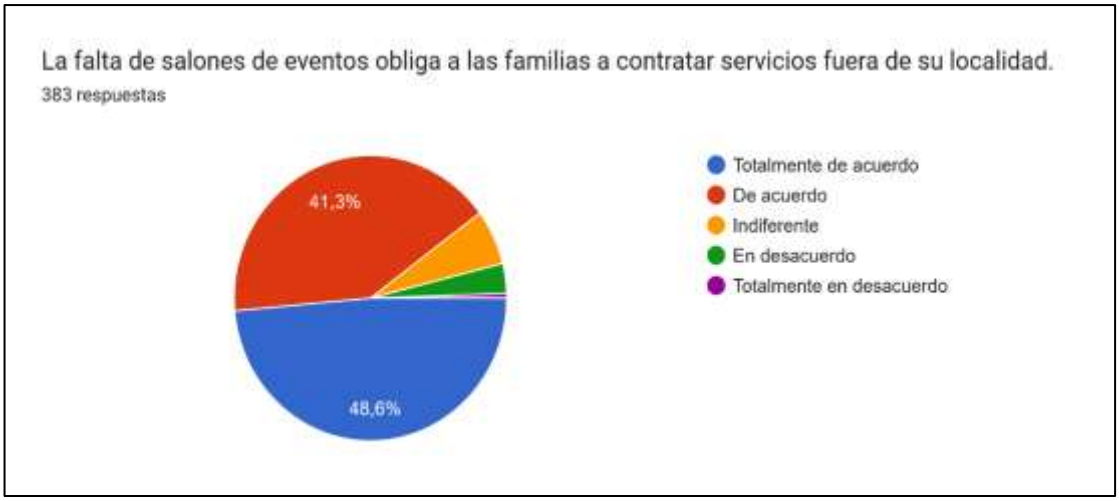
Indiferente	24	6,30%
En desacuerdo	13	3,30%
Totalmente en desacuerdo	2	0,50%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 14

Contratación de servicios fuera de la localidad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los resultados reflejan que muchas familias se ven obligadas a contratar servicios fuera de San José de Moran, debido a la falta de salones adecuados en el sector. Esto genera movilización hacia otras zonas y provoca que el gasto económico salga de la comunidad. Además, evidencia la carencia de espacios que cumplan con las expectativas de calidad y capacidad requeridas por los usuarios. La información confirma la existencia de oportunidades de negocio a nivel local. Lo que indica que, la creación de un salón de eventos permitiría fortalecer la economía del sector.

Pregunta N.13 ¿Considera que la infraestructura influye en la percepción de calidad del servicio?

Tabla 14

Percepción sobre la implementación de un nuevo y moderno salón de eventos en el sector de San José de Morán

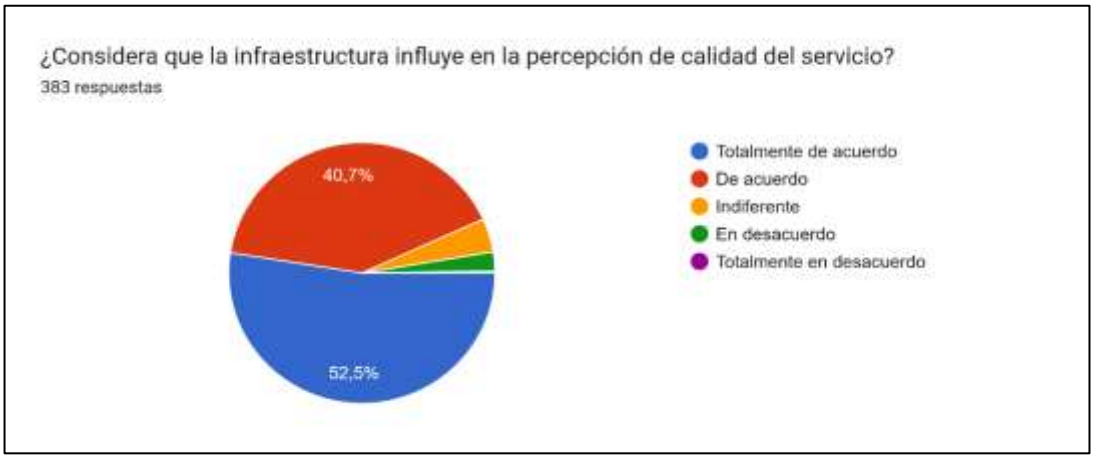
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	201	52.51%
De acuerdo	156	40.72%
Indiferente	16	4,20%
En desacuerdo	9	2.32%
Totalmente en desacuerdo	1	0.25%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 15

Influencia de la infraestructura en la percepción de calidad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los encuestados coincidió en que la infraestructura influye directamente en la percepción de calidad del servicio. Esto demuestra que los clientes valoran aspectos como comodidad, diseño seguridad y presentación del establecimiento. También se evidencia que un espacio moderno y bien acondicionado genera mayor confianza en los usuarios. Las respuestas permiten comprender que la infraestructura constituye un elemento clave para la competitividad del negocio. En base en estos resultados el proyecto deberá priorizar instalaciones funcionales y atractivas.

Pregunta N.14 ¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un salón de eventos en San José de Morán?

Tabla 15

Aspectos más importantes al elegir un salón de eventos

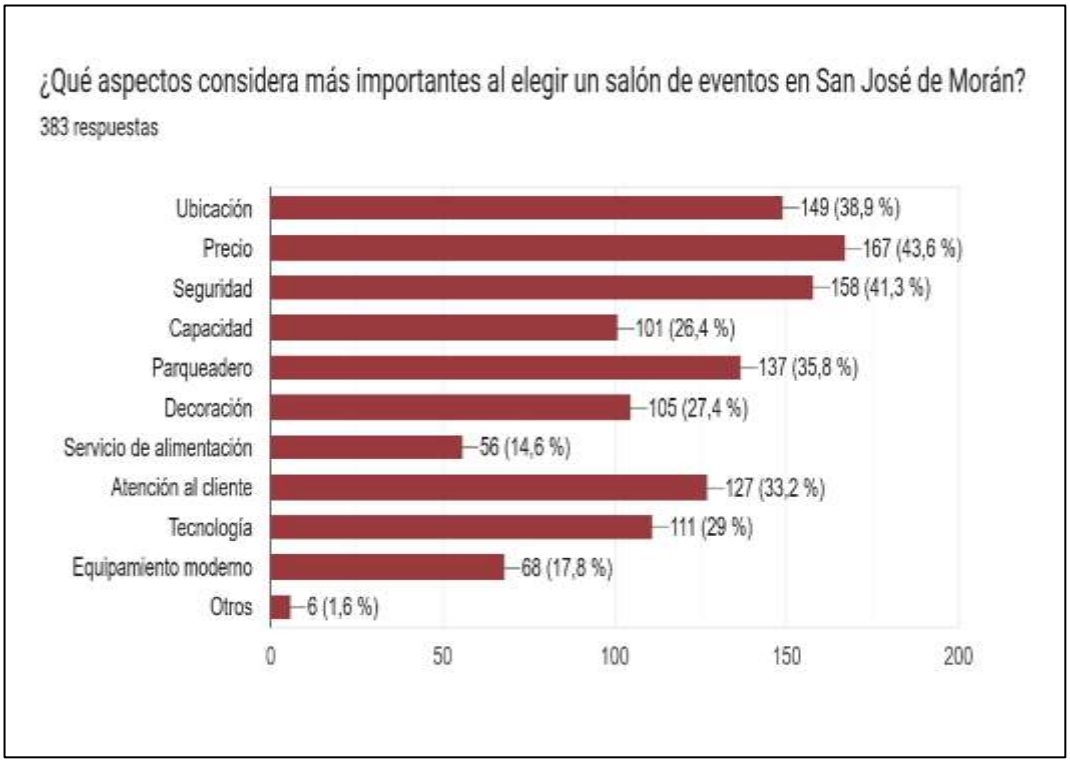
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Precio	167	43,60%
Seguridad	158	41,30%
Ubicación	149	38.90%
Parqueadero	137	35,80%
Atención al cliente	127	33,20%
Tecnología	111	29,00%
Decoración	105	27,40%
Capacidad	101	26,40%
Equipamiento moderno	68	17.80%
Servicio de alimentación	56	14,60%
Otros	6	1,60%

Nota: La muestra estuvo conformada por 383 encuestados. Debido a que la pregunta fue de opción múltiple, los participantes pudieron seleccionar más de una alternativa, por lo que el total de respuestas y porcentajes supera el 100%.

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 16

Aspectos más importantes al elegir un salón de eventos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los participantes destacaron aspectos como ubicación, precio, seguridad. atención al cliente y parqueadero al momento de elegir un salón de eventos. Esto refleja que los usuarios buscan no solo un espacio físico, sino también comodidad y facilidad de acceso. De igual manera la atención personalizada y la percepción de seguridad representan factores determinantes en la decisión de la contratación. Los resultados permiten establecer criterios importantes propuesta de valor, por tal motivo el proyecto debe integrar estos elementos para lograr mayor aceptación.

Pregunta N.15 ¿La calidad del servicio influye en su decisión de contratación?

