



Universidad
Monteávila



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO
Y GESTIÓN DE PROYECTOS

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA
AUDIOVISUAL DE FIESTAS INFANTILES EN CARACAS

Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Planificación,

Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:

Ramos Mogollón, María Gabriela, CI. 27.474.980

Asesorado por:

Cressa, Ruddi (Profesor Seminario)

Martin, Serpa (Tutor)

Caracas, Febrero de 2024

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD MONTEÁVILA
COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO ESPECIALIZACIÓN EN PLANIFICACIÓN,
DESARROLLO Y GESTIÓN DE PROYECTOS

MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL
DE FIESTAS INFANTILES EN CARACAS

Trabajo Especial de Grado, para optar al Título de Especialista en Planificación,
Desarrollo y Gestión de Proyectos, presentado por:
Ramos Mogollón, María Gabriela, CI. 27.474.980

Asesorado por:
Cressa, Ruddi (Profesor Seminario)
Martin, Serpa (Tutor)

Caracas, Febrero de 2024

ACTA DE APROBACIÓN DEL TEG



Universidad
Monteávila



Comité de Estudios de Postgrado Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos

Quienes suscriben, profesores evaluadores nombrados por la Coordinación de la Especialización en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos de la Universidad Monteávila, para evaluar el Trabajo Especial de Grado titulado: "**Modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas**", presentado por la ciudadana: **Ramos Mogollón, María Gabriela**, cédula de identidad N° **27.474.980**, para optar al título de Especialista en Planificación, Desarrollo y Gestión de Proyectos, dejan constancia de lo siguiente:

1. Su presentación se realizó, previa convocatoria, en los lapsos establecidos por el Comité de Estudios de Postgrado, el día **16 de febrero de 2024**, de forma virtual según las herramientas tecnológicas destinadas para este fin por la universidad.
2. La presentación consistió en un resumen oral del Trabajo Especial de Grado por parte de su autora, en los lapsos señalados al efecto por el Comité de Estudios de Postgrado; seguido de una discusión de su contenido, a partir de las preguntas y observaciones formuladas por los profesores evaluadores, una vez finalizada la exposición.
3. Concluida la presentación del citado trabajo los profesores evaluadores decidieron en vista de lo novedoso y el aporte que a la práctica de nuestra área realiza, otorgar la calificación de Aprobado "A" por considerar que reúne todos los requisitos formales y de fondo exigidos para un Trabajo Especial de Grado, sin que ello signifique solidaridad con las ideas y conclusiones expuestas.

En Caracas, el día **16 de febrero de 2024**

Prof. Martin Serpa Campo
C.I.2.766.444



Prof. Rudi L. Cressa Azancot
C. I. 17.400.737

CARTA CONFIRMACIÓN DEL TUTOR



CARTA DE CONFIRMACIÓN DEL TUTOR

Quien suscribe, **Martín Serpa Campo**, C.I. N° **2.766.444**, CONFIRMO QUE EL **TRABAJO ESPECIAL DE GRADO** presentado por el estudiante **María Gabriela Ramos**, C.I. **27.474.980** , cursante de la **Especialización en Planificación Desarrollo y Gestión de Proyectos**, titulado **"MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA AUDIOVISUAL DE FIESTAS INFANTILES EN CARACAS"**, al cual me comprometí en orientar desde el punto de vista académico cumple con los requisitos para su presentación.

A los 14 días del mes Febrero de 2024



Firma del Tutor

DATOS DEL Tutor:
Nombre y Apellido: **Martín Serpa Campo**
Cédula: **2.766.444**,

Av. Buen Pastor, Urb. Boleíta Norte, Caracas, Venezuela.
Telf.: 232.52.55/5142/3221 Fax: 232.56.23

Dedicatoria

Con sincero reconocimiento y gratitud, dedico este logro a Dios, mi guía. Infinitamente agradezco su presencia constante en mi vida, siendo mi fortaleza en momentos de duda y mi consuelo en tiempos de dificultad. Gracias por bendecirme con las oportunidades y capacidades para culminar este proyecto académico.

A mis amados padres, Yudith Mogollón y José Manuel Ramos, su amor, dedicación y sacrificio han sido el motor que me ha impulsado a superar desafíos y alcanzar mis metas. Su apoyo incondicional ha sido la fuerza que me ha sostenido en cada paso del camino.

A mis seres queridos que por diversas circunstancias de la vida han tenido que partir a otro plano, quiero expresarles que su apoyo sigue siendo inmensamente valioso sin importar dónde se encuentren. Siempre los llevaré en mi corazón y los recordaré en cada logro que alcance.

A mi profesora guía del postgrado, Marcella Prince, su experiencia, conocimiento y orientación han sido esenciales en mi formación académica. Agradezco sinceramente su paciencia, su dedicación y el tiempo que me han brindado. Su guía experta ha sido fundamental para llevar a cabo esta investigación y alcanzar los resultados deseados.

A mi asesor, Ruddi Cressa y mi tutor Martín Serpa, su apoyo y mentoría han sido invaluable durante todo el proceso de elaboración del Trabajo Especial de Grado. Les agradezco de corazón su dedicación, su disposición para responder mis preguntas y su orientación experta.

Este trabajo es el resultado de un arduo esfuerzo y dedicación. Cada uno ha sido una pieza clave en este logro, y les estoy eternamente agradecida por su contribución.

Con profundo cariño y gratitud, María Gabriela Ramos.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que han sido parte fundamental de este logro.

A Dios, agradezco infinitamente por tu presencia constante en mi vida, siendo mi fortaleza en momentos de duda y mi refugio en tiempos de dificultad. Gracias por bendecirme con las oportunidades y capacidades para culminar este proyecto académico.

A mis amados padres, su amor incondicional, dedicación y sacrificio han sido la base de mi éxito. Gracias por estar siempre a mi lado, por creer en mí y motivarme a superar obstáculos. A mis amigos y seres queridos, su apoyo incondicional y palabras de aliento han sido un regalo invaluable.

A mis profesores guías del postgrado, su experiencia, conocimiento y orientación han sido invaluableles en mi formación académica. Agradezco su dedicación y paciencia para transmitir los conceptos fundamentales.

A mis tutores, su apoyo y asesoramiento han sido invaluableles durante el desarrollo de esta TEG. Gracias por su compromiso y disposición para brindarme su orientación experta.

Agradezco de todo corazón a todas las personas mencionadas anteriormente y a aquellas que, de alguna manera, contribuyeron a mi crecimiento y éxito. Su apoyo, aliento y sabiduría han sido pilares fundamentales en mi camino hacia la culminación de este Trabajo Especial de Grado. Espero poder retribuir de alguna manera todo lo que han hecho por mí. Con profundo agradecimiento, María Gabriela Ramos.



Universidad
Monteávila

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

UNIVERSIDAD MONTEÁVILA

COMITÉ DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



**ESPECIALIZACIÓN PLANIFICACIÓN, DESARROLLO
Y GESTIÓN DE PROYECTOS**

**MODELO DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA PRODUCTORA
AUDIOVISUAL DE FIESTAS INFANTILES EN CARACAS**

Autor: Ramos Mogollón, María Gabriela

Asesores: Cressa, Ruddi

Tutor: Serpa, Martín

Año: 2024

RESUMEN

El presente Trabajo Especial de Grado (TEG) tiene como objetivo desarrollar un modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas. Se aborda la falta de opciones especializadas en la producción de contenido audiovisual para este mercado específico y proyecciones audiovisuales. Se realizó una revisión exhaustiva de bases teóricas relacionadas con la producción audiovisual, estudio de mercado y financiero. El estudio se llevó a cabo utilizando un enfoque mixto de investigación, recopilando datos cualitativos y cuantitativos. Se realizaron encuestas a los consumidores directos y a las agencias de festejos en Caracas y se obtuvieron datos demográficos y de preferencias de los consumidores. Estos datos se analizaron rigurosamente y se utilizaron para diseñar el modelo de negocio propuesto. Los resultados revelaron una demanda insatisfecha en el mercado de fiestas infantiles en Caracas, lo que confirma la viabilidad de establecer una productora audiovisual especializada. El modelo de negocio propuesto se basa en ofrecer servicios personalizados de producción audiovisual, desde grabación y edición de videos hasta la creación de animaciones y elementos visuales. En conclusión, este estudio proporciona un modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas. Su implementación puede contribuir al desarrollo de la industria de entretenimiento infantil, ofreciendo servicios de calidad que satisfagan las necesidades de las familias siendo viable económicamente.

Línea de Trabajo: *Evaluación Financiera de Proyecto.*

Palabras clave: *[Modelo de Negocio, Productora Audiovisual, Fiestas Infantiles, Análisis FODA]*

Abstract

The present Special Degree Project (SDP) aims to develop a business model for the establishment of a specialized audiovisual production company catering to children's parties in Caracas. It addresses the lack of specialized options in the production of audiovisual content for this specific market and audiovisual projections. A comprehensive review of theoretical foundations related to audiovisual production, market research, and financial analysis was conducted. The study was carried out using a mixed research approach, collecting both qualitative and quantitative data. Surveys were conducted with direct consumers and event agencies in Caracas, gathering demographic and consumer preference data. These data were rigorously analyzed and used to design the proposed business model. The results revealed an unsatisfied demand in the children's party market in Caracas, confirming the viability of establishing a specialized audiovisual production company. The proposed business model is based on offering personalized audiovisual production services, ranging from video recording and editing to the creation of animations and visual elements. In conclusion, this study provides a business model for the establishment of a specialized audiovisual production company for children's parties in Caracas. Its implementation can contribute to the development of the children's entertainment industry, offering quality services that meet the needs of families while being economically viable.

Research Line: *Financial Evaluation of a Project.*

Keywords: [*Business Model, Audiovisual Production Company, Children's Parties, SWOT Analysis*]

Contenido

Dedicatoria.....	v
Agradecimientos.....	vi
RESUMEN.....	vii
Abstract.....	viii
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Tablas.....	xii
Introducción.....	13
Capítulo I. El Problema.....	16
Identificación De Necesidades.....	16
Planteamiento Del Problema.....	17
Objetivo General.....	18
Objetivos Específicos:.....	18
Justificación E Importancia.....	19
Alcance y Delimitación.....	20
Cronograma de Elaboración del TEG (2023-2024).....	21
Capítulo II. Marco Teórico.....	22
Antecedentes.....	22
Bases Teóricas.....	23
Comunicación.....	23
Producción Audiovisual.....	24
Modelo de Negocio.....	24
Fiestas Infantiles.....	25
Tecnologías y equipos audiovisuales.....	25
Componente de Modelo de Negocios de Business Model Canvas.....	26
Análisis DOFA:.....	27
Bases Legales.....	28
Definición de términos básicos.....	31
Capítulo III. Marco Organizacional O Referencial O Situacional.....	31
Ventana de Mercado.....	31
Sector de producción y actividad económica.....	31
Productos o servicios.....	32
Audiencia o público.....	32
Análisis de competidores:.....	33

Capítulo IV. Marco Metodológico	34
Línea de Investigación	34
Tipo de Investigación	34
Diseño de Investigación	35
Población	35
Muestra 1	35
Muestra Intencional 2	37
Técnicas y Herramientas de recolección y procesamiento de datos.....	38
Presentación y análisis de datos	38
Encuesta 1	39
Encuesta 2	46
Metodología del Proyecto.....	53
Cuadro de Variables por objetivos.....	54
Capítulo V. Desarrollo De La Propuesta	55
Análisis Técnico y Operacional:.....	55
Restricciones / Limitaciones	55
Localización / Ubicación.....	56
Tamaño (Producción).....	57
Tecnología	57
Balance de Material.....	58
Balance del Personal	59
Total de Gastos de Inversión.....	59
Estado de Ganancias y Pérdidas	60
Análisis Financiero	62
Costos Variables	63
Análisis del Flujo de Fondos.....	64
Estudio de Rentabilidad de la Inversión.....	64
Análisis de Sensibilidad.....	66
Misión.....	67
Visión	67
Valores.....	67
Análisis FODA.....	68
Modelo CANVAS.....	70
Capítulo VI. Conclusiones Y Recomendaciones	73
Conclusiones.....	73

Recomendaciones	75
Referencias.....	76

Índice de Figuras

<i>Figuras 1 Cronograma de Elaboración del TEG</i>	21
<i>Figuras 2. Formula Cálculo de la Muestra 1</i>	36
<i>Figuras 3. Elaboración de Cálculo de la Muestra 1</i>	37
<i>Figuras 4. Resultado Cálculo de la Muestra 1</i>	37
<i>Figuras 8. Resultado 1- Encuesta 1</i>	42
<i>Figuras 9. Resultado 2- Encuesta 1</i>	42
<i>Figuras 10. Resultado 3- Encuesta 1</i>	43
<i>Figuras 11. Resultado 4- Encuesta 1</i>	43
<i>Figuras 12. Resultado 5- Encuesta 1</i>	44
<i>Figuras 13. Resultado 6- Encuesta 1</i>	44
<i>Figuras 14. Resultado 7- Encuesta 1</i>	45
<i>Figuras 15. Resultado 8- Encuesta 1</i>	46
<i>Figuras 16. Resultado 1- Encuesta 2</i>	49
<i>Figuras 17. Resultado 2- Encuesta 2</i>	49
<i>Figuras 18. Resultado 3- Encuesta 2</i>	50
<i>Figuras 19. Resultado 4- Encuesta 2</i>	50
<i>Figuras 20. Resultado 5- Encuesta 2</i>	51
<i>Figuras 21. Resultado 6- Encuesta 2</i>	52
<i>Figuras 22. Resultado 7- Encuesta 2</i>	52
<i>Figuras 23. Fórmula ROI</i>	65
<i>Figuras 24. Elaboración Fórmula ROI</i>	65
<i>Figuras 25. Resultado Fórmula ROI</i>	66
<i>Figuras 26. Análisis FODA</i>	70
<i>Figuras 27. Business Model Canvas</i>	73

Índice de Tablas

<i>Tablas 1. Cuadro de Variables Por Objetivos</i>	55
<i>Tablas 2. Balance de Material</i>	58
<i>Tablas3. Balance del Personal</i>	59
<i>Tablas 4. Estado de Ganancias y Pérdidas</i>	60
<i>Tablas5.Análisis Financiero</i>	62
<i>Tablas6.Costos Variables</i>	63
<i>Tablas 7. Análisis de Flujo de Fondos</i>	64
<i>Tablas 8. Estudio de Rentabilidad de la Inversión</i>	65
<i>Tablas 9. Análisis de Sensibilidad</i>	66

Introducción

En el ámbito de las celebraciones infantiles en Caracas, se ha evidenciado una notable insuficiencia en la oferta de servicios especializados de producción audiovisual. La creciente demanda de experiencias visuales de alta calidad en eventos dirigidos a niños ha generado una oportunidad única en el mercado. El 87,5% de las agencias infantiles encuestadas para el presente Trabajo Especial de Grado ha admitido su falta de familiaridad con productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles, poniendo de manifiesto una brecha significativa en la oferta de servicios.