Tabla 16

Influencia de la calidad del servicio en la contratación

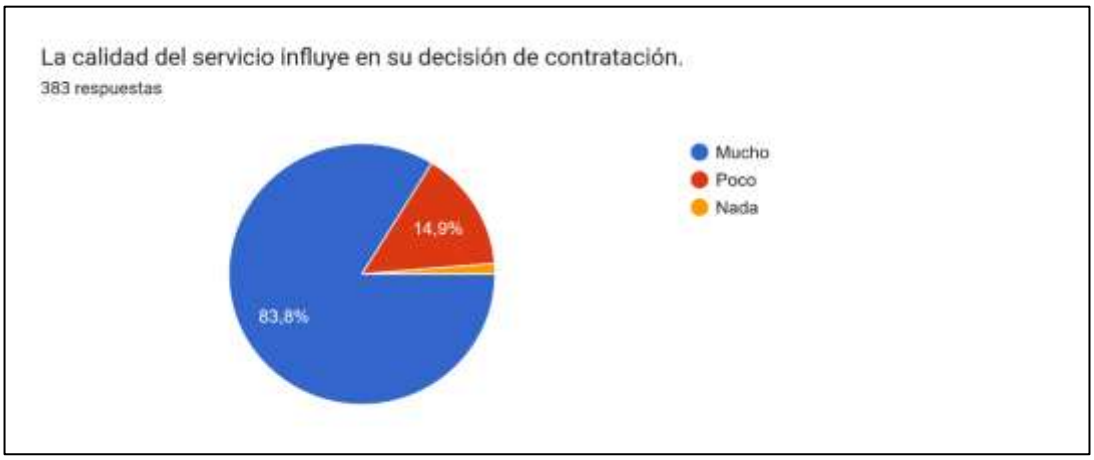
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Mucho	321	83,80%
Poco	57	14,90%
Nada	5	1,0%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 17

Influencia de la calidad del servicio en la contratación



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los encuestados manifestó que la calidad del servicio influye considerablemente en su decisión de contratación. Esto demuestra que los clientes valoran la atención. organización y experiencia ofrecida durante los eventos. También se evidencia que un buen servicio genera satisfacción y aumenta la posibilidad de recomendación. Las respuestas reflejan la importancia de mantener

estándares elevados en cada actividad realizada. El proyecto deberá enfocarse en brindar atención eficiente y profesional.

Pregunta N.16 ¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el salón de eventos?

Tabla 17

Servicios adicionales deseados en el salón de eventos

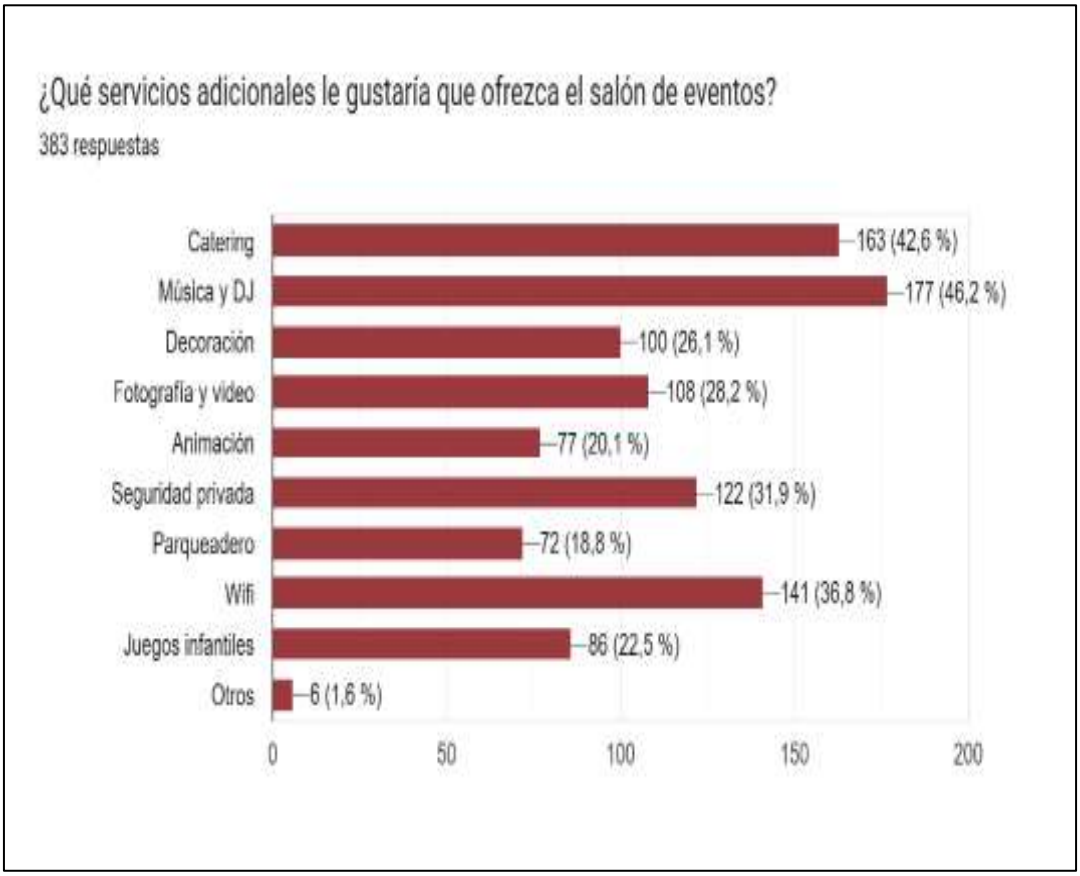
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Música y DJ	177	46,20%
Catering	163	42,60%
Wifi	141	36,80%
Seguridad privada	122	31,90%
Fotografía y video	108	28,20%
Decoración	100	26,10%
Juegos infantiles	86	22,50%
Animación	77	20,10%
Parqueadero	72	18,80%
Otros	6	1,60%

Nota: La muestra estuvo conformada por 383 encuestados. Debido a que la pregunta fue de opción múltiple, los participantes pudieron seleccionar más de una alternativa, por lo que el total de respuestas y porcentajes supera el 100%.

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 18

Servicios adicionales deseados en el salón de eventos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los participantes señalaron interés por servicios complementarios como catering, música, animación, fotografía, seguridad privada y juegos infantiles. Esto demuestra que los clientes prefieren espacios integrales que ofrezcan soluciones completas para la organización de eventos. Se evidencia que la diversificación de servicios puede generar mayor atractivo y competitividad. Estos resultados permiten identificar oportunidades para ampliar la propuesta de valor del negocio. Para esto el salón de eventos deberá considerar la incorporación de estos servicios adicionales.

Pregunta N.17 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán?

Tabla 18

Acuerdo con la creación de un salón de eventos en San José de Morán

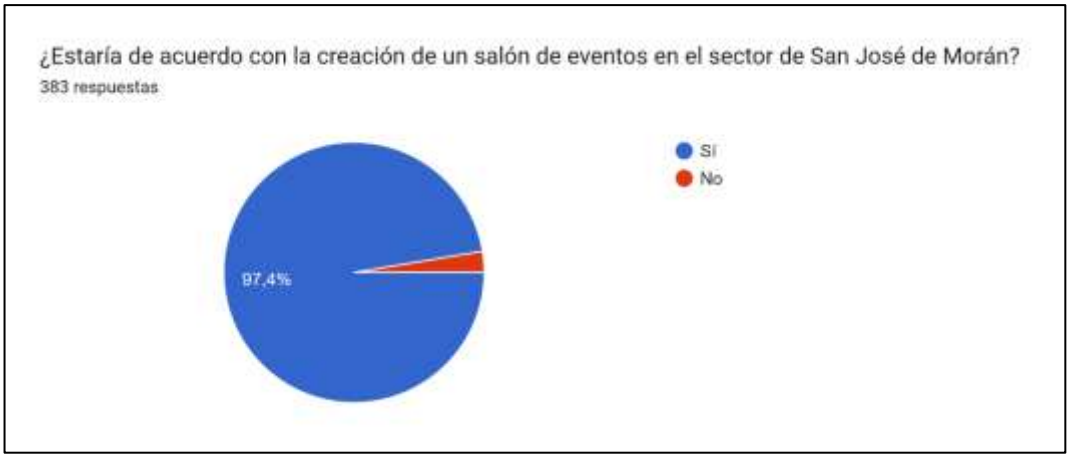
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	373	97,40%
No	10	2,60%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 19

Acuerdo con la creación de un salón de eventos en San José de Morán



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los encuestados con un 97.4% ha manifestado estar de acuerdo con la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Moran, Este resultado evidencia la aceptación social y apoyo hacia la implementación del proyecto. Además, demuestra que la comunidad reconoce la necesidad de contar con espacios adecuados para celebraciones y reuniones. Las respuestas fortalecen la viabilidad

del estudio y reflejan interés por nuevas alternativas de servicio. Por lo tanto, el proyecto presenta un alto nivel de aceptación potencial.

Pregunta N.18 ¿Utilizaría un salón de eventos ubicado en este sector?