El estudio de mercado realizado resaltó que el 50% de las agencias de fiestas infantiles considera insatisfecha la demanda de servicios audiovisuales especializados. La fotografía, reconocida como una herramienta para preservar momentos especiales según la perspectiva de Badger (2009), se presenta como un componente clave.

La encuesta dirigida al público consumidor reveló que el 88,4% considera importante contar con servicios audiovisuales, que incluyan técnicas de filmación y edición destacadas por efectos visuales y animaciones atractivas para los niños, así como la capacidad de contar historias que capturen la magia del evento desde la perspectiva de un niño.

En este contexto, en el Capítulo I, surgió en primer lugar el planteamiento del problema, donde la oferta actual de servicios de fiestas infantiles en Caracas carece de propuestas que integren de manera efectiva los elementos audiovisuales, limitando la capacidad de ofrecer experiencias memorables para los niños y sus familias. El 87,5% de las agencias encuestadas no se encontraban familiarizadas con productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles.

La importancia de la producción audiovisual en eventos, respaldada por estudios que demuestran su impacto en la memoria y emociones del público, subraya la necesidad de atender esta brecha en el mercado. La interrogante sobre cómo satisfacer esta demanda y transformar la realidad actual ha llevado a la necesidad de desarrollar un modelo de negocio

para una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles.

Asimismo, en el Capítulo I, el objetivo general del Trabajo Especial de Grado es diseñar un modelo de negocio que permita la creación de una empresa productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas. Para alcanzar este propósito, se plantearon objetivos específicos, como la realización de un estudio de mercado, un estudio técnico-operativo y la aplicación del modelo Canvas y FODA para visualizar y analizar integralmente los componentes del modelo de negocio. La justificación de este proyecto radica en la importancia creciente de la producción audiovisual en el contexto digital, donde la experiencia completa de fiestas infantiles se ha vuelto esencial.

La carencia identificada en el mercado de fiestas infantiles en Caracas, respaldada por el interés y la demanda de consumidores y agencias, resalta la oportunidad estratégica de ofrecer servicios audiovisuales de alta calidad. El alcance de este trabajo se enfocó en el diseño y desarrollo del modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, excluyendo otros tipos de eventos o áreas geográficas. La investigación de antecedentes contó con el aporte de tesis como "Plan de negocios para la creación de una agencia de marketing digital" (Santiago Popayán, 2023), proporcionando elementos valiosos para el estudio actual, especialmente en el análisis de mercado, competencia, estrategias de mercado y plan financiero, entre otros.

En segundo lugar, dentro del Capítulo II (Marco Teórico), la investigación de bases teóricas abordó la Comunicación, definida por autores como Berlo, quien establece que la comunicación audiovisual transmite información mediante medios tecnológicos, integrando imágenes y elementos sonoros para posicionar una marca y captar la atención del público objetivo.

Del mismo modo, también se exploraron temas como la Producción Audiovisual, Modelo de Negocio (Osterwalder y Pigneur), Fiestas Infantiles, Tecnologías y Equipos Audiovisuales, Componentes de Modelo de Negocios y Análisis DOFA. Del mismo modo, la

investigación de las bases legales respaldó el diseño del modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas utilizando La Providencia, también conocida como "Condiciones para la Prestación de los Servicios de Producción Nacional Audiovisual" (Badellgrau, 2021), específicamente el artículo 5, artículo 22 y el artículo 23. Además, se exploraron las disposiciones del Código de Comercios de Venezuela para conocer el registro mercantil del modelo de negocio.

En tercer lugar, en el Capítulo III (Marco Organizacional) se definió la ventana de mercado, el sector de producción, el producto o servicio a ofrecer, y la audiencia en base a la encuesta realizada y análisis de competidores.

En cuarto lugar, en el capítulo IV, la metodología de investigación se sustentó en un enfoque mixto, combinando elementos cuantitativos y cualitativos a través de encuestas y análisis documental para respaldar la validez y confiabilidad del estudio.

En quinto lugar, en el desarrollo de la propuesta se elaboró el análisis técnico operacional, se estipuló el balance de material y del personal, el estado de ganancias y pérdidas en base al primer mes y a un año para conocer a profundidad sobre la rentabilidad de inversión y su factibilidad. Se definieron la misión, visión y valores, así como también se realizó un análisis FODA y se aplicó el Modelo Canvas.

Finalmente, en el capítulo VI, se presentaron las conclusiones y recomendaciones del trabajo basadas en el análisis de resultados producido por las encuestas, el estudio de mercado e investigación profunda para el modelo de negocio para la creación de una empresa productora de fiestas infantiles en Caracas.

Capítulo I. El Problema

Identificación De Necesidades

Las necesidades identificadas del modelo de negocio para la creación una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas son:

- Presencia de una alta demanda de servicios de producción audiovisual especializados en fiestas infantiles en Caracas debido a la escasez de oferta en este sector. Esto se reflejó en las encuestas dirigidas a agencias infantiles para el estudio de mercado, donde se indicó que el 87,5% de las agencias encuestadas no estaban familiarizadas con el concepto de productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles. Esta falta de servicios generó una oportunidad de mercado. Además, el 75% de las agencias de fiestas infantiles encuestadas señalaron que la incorporación de servicios audiovisuales especializados en dicho rubro podría ser una oportunidad de negocio para ellas.
- Necesidad de contar con expertos en producción audiovisual que comprendieran las preferencias de la audiencia infantil. Esto implicaba la necesidad de profesionales con conocimiento y experiencia en la creación de contenido audiovisual que fuera divertido, atractivo y adecuado para los niños. Según el estudio de mercado realizado mediante las encuestas, el 50% de las agencias de fiestas infantiles encuestadas consideraron que existía una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales especializados en fiestas infantiles. Cabe resaltar que no se encontraron estudios previos que respalden esta necesidad, destacando la relevancia de esta investigación en una situación económica particular en Venezuela, donde según Swissinfo.Ch (2023) se proyecta un crecimiento económico del 9% en 2024, sujeto a eventos clave como las elecciones presidenciales y la política de sanciones de Estados Unidos. La suspensión de sanciones hasta abril

podría generar un crecimiento significativo entre el 9% y el 10%, según estimaciones de Ecoanalítica. Sin embargo, esta proyección está condicionada a que los acuerdos se cumplan, ya que posibles cambios en la situación política podrían afectar la estabilidad económica del país (Swissinfo.Ch, 2023).

- Necesidad de preservar los momentos especiales de las fiestas infantiles para revivirlos en el futuro. Como menciona Badger (2009, p. 7-8), la fotografía funciona como una herramienta para consolidar la visión del mundo, pero al capturar una imagen, esta se convierte instantáneamente en materialización de un recuerdo. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la fotografía en sí misma no es el recuerdo real, sino más bien una huella que genera la certeza de que algo existió, siendo una representación de la realidad (Badger, 2009, p. 7-8).
- Se evidenció la necesidad de ofrecer un producto final único para las fiestas infantiles. Esto podría incluir técnicas de filmación y edición que resaltaran los elementos lúdicos y festivos del evento, la incorporación de efectos visuales, animaciones atractivas para los niños, y la capacidad de contar una historia a través del video que capture la magia y la emoción de la fiesta desde la perspectiva de un niño. Esta necesidad se manifestó en una de las encuestas realizadas al público consumidor, donde el 88,4% consideró importante contar con servicios audiovisuales en las fiestas infantiles en Caracas.

Planteamiento Del Problema

En el contexto de las fiestas infantiles en Caracas, según el estudio de mercado realizado, se identificó una necesidad insatisfecha de contar con servicios de producción audiovisual especializados y de alta calidad, donde la oferta de servicios de fiestas infantiles en Caracas carece de propuestas que integren de manera efectiva los elementos audiovisuales, lo que limita la capacidad de ofrecer experiencias memorables para los niños

y sus familias, en donde el 87,5% de agencias encuestadas respondieron no estar familiarizados con productoras audiovisuales especializada en dicho rubro.

Asimismo, según el artículo de Eikonos, el uso de recursos audiovisuales es esencial para que el público recuerde y retenga el mensaje que se desea comunicar. Según investigaciones realizadas, las imágenes tienen un impacto mucho mayor que los textos en la memoria y las emociones de las personas, llegando a ser 60.000 veces más efectivas. Además, la combinación de sonido e imagen mejora la retención de la información en un 75% (Eikonos, 2021).

Ante dicha situación, surgió la interrogante de cómo se podía atender esa necesidad y qué acciones se podrían emprender para transformar la realidad actual. Debido a las respuestas reflejadas en la encuesta, se hizo evidente la necesidad de desarrollar un modelo de negocio que permitiera la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles.

Desde dicha perspectiva, se contribuyó a la solución de este problema al realizar un estudio de mercado para la elaboración de un modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas.

Objetivo General

Diseñar un modelo de negocio para la creación de una empresa productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas.

Objetivos Específicos:

1. Realizar un estudio de mercado de fiestas infantiles en Caracas mediante la aplicación de encuestas dirigidas al público consumidor y agencias infantiles, con el objetivo de identificar

las oportunidades y demandas existentes en el ámbito de la producción audiovisual especializado en dicho rubro.

2. Elaborar un estudio técnico-operativo para definir los procesos y recursos necesarios para la producción audiovisual de las fiestas infantiles.

3. Aplicar el modelo Canvas y FODA al diseño del modelo de negocio con el fin de visualizar y analizar de manera integral los diferentes componentes del mismo.

Justificación E Importancia

En el contexto digital, la producción audiovisual, como el arte de crear eventos con elementos visuales, de audio y de luces, proporciona una experiencia completa y potencia el mensaje a transmitir, aumentando su capacidad persuasiva (EIKONOS, 2021).

Estudios han demostrado que las imágenes son 60,000 veces más efectivas que los textos en la asociación de la memoria y la generación de respuestas emocionales, y la combinación de audio y video incrementa la retención de información en un 75%. La calidad de la producción audiovisual impacta positivamente la percepción del público y su satisfacción general en el evento (EIKONOS, 2021).

La incorporación de la producción audiovisual no solo busca transmitir un mensaje impactante en el momento, sino también crear una experiencia única y memorable, inmortalizando los eventos y dejando una impresión duradera en la mente y el recuerdo de las personas (EIKONOS, 2021).

En el caso específico de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, Venezuela, la importancia de la producción audiovisual fue aún más relevante. Según los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se identificó una carencia de propuestas que integraran de manera efectiva los elementos audiovisuales en las fiestas infantiles. De hecho, se constató que el 87,5% de las agencias encuestadas de dicho rubro no estaban

familiarizadas con la producción audiovisual especializada en fiestas infantiles. Además, el 50% de las agencias encuestadas consideraba que existía una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales en las fiestas infantiles.

Asimismo, el estudio reveló que la gran mayoría de las personas encuestadas como consumidores, el 88,4% consideran importante contar con servicios audiovisuales en las fiestas infantiles. Además, se identificó que los servicios audiovisuales más relevantes para una fiesta infantil son la fotografía (67,4%), la grabación y edición de videos (58,1%), las animaciones y efectos visuales (65,1%), y las proyecciones audiovisuales (25,6%). Estos resultados demostraron el interés y la demanda existente por parte de los consumidores.

Cabe resaltar, que la propuesta de servicios audiovisuales de alta calidad representa una oportunidad estratégica en el mercado. Los resultados de las encuestas indicaron que los clientes valoran aspectos como la calidad del trabajo (90,7%), la experiencia previa en eventos similares (60,5%), la variedad de servicios ofrecidos (60,5%) los precios competitivos al contratar una productora audiovisual (67,4%) y recomendaciones previas (60,5%).

La importancia del Trabajo Especial de Grado radica en abordar la oportunidad de satisfacer una necesidad latente en el mercado de fiestas infantiles en Caracas mediante la creación de una productora audiovisual especializada.

Alcance y Delimitación

El alcance del Trabajo Especial de Grado se centró en el diseño y desarrollo de un modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en la ciudad de Caracas. Se enfocó en identificar las necesidades y expectativas de los clientes en cuanto a la producción audiovisual en las fiestas infantiles mediante una encuesta dirigida al público consumidor y agencias infantiles.

En efecto, se investigaron aspectos relacionados con la planificación, producción y postproducción de elementos audiovisuales para fiestas infantiles, incluyendo la contratación de personal especializado, la adquisición de equipos y materiales, y la creación de contenidos creativos y atractivos para los niños. Además, se contempló la elaboración de un plan de negocio que incluyó un análisis de mercado y estimación de costos.

Es importante destacar que el alcance de este proyecto se limitó a la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en la ciudad de Caracas y no abarcó otros tipos de eventos o localidades.

Cronograma de Elaboración del TEG (2023-2024)

Figuras 1 Cronograma de Elaboración del TEG

TAREAS	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO
Selección de tema de Investigación	■									
Definición de los objetivos de la investigación		■								
Redacción de Capítulo I y II			■							
Elaboración de encuesta, recopilación e interpretación de datos y el Capítulo III y IV			■	■						
Reunión con Tutor				■						
Elaboración de Capítulos V, y VI.				■	■	■	■			
Revisión y edición final						■	■	■	■	
Preparación de la presentación final								■	■	■
Presentación de tesis										■

Capítulo II. Marco Teórico

Antecedentes

El autor Santiago Popayán Copete elaboró una tesis titulada "*Plan de negocios para la creación de una agencia de marketing digital*" en el año 2023. En esta investigación, el autor se adentra en el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una agencia de marketing digital, abordando diversos aspectos fundamentales (Copete, 2023).

Dentro de los objetivos de esta investigación, se destaca que se realizó un exhaustivo estudio de mercado, incluyendo el análisis de la competencia existente en el sector. El autor también profundiza en las estrategias de mercado que se pueden implementar para destacar en el entorno digital, así como en la elaboración de un plan financiero sólido y realista para el funcionamiento de la agencia (Copete, 2023).