Tabla 19

Uso de un salón de eventos ubicado en el sector

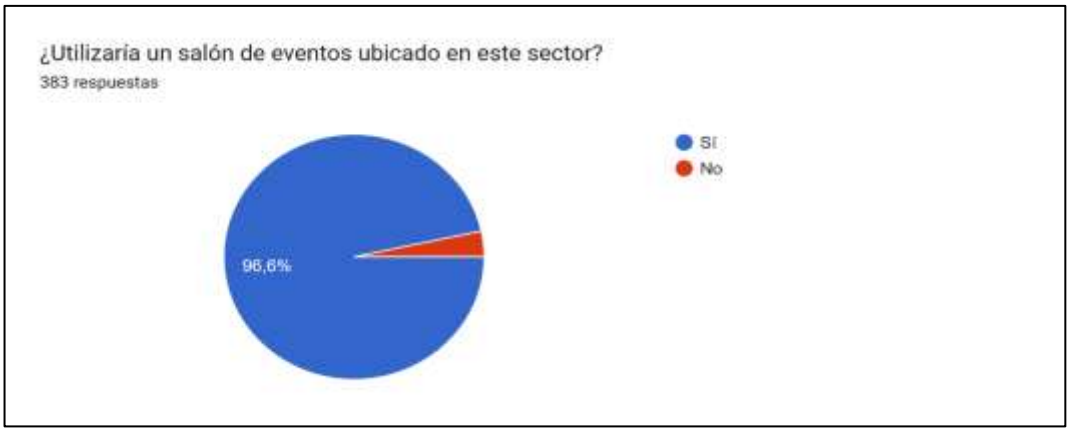
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Sí	370	96,60%
No	13	3,40%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 20

Uso de un salón de eventos ubicado en el sector



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los resultados muestran que la mayoría de los participantes con un 96.6% estaría dispuesta a utilizar un salón de eventos ubicado en San José de Moran. Esto evidencia una intención favorable de consumo y una posible demanda constante para el negocio. Donde surge la necesidad de contar con servicios cercanos que

reduzcan tiempos y costos de movilización, estos resultados permiten confirmar la existencia de clientes potenciales dentro del Sector, por ende, el proyecto tendría oportunidades de posicionamiento local.

Pregunta N.19 ¿Qué capacidad considera adecuada para un salón de eventos?

Tabla 20

Capacidad adecuada para un salón de eventos.

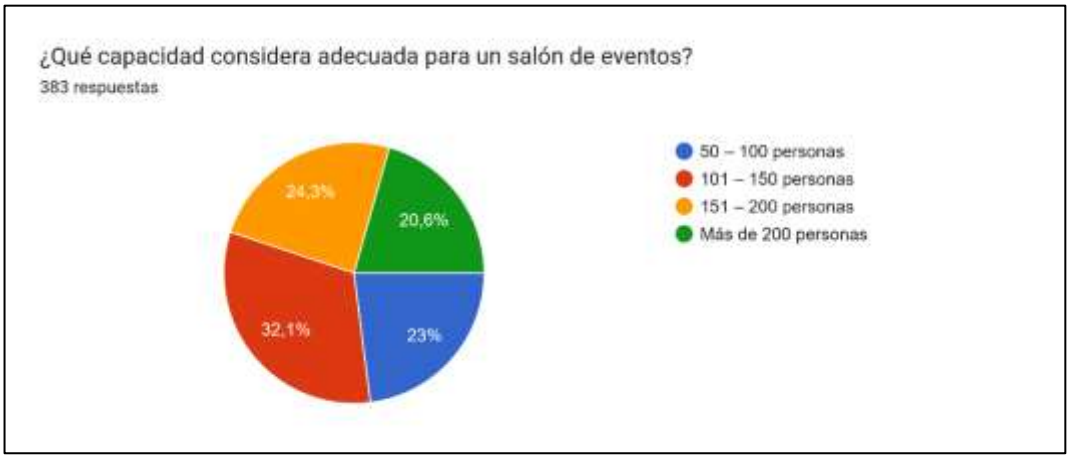
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
101 – 150 personas	123	32,10%
151 – 200 personas	93	24,30%
50 – 100 personas	88	23,00%
Más de 200 personas	79	20,60%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 21

Capacidad adecuada para un salón de eventos.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los encuestados señalaron preferencia por salones con capacidad media y amplia, capaces de atender reuniones familiares y eventos de mayor asistencia. Esto refleja la necesidad de contar con espacios versátiles y adaptables a distintos tipos de celebraciones. También se evidencia interés por ambientes cómodos que permitan recibir un número considerable de invitados. Los resultados obtenidos permiten definir criterios importantes para el diseño de la infraestructura del proyecto, por lo tanto, será necesario considerar una capacidad funcional y flexible.

Pregunta N.20 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de un salón de eventos?

Tabla 21

Valor dispuesto a pagar por el alquiler del salón

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
$301 – $600	132	34,50%
$601 – $1000	98	25,60%
Menos de $300	90	23,50%
Más de $1000	63	16,40%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 22

Valor dispuesto a pagar por el alquiler del salón.



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los participantes manifestó disposición para pagar valores intermedios por el alquiler de un salón de eventos. Esto demuestra que la población busca equilibrio entre calidad y precio accesible, también se evidencia que existe apertura hacia servicios con mejores características siempre que el costo sea razonable. Los resultados permiten establecer referencias importantes para la estrategia de precios de negocio. Por ende, el proyecto deberá ofrecer paquetes competitivos acorde al mercado local.

¿Pregunta N.21 Qué horario considera más conveniente para la realización de eventos?

Tabla 22

Horario más conveniente para la realización de eventos

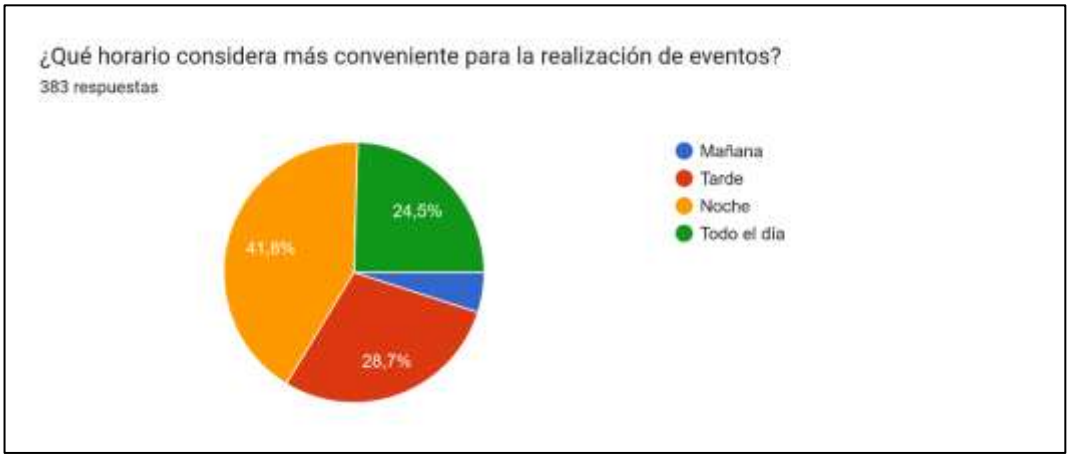
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Noche	160	41,80%
Tarde	110	28,70%
Todo el día	94	24,50%
Mañana	19	5,00%
Total	**383**	**100,00%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 23

Horario más conveniente para la realización de eventos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Los encuestados mostraron mayor preferencia por la realización de eventos en horarios de noche y tarde. Esto refleja que las actividades sociales suelen desarrollarse después de la jornada laboral o académica. Se evidencia que los usuarios valoran la flexibilidad horaria para organizar celebraciones familiares y reuniones especiales. Estos resultados permiten planificar de manera adecuada, la disponibilidad operativa del salón. Por consiguiente, el proyecto deberá priorizar horarios adaptados a las necesidades del cliente.

Pregunta N.22 ¿Qué medio utilizaría para conocer promociones o información del salón de eventos?

Tabla 23

Medio utilizado para conocer promociones e información

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	196	51,20%
Página web	120	31,30%
Recomendaciones	108	28,20%
Volantes	73	19,10%
Radio	25	6,50%
Otros	9	2,30%

Nota: La muestra estuvo conformada por 383 encuestados. Debido a que la pregunta fue de opción múltiple, los participantes pudieron seleccionar más de una alternativa, por lo que el total de respuestas y porcentajes supera el 100%.

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 24

Medio utilizado para conocer promociones e información



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

La mayoría de los participantes con un 51.2 % indico que utilizaría principalmente redes sociales y páginas web, para conocer promociones e información sobre el salón de eventos. Esto demuestra la importancia de las plataformas digitales como medio de comunicación y publicidad. También se identificó interés por recomendaciones personales y otros medios tradicionales. Los resultados evidencian que la presencia digital será fundamental para atraer clientes y posicionar el negocio, por tal motivo el proyecto deberá implementar estrategias de marketing digital.

N.23 ¿Considera que un salón de eventos contribuiría al desarrollo social de la comunidad?