La investigación realizada por Santiago Popayán Copete ha sido de gran utilidad para este estudio, ya que se ha aplicado el enfoque y los conocimientos presentados en cuanto al análisis de mercado y plan financiero en el proceso de estructuración y desarrollo del modelo de negocio propuesto en el presente estudio (Copete, 2023).

Asimismo, se consultó la tesis titulada "*Plan de negocios para la reestructuración de la óptica Argo*" elaborada por la Licenciada Karina Elizabeth Dominguez en el año 2018. A pesar de que esta tesis se centra en la reestructuración de una óptica, se han considerado algunos elementos relevantes relacionados con el diseño del modelo de negocio. En particular, se ha tomado en cuenta el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos planteados en dicha investigación; estos aspectos se han adaptado y aplicado al contexto específico de la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles. (Dominguez, K. E. 2018)

Delgado A. y Jesús M. realizaron un trabajo en el Máster Universitario en Dirección de Empresas de la Universidad Católica de Murcia, titulado "Creación de una empresa de servicios audiovisuales" en el año 2017. En esta investigación, se buscaba obtener una visión general del sector, analizando el posicionamiento del mercado audiovisual español y las ventajas de establecer una empresa de servicios audiovisuales en España en comparación con otras ubicaciones europeas.

Este trabajo ha sido de gran relevancia para el desarrollo del Presente Trabajo Especial de Grado, ya que su objetivo principal es la creación de una productora dentro del sector audiovisual en España. Se han tomado en cuenta aspectos como la organización de recursos humanos, equipos, y los costos. Este trabajo se ha convertido en una guía fundamental para la elaboración del presente estudio, al cual se le ha añadido información de análisis específica basada en Caracas, Venezuela, así como enfoques particulares sobre la producción audiovisual.

Bases Teóricas

La creación de la productora audiovisual abarca diferentes estudios teóricos, que parten desde lo más básico de la comunicación, hasta lo que se conoce en la actualidad como la producción, modelo de negocios, entre otros.

Comunicación

Según Berlo (1984), la comunicación es un proceso en el cual una fuente crea un mensaje que desea transmitir, lo codifica y lo envía a través de un canal para que el receptor pueda decodificarlo y recibirlo (p. 19). La comunicación tiene como propósito influir por los factores personales de la fuente y el receptor, como habilidades, actitudes, conocimientos, sistemas sociales y cultura (Berlo, 1984, p. 19).

Asimismo, independientemente de cuál modelo sea tomado en consideración, todos tienen cinco elementos en común dentro del proceso de comunicación que son: la Fuente, el Codificador y decodificador, el Mensaje, el Canal y el Receptor. (Berlo, 1984, p.19)

Por otro lado, es importante destacar que según la plataforma *HuriBroadcast* la comunicación audiovisual es considerada como *“la transmisión de mensajes audiovisuales a través de medios tecnológicos, que integran imágenes figurativas, esquemáticas o abstractas y elementos sonoros tales como la música, los sonidos, los ruidos y el silencio”* (2016), en donde efectivamente se utilizan recursos de índole gráfica, visual y sonora para transmitir información y captar la atención del receptor al momento de recibir el mensaje.

Producción Audiovisual

Según María J. Ortiz, la producción audiovisual *“se refiere al proceso general de creación de una obra audiovisual, es decir, a toda la actividad que empieza con la idea y termina con la obtención de la copia estándar”* (2018, pg.5), el cual cumple con la función de crear un pieza audiovisual y que su producción se basa en 3 fases fundamentales: la preproducción (cuando se establece qué se va a realizar, el cual incluye la definición de la idea principal, presupuestos, guion técnico, definición de las localizaciones, el plan de trabajo y asignación de recursos), producción (el momento de grabación o fase de rodaje) y postproducción(edición de la pieza grabada, que comprende la sonorización, colorización, etc.), el cual son elementos fundamentales para que el producto audiovisual se realice de la mejor manera posible.

Modelo de Negocio

Osterwalder y Pigneur (2010, p.16) presentan en su libro "Generación de modelos de negocio" un marco teórico que ha sido ampliamente adoptado. Según estos autores, un modelo de negocio se compone de nueve elementos clave: propuesta de valor, segmentos

de clientes, canales de distribución, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave y estructura de costos. Este enfoque permite analizar y diseñar los diferentes aspectos de un negocio, identificando cómo se crea, entrega y captura valor.

Fiestas Infantiles

Desde la perspectiva de Jean Piaget (1962), las fiestas infantiles se alinean con su teoría del juego y el desarrollo cognitivo. Piaget sostiene que el juego es una actividad esencial para el desarrollo de los niños, ya que les permite explorar, experimentar y aprender sobre el mundo que les rodea. Durante las fiestas infantiles, los niños participan en juegos, actividades recreativas y creativas que estimulan su pensamiento lógico, su imaginación y su capacidad para resolver problemas (Piaget, 1962, p. 205).

Tecnologías y equipos audiovisuales

Según Kotler y Armstrong (2010), la tecnología audiovisual comprende las herramientas utilizadas para transmitir información, desde multimedia hasta hologramas, dependiendo del tipo de contenido que se desea comunicar. Asimismo, las tecnologías y equipos audiovisuales pueden ser analizados en términos de las siguientes dimensiones:

- Disponibilidad de tecnologías y equipos: Se refiere a la accesibilidad y disponibilidad de las tecnologías y equipos necesarios para la producción audiovisual (Kotler& Armstrong, 2010).
- Calidad de los equipos: Se refiere a la eficacia, eficiencia y durabilidad de los equipos utilizados en la producción audiovisual (Kotler& Armstrong, 2010).
- Innovaciones tecnológicas: Se refiere a las nuevas tecnologías y avances que pueden mejorar la calidad y eficiencia de la producción audiovisual (Kotler& Armstrong, 2010).

Componente de Modelo de Negocios de Business Model Canvas

Se refiere a los elementos fundamentales que conforman la estructura y operación de un negocio. Según Osterwalder y Pigneur (2010), un modelo de negocio describe la lógica de cómo una organización crea, entrega y captura valor.

Según Osterwalder y Pigneur (2010), los componentes del modelo de negocio pueden ser analizados en términos de las siguientes dimensiones:

- **Segmentos de clientes:** Se refiere a los diferentes grupos de personas o entidades a los que una empresa pretende llegar y servir.
- **Propuesta de valor:** Se refiere a los productos y servicios que crean valor para un segmento de clientes específico.
- **Canales de distribución y comunicación:** Se refiere a cómo una empresa se comunica con y llega a sus segmentos de clientes para entregar una propuesta de valor.
- **Relaciones con el cliente:** Se refiere a los tipos de relaciones que una empresa establece con segmentos de clientes específicos. En el caso de una productora audiovisual de fiestas infantiles, es importante establecer relaciones personalizadas con los padres y los niños, con el fin de comprender sus necesidades y preferencias. Esto implica la realización de reuniones previas a la fiesta para discutir detalles, gustos y expectativas, y mantener una comunicación fluida durante todo el proceso.

Además, se pueden aplicar relaciones de asesoramiento, brindando orientación sobre las opciones disponibles para la producción audiovisual de la fiesta. Esto puede incluir sugerencias sobre temáticas, actividades y formatos de video, con el objetivo de garantizar una experiencia satisfactoria y acorde con las expectativas.

También es importante mantener relaciones de seguimiento, manteniendo una comunicación posterior a la fiesta para recibir comentarios y opiniones de los clientes. Esto puede implicar la entrega de material audiovisual editado y la disposición para realizar ajustes o mejoras si es necesario.

- **Fuentes de ingresos:** Se refiere a los mecanismos de generación de ingresos de una empresa.
- **Recursos clave:** Se refiere a los activos más importantes requeridos para hacer funcionar un modelo de negocio.
- **Actividades clave:** Se refiere a las actividades más importantes que una empresa debe llevar a cabo para que su modelo de negocio funcione.
- **Asociaciones clave:** Se refiere a la red de proveedores y socios que hacen que el modelo de negocio funcione.
- **Estructura de costos:** Se refiere a todos los costos incurridos para operar un modelo de negocio.

Análisis DOFA:

Gupta (2013) afirma que el análisis FODA es una técnica que permite evaluar la situación de una organización en relación con su entorno. Este método proporciona una visión integral al examinar tanto factores internos como externos que afectan el desempeño de una organización. Las fortalezas y debilidades se enfocan en aspectos internos de la organización. Las fortalezas son atributos positivos y ventajas competitivas que la entidad posee, mientras que las debilidades son limitaciones y áreas de mejora. Esta perspectiva interna es crucial para entender los recursos, capacidades y deficiencias que influyen en la capacidad de la organización para alcanzar sus objetivos (Gupta, 2013).

Por otro lado, las oportunidades y amenazas se centran en factores externos al control directo de la entidad. Las oportunidades son condiciones positivas que la

organización puede aprovechar para su beneficio, mientras que las amenazas son factores externos que podrían obstaculizar el rendimiento. Identificar oportunidades y amenazas permite a la organización adaptarse proactivamente a su entorno, minimizando riesgos y capitalizando en tendencias y cambios del mercado (Weihrich, 1982, p. 54).

El análisis FODA proporciona una estructura efectiva para la planificación estratégica al permitir que las organizaciones desarrollen estrategias que capitalizan en sus fortalezas, aborden sus debilidades, aprovechen oportunidades externas y gestionen amenazas potenciales. Al combinar factores internos y externos, el análisis FODA se convierte en una herramienta esencial para la toma de decisiones estratégicas y la formulación de planes que mejoren la posición competitiva de la organización (Helms & Nixon, 2010, p. 215).

Bases Legales

La Providencia, también conocida como "*Condiciones para la Prestación de los Servicios de Producción Nacional Audiovisual*" (Badellgrau, 2021), establece las reglas y regulaciones legales para la constitución, funcionamiento, supervisión, inspección, control, regulación y vigilancia de los servicios de producción nacional audiovisual. Su objetivo principal es desarrollar el marco jurídico aplicable a estos servicios, de acuerdo con las disposiciones de la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) y otras normativas pertinentes (Badellgrau, 2021).

El artículo 5 de la Providencia establece que el Estado es responsable de proporcionar el servicio de producción audiovisual a través de operadores públicos que hayan registrado sus proyectos ante la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (CONATEL). CONATEL puede otorgar permisos excepcionales a solicitantes que cumplan con los requisitos establecidos. (Badellgrau, 2021) Para ofrecer servicios de producción audiovisual, los órganos y entidades descentralizadas deben registrar su proyecto ante

CONATEL, siguiendo las pautas establecidas en la Ley Orgánica de Telecomunicaciones (LOTEL) y las directrices de CONATEL (*Badellgrau, 2021*)

CONATEL evaluará la viabilidad legal, técnica y económica del proyecto y, si es favorable, notificará a los órganos y entidades descentralizadas. Los operadores públicos de servicios de producción audiovisual se inscribirán en el Registro Nacional de Telecomunicaciones. Las modificaciones al proyecto deben ser autorizadas por CONATEL, y cualquier interrupción en el servicio debe ser notificada dentro de los diez días hábiles siguientes (*Badellgrau, 2021*).

El permiso para la prestación de servicios de producción audiovisual en Venezuela es descrito como un acto unilateral en el cual CONATEL otorga a una persona o entidad la autorización para transmitir programación audiovisual en el territorio venezolano a través de los operadores de difusión por suscripción (*Badellgrau, 2021*). Estos aspectos legales fueron considerados en el desarrollo del modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas.

En el contexto de la creación de una productora audiovisual, es importante que los operadores de servicios de producción nacional audiovisual cumplan con las regulaciones relacionadas con el ambiente, la ordenación del territorio, el urbanismo, los derechos de autor, la propiedad intelectual y el contenido de las transmisiones, entre otras áreas que están reguladas según lo establecido en el artículo 35 (*Badellgrau, 2021*).

De acuerdo con el artículo 22 de la Providencia, se requiere que los solicitantes cumplan con ciertos requisitos legales, como poseer capacidad e idoneidad legal para la prestación de servicios, no estar sujetos a inhabilitación, estar debidamente constituidos o tener la capacidad de adquirir derechos y obligaciones legítimamente, tener domicilio en la República Bolivariana de Venezuela, contar con un representante ante CONATEL y asegurar el cumplimiento de las disposiciones legales y regulatorias vigentes (*Badellgrau, 2021*).

Además, en el caso de personas jurídicas constituidas en el extranjero, se exige acreditar su domicilio en Venezuela, su representación comercial, legal, técnica y económica en el país, así como su responsabilidad ante los tribunales y organismos competentes del país, a menos que exista una excepción establecida en acuerdos o tratados internacionales ratificados por Venezuela.(Badellgrau, 2021).

Por otro lado, en cuanto a los requisitos y condiciones económicas, según el artículo 23 de la Providencia, CONATEL verificará la viabilidad económica de la inversión propuesta en el proyecto de producción audiovisual, asegurando su sostenibilidad en el tiempo. También se evaluará la capacidad financiera del solicitante para prestar eficientemente los servicios, considerando el respaldo patrimonial de la empresa y sus accionistas, a fin de cumplir con las obligaciones establecidas en la legislación aplicable.(Badellgrau, 2021).

Las bases legales mencionadas previamente, fueron fundamentales para comprender el marco legal y regulatorio dentro del cual se desarrollan las actividades de producción audiovisual en Venezuela.

Por otra parte, el Código de Comercios de Venezuela, indica lo siguiente:

a) *En la Secretaría de los Tribunales de Comercio se llevará un registro en que los comerciantes harán asentar todos los documentos que según este Código deben anotarse en el Registro de Comercio”(Código de Comercios de Venezuela,1995, Artículo 17), afirmando así el proceso de registro de la empresa.*

b) *El registro se hará en un libro de papel de hilo, empastado y foliado, que no podrá ponerse en uso sin una nota fechada y firmada en el primer folio, suscrita por el juez y su Secretario o por el Registrador Mercantil, en los lugares donde lo haya, en la que conste el número de folios que tiene el libro. Los asientos se harán numerados, según la fecha en que ocurran y serán suscritos por el Secretario del Tribunal o jefe de la Oficina y por el interesado a cuya solicitud se haga el registro. Se llevará en otro libro empastado un índice alfabético de los documentos contenidos en el registro, a medida que se fueren registrando,*

con anotación del número que les corresponda y del folio en que se hallan. Todos los nombres de los interesados que se expresen en el documento que se registre, se anotarán en el índice en la letra correspondiente al apellido”(Código de Comercios de Venezuela,1995, Artículo 18), especificando el proceso de registro mercantil del negocio.