Tabla 24

Contribución del salón de eventos al desarrollo social de la comunidad

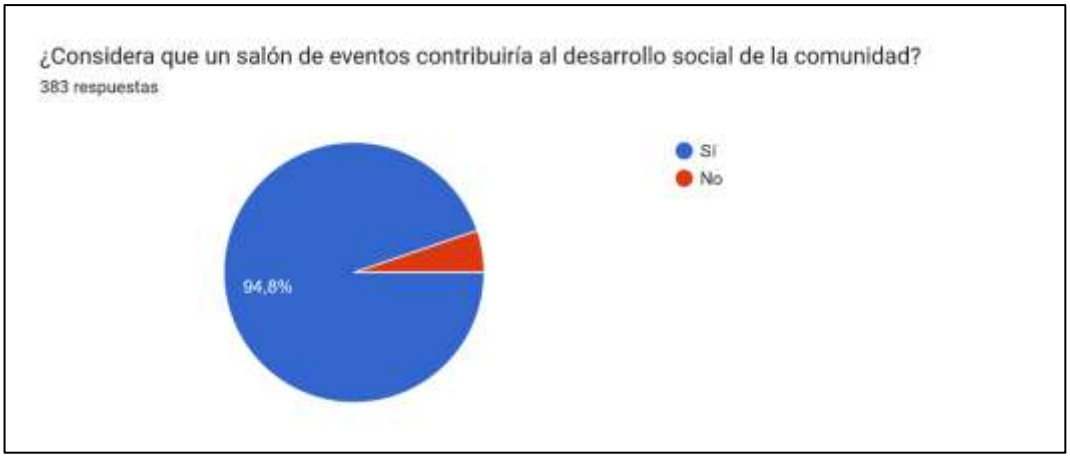
Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí	363	94,80%
No	20	5,20%
Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 25

Contribución del salón de eventos al desarrollo social de la comunidad.

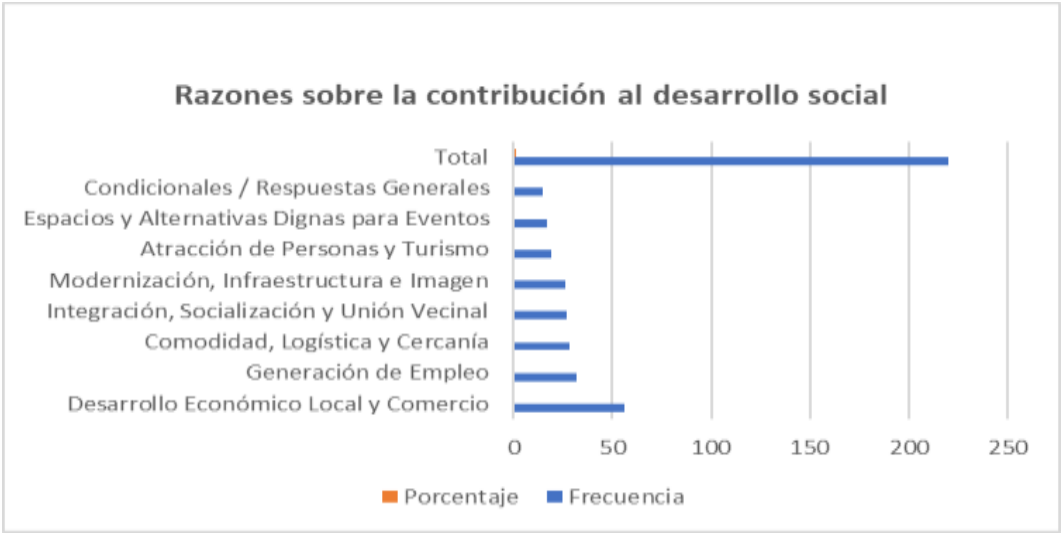


Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

Figura 26

Razones sobre la contribución al desarrollo social



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Carolina Guerrero

El 94.8% de los encuestados considera que la implementación de un salón de eventos contribuiría positivamente al desarrollo social y económico de la comunidad. Los participantes señalaron que este tipo de establecimiento favorecería la convivencia social, fortalecería la integración comunitaria y dinamizaría la actividad comercial del sector. También se destaca el potencial del proyecto para generar empleo. Atraer visitantes y mejorar la imagen de la comunidad. Los resultados reflejan una percepción favorable hacia el emprendimiento y evidencian el interés de la población por contar con espacios adecuados para la realización de eventos sociales, El salón de eventos no solo representaría beneficios económicos, sino también un aporte significativo al desarrollo local y comunitario.

CAPÍTULO V

INFORME EJECUTIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

5.1 Tema: Estudio de factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán, Parroquia De Calderón, Cantón Quito, 2026.

5.2 Introducción

La presente propuesta técnica surge como respuesta a las necesidades identificadas mediante la investigación de mercado realizada en la parroquia Calderón, específicamente en el sector de San José de Morán. Los resultados obtenidos permitieron evidenciar la existencia de una demanda insatisfecha relacionada con la disponibilidad de espacios adecuados para la realización de eventos sociales, familiares y corporativos.

La investigación demostró que una parte significativa de la población enfrenta dificultades al momento de encontrar lugares apropiados para desarrollar celebraciones, debido principalmente a factores como la escasez de salones de eventos, los altos costos de alquiler, la limitada disponibilidad de fechas y la necesidad de trasladarse a otros sectores de la ciudad para acceder a este tipo de servicios.

Los encuestados manifestaron una alta aceptación hacia la implementación de un nuevo salón de eventos en San José de Morán, destacando la importancia de contar con infraestructura moderna, espacios seguros, precios accesibles y servicios complementarios que permitan satisfacer sus expectativas.

5.3 Justificación de la propuesta

La propuesta técnica para la implementación de un salón de eventos en el sector San José de Morán se justifica a partir de los resultados obtenidos durante la investigación de mercado aplicada a 383 habitantes de la parroquia Calderón.

Los hallazgos permitieron identificar que el 73,4% de los encuestados considera que actualmente no existen suficientes salones de eventos en el sector, situación

que evidencia una oferta limitada frente a las necesidades de la población. De igual manera, el 66,6% manifestó haber tenido dificultades para encontrar un lugar adecuado para la realización de eventos sociales, debido principalmente a problemas relacionados con disponibilidad, ubicación y costos.

Otro aspecto relevante corresponde a que el 89,9% de los participantes considera que la falta de salones adecuados obliga a las familias a contratar servicios fuera de su localidad, provocando que una parte importante del gasto económico generado por estos eventos se traslade hacia otros sectores de la ciudad.

Adicionalmente, el estudio permitió identificar que el 93,2% de los encuestados considera que la infraestructura influye directamente en la percepción de calidad del servicio, mientras que el 83,8% señaló que la calidad de atención constituye un factor determinante en la decisión de contratación.

En relación con la aceptación del proyecto, el 97,4% manifestó estar de acuerdo con la creación de un salón de eventos en San José de Morán y el 96,6% indicó que utilizaría este servicio si estuviera disponible en el sector.

Estos resultados demuestran la existencia de una necesidad real dentro de la comunidad y respaldan técnicamente la implementación de una propuesta que permita satisfacer las expectativas de los potenciales usuarios mediante infraestructura moderna, servicios integrales y condiciones adecuadas para la realización de diferentes tipos de eventos.

El proyecto busca contribuir al fortalecimiento de la oferta de servicios para eventos en el sector, generando beneficios tanto para los habitantes de la comunidad como para el desarrollo económico local.

5.4 Objetivos Generales y específicos

Objetivo general

Determinar la viabilidad que tiene el estudio de mercado para la factibilidad de creación de salón de eventos en el sector de San José de Morán, parroquia de Calderón, Cantón Quito, 2026.

Objetivos Específicos

- Identificar las herramientas de recolección de información más adecuadas para la investigación.
- Recolectar la información necesaria para evaluar la factibilidad de creación de salón de eventos en el sector de San José de Morán
- Presentar los hallazgos principales de la investigación, factibilidad de creación de salón de eventos en el sector de San José de Morán

5.5 Contexto de la ubicación

El proyecto se ubicará en el sector de San José de Morán, parroquia Calderón, Distrito Metropolitano de Quito, específicamente en la intersección de la avenida Carlos Mantilla y la calle El Placer, sector La Tolita. Esta zona se caracteriza por su crecimiento residencial y comercial, además de contar con fácil acceso mediante vías principales y transporte público.

La ubicación es estratégica debido a la alta concentración poblacional y la disponibilidad de servicios básicos, comercios y equipamiento urbano. Estas condiciones favorecen la implementación del salón de eventos, permitiendo atender la demanda de espacios para reuniones y celebraciones de los habitantes de San José de Morán y sectores aledaños.

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

Parroquia: Calderón

Sector: San José de Morán

Dirección referencial: Av. Carlos Mantilla y El Placer esquina (La Tolita)

Zona de influencia: Carapungo, Marianas, San Juan de Calderón, Bellavista y Ciudad Bicentenario.

Gráfico 2

Ubicación estratégica



Nota: Imagen tomada de Google Maps.

Elaborado por: Carolina Guerrero

5.6 Segmentación para la recolección de datos en Campo.

La segmentación del mercado permitió identificar con precisión las características de la población objetivo, orientando la recolección de información hacia los potenciales usuarios del proyecto. Este proceso facilito la delimitación del perfil del consumidor mediante el análisis de variables geográficas, demográficas,

psicográficas y conductuales, las cuales influyen directamente en la decisión de contratar servicios para la organización y realización de eventos sociales.

La recolección de datos se llevó a cabo en el sector de San José de Morán y sus zonas de influencia, pertenecientes a la parroquia de Calderón, cantón Quito. Para ello, se aplicaron encuestas estructuradas a personas mayores de edad residentes del sector, seleccionadas en diferentes puntos de alta concurrencia, como zonas comerciales, áreas residenciales y espacios públicos. Esta metodología permitió obtener información confiable y representativa sobre las necesidades, preferencias, hábitos de consumo, frecuencia de contratación de servicios para eventos y el nivel de aceptación del proyecto, proporcionando una base sólida para el análisis de mercado y la toma de decisiones

Tabla 25

Segmentación del mercado objetivo para la recolección de datos en campo

Variable de segmentación	Perfil
Geográfica	**País:** Ecuador **Provincia:** Pichincha **Cantón:** Quito **Parroquia:** Calderón **Sector:** San José de Morán **Dirección referencial:** Av. Carlos Mantilla y El Placer esquina (La Tolita) **Zona de influencia:** Carapungo, Marianas, San Juan de Calderón, Bellavista y Ciudad Bicentenario.
Demográfica	Personas de 25 a 50 años**,** principalmente entre 25 y 40 años, de ambos géneros y diferentes estados civiles. Predominan hogares con ingresos mensuales comprendidos entre $501 y $1.200, pertenecientes a una población económicamente activa.
Psicográfico:	Personas que valoran la convivencia familiar y social, interesadas en realizar celebraciones en espacios cómodos, seguros, accesibles y con servicios integrales. Buscan una adecuada relación entre calidad,

	precio y ubicación, priorizando establecimientos que brinden confianza y una experiencia satisfactoria.
Conductual:	Personas que participan regularmente en eventos sociales como cumpleaños, bodas, bautizos y graduaciones. Prefieren realizar sus celebraciones en horarios vespertinos y nocturnos, valoran servicios complementarios como catering, música y conectividad, y muestran disposición para contratar un salón de eventos cercano a su lugar de residencia.

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes del sector de San José de Moran.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

5.7 Hallazgos

Hallazgos Principales del Estudio de Campo

Los resultados obtenidos a partir de las 383 encuestas aplicadas a los habitantes del sector de San José de Moran, permitieron identificar las principales características del mercado objetivo, así como las necesidades, preferencias y expectativas de los potenciales clientes respecto a la implementación de un salón de eventos. El análisis evidencia la existencia de una demanda potencial favorable y de oportunidades para desarrollar un establecimiento que responda a las condiciones y requerimientos del entorno.

Con el propósito de facilitar la interpretación de los resultados, los principales hallazgos se agrupan en cinco dimensiones de análisis que sintetizan los aspectos más relevantes del estudio de mercado y sustentan la viabilidad comercial y social del proyecto.

A continuación, se presenta el análisis organizado en cinco dimensiones de la investigación de mercado.

Dimensión uno: Aceptación y demanda del proyecto

Esta dimensión analiza el grado de aceptación del proyecto y la disposición de los potenciales clientes para utilizar el servicio, constituyéndose en uno de los principales indicadores para determinar la viabilidad comercial del salón de eventos.

Tabla 26

Aceptación y disposición de uso del salón de eventos

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
¿Está de acuerdo con la creación del salón? Sí	373	97,40%
¿Está de acuerdo con la creación del salón? No	10	2,60%
¿Utilizaría el salón si estuviera disponible? Sí	370	96,60%
¿Utilizaría el salón si estuviera disponible? No	13	3,40%
Total, encuestados	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes de San José de Morán.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

Análisis

Los resultados reflejan una aceptación ampliamente favorable hacia la implementación del salón de eventos y una elevada intención de contratación por parte de la población encuestada. Esta respuesta evidencia que el proyecto responde a una necesidad identificada en la comunidad y que existe un mercado potencial dispuesto a utilizar el servicio una vez que el establecimiento entre en funcionamiento. Estos hallazgos fortalecen la factibilidad comercial del proyecto al demostrar que la propuesta cuenta con respaldo ciudadano y con un nivel de aceptación suficiente para sustentar su desarrollo

Dimensión dos: Déficit de oferta en el sector

Esta dimensión evalúa la percepción de los habitantes sobre la disponibilidad de salones de eventos en el sector y las dificultades que enfrentan para encontrar un espacio adecuado.

Tabla 27

Déficit de oferta de salones de eventos en el sector

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Considera que NO hay suficientes salones en el sector	281	73,40%
Considera que Sí hay suficientes salones en el sector	102	26,60%
Ha tenido dificultades para encontrar un salón adecuado, Sí.	255	66,60%
Ha tenido dificultades para encontrar un salón adecuado, No.	128	33,40%
Total, encuestados	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes de San José de Morán.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

Análisis

Los resultados obtenidos evidencian que la oferta actual de salones de eventos en el sector de San José de Moran NO satisface las necesidades de la población. Los encuestados manifestaron que existe una limitada disponibilidad de espacios adecuados para la realización de eventos sociales, situación que obliga a muchas familias a contratar este tipo de servicios en otros sectores de la ciudad.

Esta realidad demuestra la existencia de una demanda insatisfecha y pone de manifiesto una oportunidad de mercado para la implementación del proyecto. La

creación de un salón de eventos permitirá reducir los desplazamientos de los usuarios, facilitar el acceso a este tipo de servicios y fortalecer la actividad económica mediante la retención del gasto dentro de la comunidad.

Dimensión tres: Requerimientos de infraestructura

Esta dimensión identifica las características físicas y funcionales que los potenciales clientes consideran prioritarias al momento de seleccionar un salón de eventos.

Tabla 28

Requerimientos de infraestructura y características valoradas

Característica / Atributo	Frecuencia	Porcentaje
Atributos más valorados al elegir un salón		
Precio accesible	167	43,60%
Seguridad	158	41,30%
Ubicación estratégica	149	38,90%
Parqueadero	137	35,80%
Capacidad preferida del salón		
101 – 150 personas	123	32,10%
151 – 200 personas	93	24,30%
50 – 100 personas	88	23,00%
Más de 200 personas	79	20,60%
La infraestructura influye en su percepción de calidad **R. Mucho**	321	83,80%

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes de San José de Morán.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

Análisis

Los hallazgos obtenidos permiten identificar los principales atributos que los potenciales clientes consideran al momento de contratar un salón de eventos. Los participantes priorizan aspectos relacionados con la seguridad, el precio, la ubicación y la capacidad del establecimiento evidenciando que la decisión de contratación depende tanto de las características físicas del salón como de la calidad de sus instalaciones.

Estos resultados constituyen un insumo fundamental para el diseño arquitectónico y funcional del proyecto, orientando la planificación de instalaciones que respondan a las expectativas del mercado objetivo.

Dimensión cuatro: Operatividad y servicios complementarios

Esta dimensión reúne la información relacionada con la operación del establecimiento, considerando los horarios de preferencia, la capacidad de pago, la frecuencia de asistencia a eventos y los servicios complementarios esperados por los clientes.

Tabla 29

Operatividad y servicios complementarios del salón de eventos

Indicador	Frecuencia	Porcentaje
Horario preferido para eventos		
Noche	160	41,80%
Tarde	110	28,70%
Servicios complementarios más demandados		
Música y DJ	177	46,20%
Catering	163	42,60%
Wi-Fi	141	36,80%

Capacidad de pago por alquiler del salón		
$301 – $600	132	34,50%
$601 – $1.000	98	25,60%

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes de San José de Morán.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

Análisis

Los resultados permiten definir los principales lineamientos para la operación del salón de eventos. Se observa una preferencia por la realización de eventos durante la tarde y la noche, así como un interés por contar con servicios complementarios que faciliten la organización integral de las celebraciones, entre ellos catering. música, conectividad, y otros servicios de apoyo.

De igual manera, la capacidad de pago manifestada por los encuestados evidencia la existencia de un segmento de mercado dispuesto a contratar el servicio dentro de un rango económicamente viable para el proyecto. La frecuencia con la que los participantes asisten a eventos sociales confirma, la existencia de una demanda recurrente que favorece la sostenibilidad operativa del establecimiento.

Dimensión cinco: Impacto social esperado

Esta dimensión analiza la percepción de la comunidad sobre los beneficios sociales y económicos que generaría la implementación del salón de eventos en el sector.

Tabla 30

Percepción del impacto social del salón de eventos en la comunidad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sí, contribuiría al desarrollo social y económico	363	94,80%
No contribuiría	20	5,20%

Total	**383**	**100%**

Fuente: Encuesta aplicada a 383 habitantes de San José de Morán.

Elaborado por: Carolina Guerrero.

Análisis

Los resultados reflejan una percepción ampliamente favorable sobre los beneficios que generaría la implementación del salón de eventos en el sector de San José de Moran. Los participantes consideran que el proyecto contribuiría al fortalecimiento de la integración comunitaria al ofrecer un espacio adecuado para el desarrollo de actividades sociales familiares e institucionales.

Los encuestados reconocen que la puesta en marcha del proyecto favorecerá la generación de empleo directo e indirecto y dinamizará las actividades comerciales del sector. En consecuencia, el salón de eventos no solo representa una oportunidad empresarial, sino también una iniciativa con potencial para impulsar el desarrollo local y mejorar la oferta de servicios disponibles para la comunidad.