Definición de términos básicos

Posicionamiento de marca: Es el diseño de la oferta comercial que permita que la marca o concepto ocupe un lugar en la mente del consumidor (Kotler, 2013, p.215)

Producción audiovisual: Elaboración de contenidos para medios de comunicación audiovisuales, independientemente del soporte utilizado y del género (Ortiz, 1997, p. 5).

Capítulo III. Marco Organizacional O Referencial O Situacional

Ventana de Mercado

El Trabajo Especial de Grado tuvo como objetivo el desarrollo de un modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en la producción de fiestas infantiles en Caracas. El estudio se enfocó en la identificación de oportunidades y desafíos del mercado local a través de encuestas, las cuales fueron posteriormente analizadas e incorporadas en el estudio de mercado. Además, se llevó a cabo un estudio técnico y de factibilidad.

Sector de producción y actividad económica

El modelo de negocio de la productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas se ubicó dentro del sector de servicios y entretenimiento. Este sector hizo referencia a la actividad económica relacionada con la prestación de servicios a través de la organización, producción de eventos y experiencias de entretenimiento para el público en general. La

productora audiovisual se encargará de ofrecer servicios especializados en la producción audiovisual en fiestas infantiles. Al centrarse en el entretenimiento y satisfacer las demandas de un mercado en crecimiento, este emprendimiento se insertó en el sector de servicios y entretenimiento, generando valor en base a la respuestas adquiridas de la encuesta realizada en base al estudio de mercado.

Productos o servicios

El modelo de negocios de la productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas ofrecerá una amplia gama de productos y servicios enfocados en el servicio audiovisual.

Se pretende crear ambientes a través de elementos audiovisuales innovadores, como proyecciones visuales, juegos de luces y efectos especiales. Además, se ofrecerán servicios de producción audiovisual que incluirán la grabación y edición de los momentos más destacados de la fiesta, brindando a las familias un recuerdo duradero en forma de videos recopilatorios. De esta manera, no solo se encargará de proporcionar un entretenimiento visual durante la fiesta mediante proyecciones audiovisuales, sino también de capturar y preservar esos momentos especiales para que las familias puedan revivirlos una y otra vez.

Audiencia o público

La audiencia de la productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas se dividió en dos roles principales: los padres y los niños. Los padres son los encargados de tomar decisiones y realizar las compras de servicios. Por otro lado, los niños son los protagonistas de las fiestas y buscan momentos de diversión y alegría.

En la encuesta realizada a los consumidores, se observó que la audiencia predominante tenía entre 18 y 24 años, representando un 34,9% del total. Además, un 23,3% correspondía a personas de 25 a 34 años, y el resto se distribuía en diferentes grupos de edad.

Además, las agencias de eventos ubicadas en Caracas formaron parte del estudio de mercado realizado para la creación de la productora audiovisual de fiestas infantiles. Esto se debió a la necesidad de comprender el entorno y las preferencias de los clientes.

Análisis de competidores:

1. @Instakids.ve: Esta empresa se dedicó a ofrecer servicios de animación, decoración, fotografía y video para fiestas infantiles. Su enfoque se centró en crear fiestas únicas y personalizadas, adaptándose a las necesidades y gustos de cada cliente. Su fortaleza radicó en su experiencia de más de 10 años en el mercado de las fiestas infantiles y su presencia en las redes sociales, lo que le permitió mantener una cartera de clientes satisfechos y generar contenido atractivo para atraer a nuevos clientes. Sin embargo, pudo enfrentar competencia en el mercado y desafíos relacionados con la situación económica y la disponibilidad de recursos.

2. @EIFotoShow: Esta empresa se especializó en servicios de fotografía y video para eventos sociales y corporativos. Contaban con un equipo de fotógrafos y videógrafos profesionales, los cuales se distinguían por su calidad y estilo creativo y original. Su página web, estrategia de contenidos y reputación online respaldaron la calidad de sus servicios. Aunque enfrentaron competencia en el mercado de la fotografía y el video, su experiencia de más de 5 años y su enfoque profesional les

brindó una ventaja competitiva. Al igual que Instakids.ve, pudieron enfrentar desafíos relacionados con la situación económica y la disponibilidad de recursos.

Capítulo IV. Marco Metodológico

Línea de Investigación

Evaluación Financiera de Proyecto.

Tipo de Investigación

El tipo de Investigación se basó en un enfoque denominado “Proyecto factible”, que implica la elaboración y desarrollo de una propuesta viable para solucionar problemas o necesidades de organizaciones o grupos sociales (UPEL, 2016). Se realizó una investigación documental para recopilar información teórica y conceptual sobre la comunicación audiovisual y el mercado de la producción de contenidos audiovisuales. Esta metodología permitió contextualizar el tema de investigación y establecer un marco teórico sólido que fundamentó la propuesta de creación de la empresa.

Además, se implementó el uso de Google Forms para recopilar datos que validaron el estudio de mercado y proporcionaron información detallada sobre el público objetivo. Según Ghauri y Grønhaug (2020), *“una encuesta vía Google Forms es un método de investigación que utiliza una herramienta en línea para realizar preguntas a un grupo de personas con el objetivo de obtener información sobre sus opiniones, actitudes, comportamientos o características demográficas”*. Esta herramienta permitió obtener información relevante sobre las preferencias y necesidades del público objetivo en relación con los contenidos audiovisuales, lo que contribuyó a la definición de la estrategia de producción y distribución de contenidos de la empresa.

Diseño de Investigación

El diseño de investigación utilizado fue de tipo mixto, combinando elementos de metodología cuantitativa y cualitativa (Creswell, 2014). Se implementó la metodología cuantitativa para analizar datos numéricos, establecer patrones y tendencias relevantes para el desarrollo de la empresa.

Se utilizó la metodología cualitativa a través de encuestas vía Google Forms para obtener información detallada sobre las preferencias y necesidades del público objetivo en relación con la producción audiovisual (Bryman, 2016).

Población

El estudio se enfocó en una población de interés que se clasifica como finita, tal como lo define Babbie (2010, p.143). Una población es considerada finita cuando se puede determinar y limitar el número total de sus componentes. En este estudio, tanto el primer grupo como el segundo cumplen con esta definición, ya que son conjuntos de individuos o entidades con características comunes que se pueden contar y cuyo número es limitado.

Esta población se dividió en dos grupos distintos para el estudio. Ambos grupos participaron en una encuesta realizada a través de Google Forms. El primer grupo estuvo compuesto por individuos de entre 15 y 64 años que habían contratado servicios de agencias infantiles (Muestra 1). El segundo grupo incluyó a las empresas de agencias infantiles (Muestra 2). De esta manera, ambos grupos representaban a los individuos y entidades involucradas en la contratación de servicios de agencias infantiles en Caracas.

Muestra 1

Para determinar el tamaño de muestra 1 en una población finita específica de individuos de entre 18 y 50 años que habían contratado servicios de agencias infantiles.