Conclusiones generales

La fundamentación teórica permitió comprender los aspectos relacionados con el estudio de mercado y la creación de salones de eventos, proporcionando los elementos conceptuales necesarios para analizar la demanda, la oferta y las preferencias de los potenciales usuarios, constituyéndose en una base sólida para el desarrollo de la investigación.

El diagnóstico realizado evidenció la existencia de una demanda potencial para servicios de eventos en el sector de San José de Morán, así como una limitada oferta de espacios que satisfagan las necesidades de la población. Los resultados obtenidos reflejaron una alta aceptación hacia la creación de un nuevo salón de eventos, identificándose además factores prioritarios como seguridad, ubicación, capacidad, calidad de atención y disponibilidad de servicios complementarios.

Con base en los resultados obtenidos, se diseñó una propuesta técnica para la implementación de un salón de eventos multifuncional que responde a las necesidades y preferencias identificadas en los encuestados, incorporando áreas funcionales, infraestructura adecuada y servicios complementarios que fortalecen la oferta de eventos en el sector y contribuyen a mejorar la atención de la demanda existente.

Recomendaciones Generales

Implementar el salón de eventos multifuncional propuesto, considerando las características y requerimientos identificados en el estudio de mercado, especialmente en aspectos relacionados con seguridad, ubicación, capacidad instalada y calidad de atención al cliente.

Desarrollar estrategias de promoción y marketing que permitan dar a conocer los servicios del salón de eventos a la población de San José de Morán y sectores aledaños, destacando los beneficios, servicios complementarios y ventajas competitivas que ofrece el establecimiento.

Mantener un proceso continuo de evaluación y mejora de los servicios brindados, mediante la recopilación periódica de opiniones y sugerencias de los clientes, con el fin de garantizar altos niveles de satisfacción y adaptar la oferta a las necesidades cambiantes del mercado.

Referencias

Amado, J. R. (2011). *El sector servicios en la economía*. https://www.rua.unam.mx/portal/recursos/ficha/82878

Argumedo, M., & Cesar, M. D. (2025). Tipología y clasificación de los eventos (Lectura N° 2). *Fundación Universitas (Educación Superior)*. https://es.scribd.com/doc/243001856/clasificacion-de-eventos-pdf

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Registro Oficial 449. Ministerio de Defensa.

Asamblea Nacional. (2016). *Ley Orgánica de Ordenamiento Territorial, Uso y Gestión de Suelo*. Registro Oficial Suplemento 790. https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-ordenamiento-territorial-uso-gestion-suelo-3

Asamblea Nacional. (2019). *Código de Comercio*. Registro Oficial Suplemento 497. https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2022-10/C%C3%B3digo%20de%20Comercio.pdf

Asamblea Nacional. (2020). *Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación*. Registro Oficial Suplemento 151. https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion

Augusta, V. T. (2022). La investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación. *Pontificia Universidad Católica del Perú*. https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854

Cajal, A. (2020). Investigación de campo: Características, tipos, técnicas y etapas. https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/

Carreto Bernal, F. R. (2021). *Fundamentos teórico metodológicos y procedimentales en investigación educativa*. Colofón Ediciones Académicas. http://www.colofonedicionesacademicas.com

Coelho, C. S. (2025). Sostenibilidad empresarial: descifrando el código para el nuevo estándar en la toma de decisiones. *Actas Iberoamericanas en Ciencias Sociales*. https://www.researchgate.net/publication/390814124_Sostenibilidad_empresarial_descifrando_el_codigo_para_el_nuevo_estandar_en_la_toma_de_decisionesBusiness_Sustainability_Decoding_the_Code_for_the_New_Standard_in_Decision-Making

Concejo Metropolitano de Quito. (2019). *Código Municipal para el Distrito Metropolitano de Quito*. Registro Oficial Edición Especial 902. https://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2021/01enero/A2/ANEXOS/PROCU_CODIGO_MUNICIPAL.pdf

Cuenca Delgado, C. J., Hernández Quispe, L. W., Medina Guamán, M. I., Páez Dávila, M. R., & Vela Aguirre, M. S. (2023). Desarrollo de un plan de negocio orientado a la organización y ejecución de eventos. *UIDE – Arizona State University*.

Domínguez, C. (2024). *Fundamentos y perspectivas del emprendimiento*. Universidad Nacional de Colombia. https://www.researchgate.net/publication/379833043_Fundamentos_y_perspectivas_del_emprendimiento

Fabricio, R. V. (2024). *Estudio de factibilidad para la creación de un local de eventos en el cantón Cayambe, provincia Pichincha* [Trabajo de grado]. Universidad Técnica del Norte. https://repositorio.utn.edu.ec/bitstream/123456789/15889/2/02%20ICA%201931%20TRABAJO%20GRADO.pdf

Fuentes, F. L. (2022). *Introducción al estudio de la organización de eventos*. UNEMI – Innovativa EP. https://sga.unemi.edu.ec/media/archivologo/2021/12/17/archivologocompendio_2021121710373.pdf

Guasco-Aucacama, C. V., & Luna-Altamirano, K. A. (2022). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de consultoría integral. *Dominio de las Ciencias*, *8*(1), 25.

H., M., & De Castro Correa, A. (2020). Toma de decisiones: intuición y deliberación en la experiencia de los decisores. *Innovar*, *29*(73), 130–149. https://doi.org/10.15446/innovar.v29n73.78028

Larrabeiti, J. M., Fuente, M. J., & Ruiz, J. L. (2025). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Interamericana de España. https://sga.unemi.edu.ec/media/archivomateria/2021/12/15/archivomateria l_2021121501123.pdf

López, N. A., & Picuasi, S. E. (2022). *Estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora de eventos profesionales y académicos en la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura* [Trabajo de grado]. Universidad Técnica del Norte.

Lozano, E. J. (2024). *Proyecto modelo de negocio de una organizadora de eventos empresariales en la ciudad de Guayaquil* [Tesis de maestría]. FLACSO Ecuador. https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/server/api/core/bitstreams/fb8b79f7-b462-4117-b9fe-d4a0ca7afc5d/content

Mieles Bailón, T. X. (2021). *Estudio financiero en la formulación de los proyectos de inversión*. Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí. https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/2819

Moncayo-Sánchez, Y. P., et al. (2021). El estudio de mercado como estrategia para el desarrollo de productos en el sector. *Dialnet*. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926892

Moscoso, G. P., Cardoso, K. F., Cardoso, P. F., & Cardoso, H. F. (2025). Gestión para el desarrollo de eventos turísticos en Latinoamérica: Una revisión sistemática. *Revista Invecom: Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad*. https://doi.org/10.5281/zenodo.13623910

Navarrete, K. A. (2022). *Empresa organizadora de eventos "Eventos La Luz"* [Trabajo de grado]. Universidad San Francisco de Quito. https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/12170/1/328859.pdf

Patiño, M. C. (2022). *Planificación de eventos: Etapas en la organización de eventos*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE – Innovativa EP. https://www.espe-innovativa.edu.ec/

Requelme Vega, M. A. (2022). *Propuesta de creación de una empresa organizadora de eventos sociales en la parroquia de Tarapoa, cantón Cuyabeno, provincia de Sucumbíos* [Trabajo de grado]. Universidad Técnica Particular de Loja.

Revelo, J., & Velasco, P. (2024). *Crecimiento y decrecimiento demográfico entre 2010 y 2022 en el Distrito Metropolitano de Quito*. Secretaría General de Planificación del DMQ. https://investigaciones.quito.gob.ec/wp-content/uploads/2024/11/Boletin4-Revelo2024-El-crecimiento-demografico-intercensal-en-Quito.pdf

Salazar Cuvi, G. A. (2025). *Estudio técnico de proyecto*. UNEMI. https://pregrado.unemi.edu.ec

Ulcuango Colcha, J. S. (2020). *Plan de negocio para la creación de un salón de eventos sociales de segunda categoría en la parroquia El Comité del Pueblo, Quito* [Trabajo de grado]. Universidad de Las Américas. http://repositorio.udla.edu.ec/handle/33000/12613

Universidad César Vallejo. (2021). *Componentes del estudio de factibilidad*.

Universidad de la República Uruguay. (2020). Etapas de la investigación bibliográfica. *Departamento de Documentación y Biblioteca*. https://www.fenf.edu.uy/index.php/inicio/gestion-y-servicios/biblioteca/

Urbina, G. V. (2020). *Evaluación de proyectos* (7.ª ed.). McGraw-Hill.

Victore, R. D., & García, M. A. (2022). El estudio de factibilidad en la gestión. *Revista Activos*. https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/3197

ANEXOS

Anexo 1 Cronograma

Actividad	Mar	Abr	May	Jun
Cap. I — Planteamiento, objetivos, justificación	✓			
Cap. II — Marco teórico, conceptual y legal	✓	✓		
Cap. III — Diseño metodológico		✓		
Recolección de datos (encuestas)		✓	✓	
Procesamiento de datos			✓	
Cap. IV — Análisis e interpretación de resultados			✓	
Cap. V — Informe ejecutivo / propuesta			✓	✓
Redacción final del documento			✓	✓
Revisión, correcciones y entrega final				✓

Anexo 1 Cronograma 1

ANEXO 2 Formato de encuesta

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS HABITANTES DE SAN JOSÉ DE MORÁN

Objetivo: Recopilar información sobre la factibilidad para la creación de un salón de eventos en el sector San José de Morán.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y marque con una (X) la respuesta que considere la más adecuada según su criterio y percepción.

DATOS GENERALES

Género

Masculino

Femenino

LGTBI

Edad

25 – 30 años

31 – 35 años

36 – 40 años

41 – 45 años

46– 50 años

51 – 60 años

Estado civil

( ) Soltero/a

( ) Casado/a

( ) Unión libre

( ) Divorciado/a

( ) Viudo/a

Ocupación

( ) Empleado público

( ) Empleado privado

( ) Negocio propio

( ) Profesional independiente

( ) Ama de casa

( ) Otro: ¿Cuál? _____

Nivel de ingresos mensuales del hogar

( ) Menos de $500

( ) $501 – $800

( ) $801 – $1200

( ) Más de $1200

¿Con qué frecuencia asiste a eventos sociales?

☐ 1 vez al año

☐ 2 a 3 veces al año

☐ 4 a 5 veces al año

☐ Más de 5 veces al año

¿Qué tipo de eventos asiste con mayor frecuencia?

☐ Bodas

☐ Cumpleaños

☐ Bautizos

☐ Eventos corporativos

☐ Graduaciones

☐ Otros: _____

¿Ha tenido dificultades para encontrar un lugar adecuado para realizar eventos?

☐ Sí

☐ No

¿Considera que en el sector de San José de Morán existen suficientes salones de eventos?

☐ Sí

☐ No

La falta de salones de eventos obliga a las familias a contratar servicios fuera de su localidad

☐ Totalmente de acuerdo

☐ De acuerdo
☐ Indiferente
☐ En desacuerdo
☐ Totalmente en desacuerdo

1. **¿Considera que la infraestructura influye en la percepción de calidad del servicio?.**

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

2. **¿Qué aspectos considera más importantes al elegir un salón de eventos en San José de Morán?**
   (Puede seleccionar más de una opción)

☐ Ubicación

☐ Precio

☐ Seguridad

☐ Capacidad

☐ Parqueadero

☐ Decoración

☐ Servicio de alimentación

☐ Atención al cliente

☐ Tecnología

☐ Equipamiento moderno

Otros: ¿Cuáles? _____

La calidad del servicio influye en su decisión de contratación

☐ Mucho

☐ Poco

☐ Nada

¿Qué servicios adicionales le gustaría que ofrezca el salón de eventos?

☐ Catering

☐ Música y DJ

☐ Decoración

☐ Fotografía y video

☐ Animación

☐ Seguridad privada

☐ Parqueadero

☐ Wifi

☐ Juegos Infantiles

☐ Otros: ¿Cuáles? _____

10 ¿Estaría de acuerdo con la creación de un salón de eventos en el sector de San José de Morán?

☐ Sí

☐ No

11. ¿Utilizaría un salón de eventos ubicado en este sector?

☐ Sí

☐ No

12. **¿Qué capacidad considera adecuada para un salón de eventos?**
    - ☐ 50 – 100 personas
    - ☐ 101 – 150 personas
    - ☐ 151 – 200 personas
    - ☐ Más de 200 personas

13. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el alquiler de un salón de eventos?

☐ **Menos de $300**

☐ $301 – $600

☐ $601 – $1000

☐ Más de $1000

14. ¿Qué horario considera más conveniente para la realización de eventos?

☐ Mañana

☐ Tarde

☐ Noche

☐ Todo el día

15. ¿Qué medio utilizaría para conocer promociones o información del salón de eventos?

☐ Redes sociales

☐ Radio

☐ Volantes

☐ Recomendaciones

☐ Página web

☐Otros: ¿Cuáles? _____

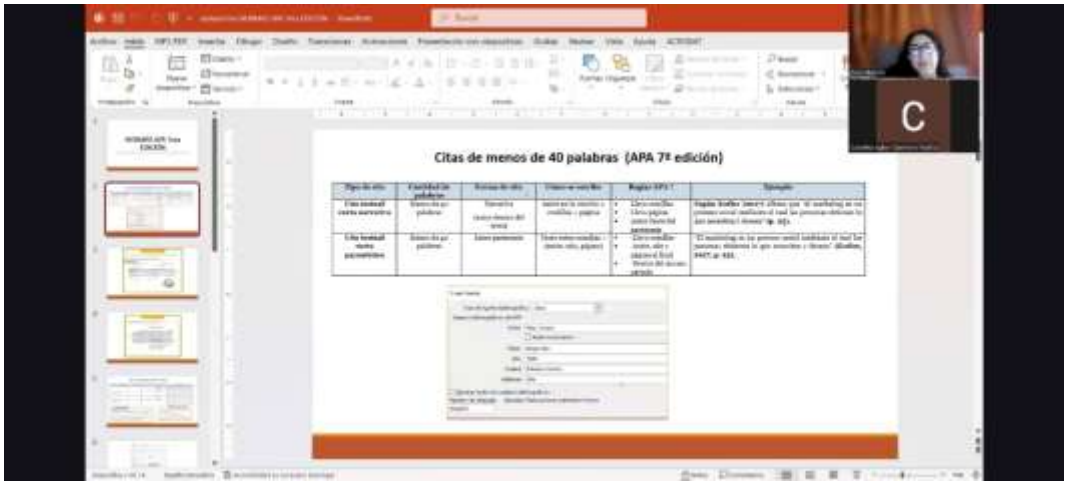
16. **. ¿Considera que un salón de eventos contribuiría al desarrollo social de la comunidad?**

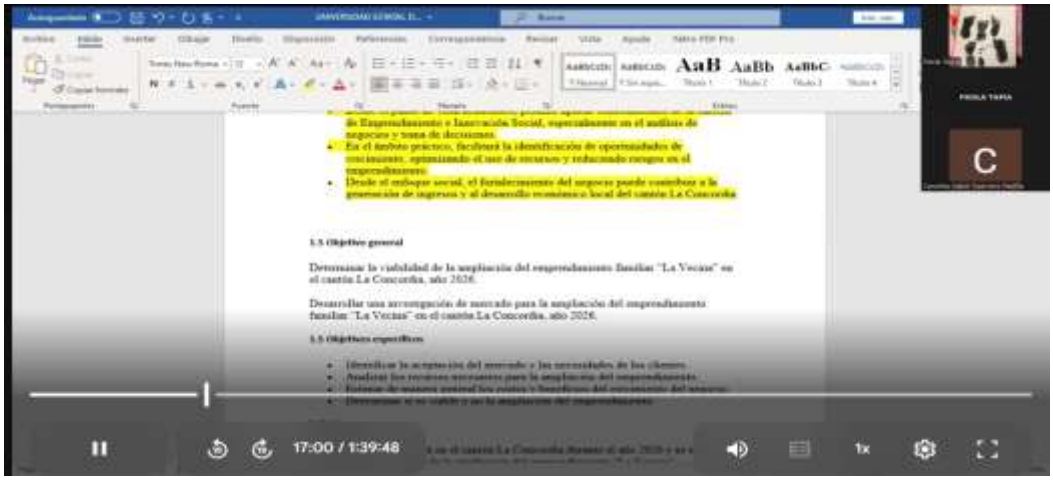
☐ Si

☐ No

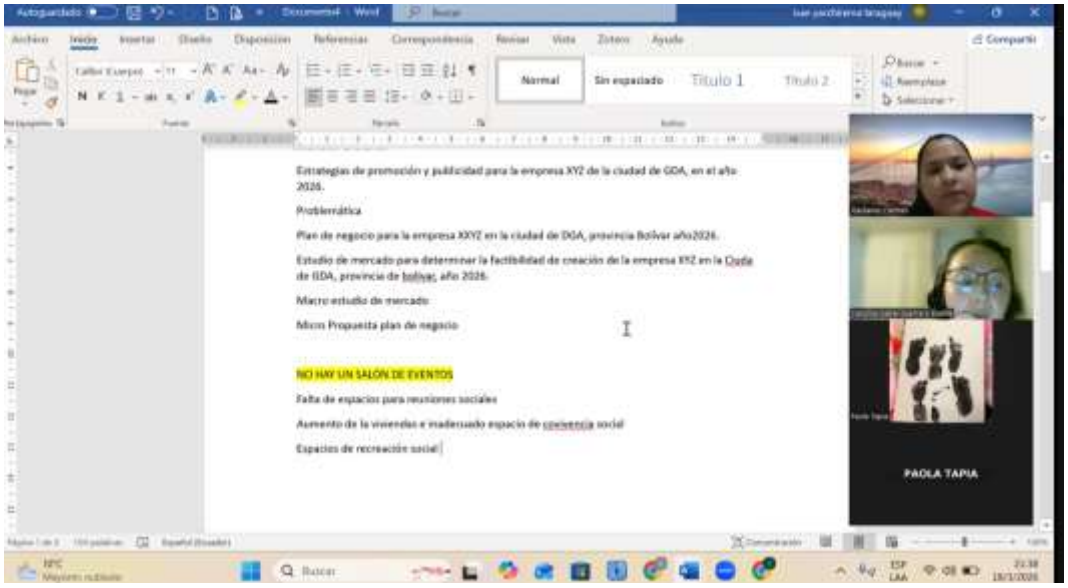
¿Por qué? _____

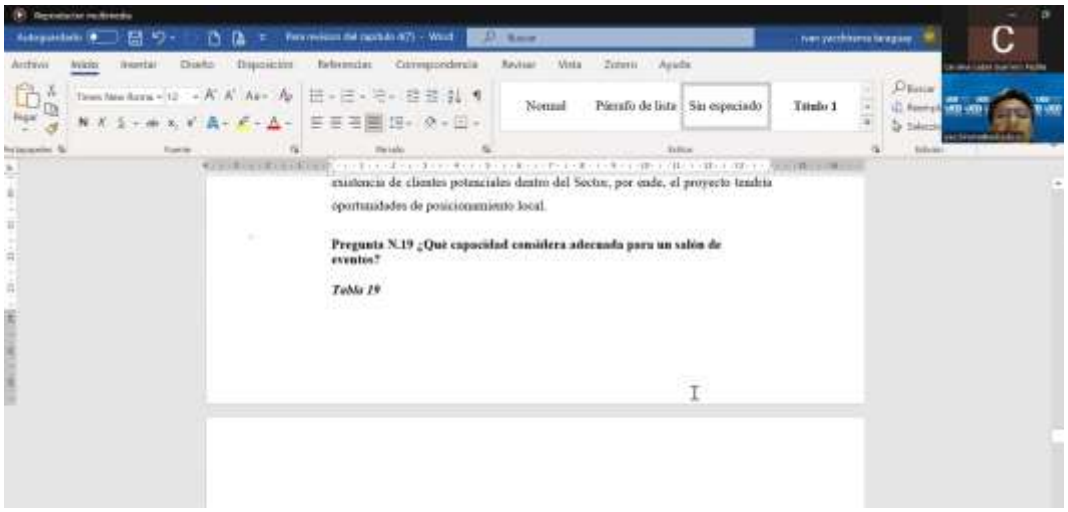
Anexo 3 Evidencias de tutoría

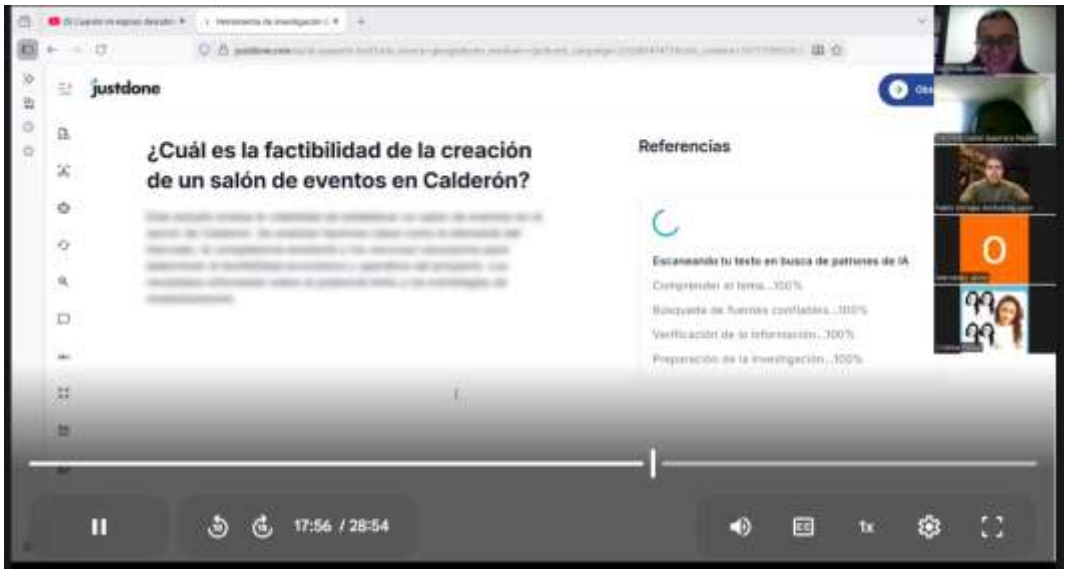





Gemini
Tesis de Mercado Salones de Eventos E
Pásate a Google AI Plus
comportamiento del consumidor ecuatoriano, costos de insumos y competidores específicos por zona.
Aquí tienes una selección de tesis y trabajos de grado enfocados en el estudio de mercado y factibilidad para salones de eventos en Ecuador, organizados por región y enfoque:
1. Sierra (Quito y Cuenca)
Universidad del Azuay (2023): "Estudio de factibilidad para la implementación de un local de eventos para la Ciudad de Cuenca".
Fuentes
Universidad del Azuay
Estudio de factibilidad para la implementación de un local de eventos par...
Repositorio Digital Universidad De Las Américas - UDLA
Plan de negocio para la creación de un salón de eventos sociales de segunda categoría ...
Pregunta a Gemini
Herramientas
Fast
Configuración y ayuda


Estrategias de promoción y publicidad para la empresa XYZ de la ciudad de GDA, en el año 2026.
Problemática
Plan de negocio para la empresa XXYZ en la ciudad de DGA, provincia Bolívar año2026.
Estudio de mercado para determinar la factibilidad de creación de la empresa XYZ en la Ciudad de GDA, provincia de bolívar, año 2026.
Macro estudio de mercado
Micro Propuesta plan de negocio
NO HAY UN SALON DE EVENTOS
Falta de espacios para reuniones sociales
Aumento de la viviendas e inadecuado espacio de convivencia social
Espacios de recreación social
PAOLA TAPIA





Diseño del Proyecto



Certificado de análisis
Compilatio Magister+ | UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLIVAR (UEB)

ULTIMA REVISION DE DIRECTOR

ID : c69c757d1ebe4d6ce246470035e40af41fdce7eb

9%
Textos sospechosos

Nombre del fichero : ULTIMA REVISION DE DIRECTOR.txt
Tamaño del archivo original : 5,52 MB
Número de palabras : 16.562

Depositante : IVAN MARCELO YACCHIREMA TARAGUAY
Fecha de depósito : 29 de junio de 2026
Tipo de carga : interface
fecha de fin de análisis : 29 de junio de 2026

Resumen (sección 1/2)

Localización de los textos sospechosos en el documento :



Incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Similitudes 2%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Detección de IA 5%

Textos estilísticamente próximos a un texto generado por una IA.
Este índice es un indicador y no una prueba. Comprueba con el autor si domina los conocimientos mencionados en el documento.



Idiomas no reconocidos 2%

Pasajes en los que parte del vocabulario utilizado no forma parte del diccionario de la lengua.
Puede tratarse de un intento del autor de modificar el texto para evitar ser detectado.



No incluido en el porcentaje de textos sospechosos :

Textos entre comillas 1%

Pasajes entre comillas, a menudo indicativos de una cita.

Fuentes de similitudes (sección 2/2)

Similitudes

2%

Pasajes con similitudes a fuentes encontradas en diferentes colecciones.



Fuente principal detectada

Nº		Descripciones	Similitudes	Ubicaciones
1		Estudio de mercado del servicio de catering en el cantón Atacames repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/38214	<1%	
5		repositorio.utn.edu.ec repositorio.utn.edu.ec/jspui/handle/123456789/11999?locale=es	<1%	
6		Estudio de factibilidad para la creación de una agencia promotora ... repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11999	<1%	
9		Repositorio Digital Universidad De Las Américas: Plan de negocio... dspace.udla.edu.ec/jspui/handle/33000/11980	<1%	

Fuente mencionada (sin similitudes detectadas)

Nº		Descripciones
1		https://www.rua.unam.mx/portal/recursos/ficha/82878
2		https://es.scribd.com/doc/243001856/clasificacion-de-eventos-pdf
3		https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-ordenamiento-territorial-uso-gestion-suelo-3
4		https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion
5		https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/182854
6		https://www.lifeder.com/investigacion-de-campo/
7		http://www.colofonedicionesacademicas.com
8		https://www.researchgate.net/publication/390814124_Sostenibilidad_empresarial_descifrando_el_codigo_...
9		https://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2021/01enero/A2/ANEXOS/PROCU_CODIGO...
10		https://www.researchgate.net/publication/379833043_Fundamentos_y_perspectivas_del_emprendimiento
11		https://sga.unemi.edu.ec/media/archivologo/2021/12/17/archivologocompendio_20211217103 73.pdf
12		https://sga.unemi.edu.ec/media/archivomateria/2021/12/15/archivomaterial_20211215011 23.pdf
13		https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/server/api/core/bitstreams/fb8b79f7-b462-4117-b9fe-d4a0ca7afc5...
14		https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/2819
15		https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7926892
16		https://doi.org/10.5281/zenodo.13623910

Nº		Descripciones
17		https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/12170/1/328859.pdf
18		https://www.espe-innovativa.edu.ec/
19		https://pregrado.unemi.edu.ec
20		http://repositorio.udla.edu.ec/handle/33000/12613
21		https://www.fenf.edu.uy/index.php/inicio/gestion-y-servicios/biblioteca/
22		https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/activos/article/view/3197