Según datos recopilados por ENCOVI en 2021, la población del Distrito Capital,

comprendida entre 15 y 64 años, asciende a 1.244.497 individuos. Para la encuesta, se determinó que el público objetivo se centra en el 0.5% de esta cifra, fundamentado en la demografía de la clase media con ingresos mensuales. El enfoque se dirige específicamente hacia la población de clase media, considerando sus características socioeconómicas. La selección del 0.5% de la población total se basa en la necesidad de ajustarnos a un target específico, garantizando que el proyecto se centre en aquellos que se alinean con el perfil de nuestra audiencia. Es fundamental tener en cuenta que, a pesar de mejoras en los ingresos laborales del sector privado, especialmente en el comercio y servicios del Área Metropolitana de Caracas, los ingresos aún permanecen significativamente bajos. Según estimaciones de campo recientes (ENCOVI), la remuneración promedio en este sector apenas alcanzó los US\$ 116 mensuales en abril de 2022.

Asimismo, se empleó una fórmula estándar ampliamente utilizada en recursos de investigación y estadística, como la proporcionada por Sharon L. Lohr (2019). Esta fórmula permite calcular el tamaño de muestra necesaria para lograr un nivel deseado de confianza y un margen de error aceptable, teniendo en cuenta la variabilidad esperada en los datos.

Figuras 2. Formula Cálculo de la Muestra 1

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

Donde:

- n= Es el tamaño de la muestra.
- N: Es el tamaño de la población.
- Z: Es el nivel de confianza deseado.
- p: es la proporción estimada de la población que posee la característica de interés
- E: margen de error tolerable

- q: probabilidad de que ocurra el éxito deseado
- q: Probabilidad de que no ocurra el evento

Al exponer los datos, el cálculo se realiza de la siguiente manera:

Figuras 3.Elaboración de Cálculo de la Muestra 1

$$n = \left(\frac{6.250 * 1,96^2 * 50\% * 50\%}{(15\%^2 * (6.250 - 1) + 1,96^2 * 50\% * 50\%)} \right)$$

- n=?
- N:6.250
- Z: 1,96 (95%)
- p: 50%
- E: 15%
- q:50%

Como resultado de este cálculo, se obtuvo un tamaño de muestra con un total de 43 personas.

Figuras 4.Resultado Cálculo de la Muestra 1

$$n = 42,40$$

Muestra Intencional 2

La Muestra Intencional 2 se compone de 8 agencias de festejos seleccionadas deliberadamente dentro de la población específica de empresas de agencias infantiles. Es importante destacar que en este contexto, no existe una población general, ya que la

muestra fue intencionalmente seleccionada en función de criterios específicos y no se pretende inferir resultados a una población más amplia.

El proceso de selección se basó en consideraciones específicas para garantizar la representatividad de la muestra dentro del ámbito de las agencias de festejos infantiles. Factores como la diversidad en los servicios ofrecidos, la trayectoria en el mercado y la ubicación geográfica pudieron influir en la elección de las agencias incluidas en la muestra. La ausencia de una población definida en este caso refuerza la intencionalidad de la muestra, ya que se prioriza la calidad y relevancia de la información recopilada sobre el conjunto de agencias infantiles en lugar de buscar generalizaciones a una población más amplia, donde la muestra intencional de fiestas infantiles es de 8.

Técnicas y Herramientas de recolección y procesamiento de datos.

La recolección de datos se llevó a cabo a través de una encuesta en línea utilizando Google Forms. Esta encuesta permitió recopilar información detallada sobre las preferencias y necesidades del público objetivo en relación a la productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas.

La confiabilidad y validez del instrumento utilizado, en este caso la encuesta de Google Forms, fue verificada por el Comité de Ética en la Investigación de la Universidad Monteávila. Esto aseguró que el instrumento fuera confiable y capaz de medir con precisión las variables de interés. Además, se utilizaron técnicas estadísticas para procesar e interpretar la información recabada, lo que permitió identificar patrones y tendencias relevantes para el desarrollo del TEG.

Presentación y análisis de datos

Esta encuesta se realizó utilizando un formulario digital con el objetivo de recopilar

información relevante sobre la audiencia y el mercado de productoras audiovisuales de fiestas infantiles en Caracas. Las preguntas fueron cerradas, de selección simple y múltiple, y se enviaron a través de correo electrónico y WhatsApp.

El estudio se llevó a cabo utilizando una muestra 1 seleccionada de un grupo piloto. Este grupo se dividió en dos: el primer grupo estaba compuesto por individuos de entre 18 y 50 años que habían contratado servicios de agencias infantiles (Muestra 1), mientras que el segundo grupo incluía a las propias empresas de agencias infantiles (Muestra Intencional 2). De esta manera, ambos grupos representaban a los individuos y entidades involucradas en la contratación de servicios de agencias infantiles en Caracas. Para obtener una evaluación cualitativa y cuantitativa, se utilizó Google Forms como herramienta para recopilar datos. El diseño fue el siguiente:

Encuesta 1

- **Correo**

Texto de respuesta corta

- **Nombre y Apellido**

Texto de respuesta corta

- **Edad (Selección Simple)**

- Menos de 18 años
- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años

- 55 años o más

- **Género**

- Masculino
- Femenino
- Prefiero no decirlo

- **Ubicación Geográfica**

- Caracas
- Otra

- **Nivel Educativo**

- Educación Primaria
- Educación Secundaria
- Educación Universitaria
- Postgrado
- Otra

- **Ingresos familiares mensuales:**

- Menos de 500 USD
- 500-1000 USD
- 1000-2000 USD
- Más de 2000 USD

- **¿Considera importante contar con servicios audiovisuales en las fiestas infantiles?**
 - Sí
 - No

- **¿Qué tipo de servicios audiovisuales considera más relevantes en una fiesta infantil? (marque todas las opciones que apliquen)**
 - **Fotografía**
 - Grabación y edición de videos
 - Animaciones y efectos visuales
 - Proyecciones audiovisuales
 - Otra

- **¿Qué aspectos valora al contratar una productora audiovisual para una fiesta infantil? (marque todas las opciones que apliquen)**
 - Calidad del trabajo
 - Experiencia previa en fiestas infantiles
 - Variedad de servicios ofrecidos
 - Precios competitivos
 - Recomendaciones y testimonios de clientes anteriores
 - Otra..

- **¿Estaría dispuesto/a a pagar un costo adicional por servicios audiovisuales**

de alta calidad en una fiesta infantil?

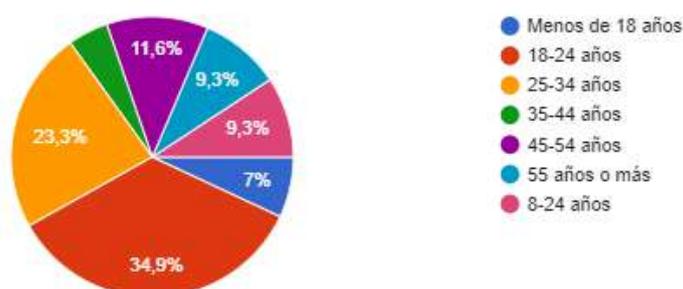
- Sí
- No

Posterior a la realización de la encuesta 1, se pudo realizar los siguientes análisis en base a los resultados obtenidos:

Figuras5.Resultado 1- Encuesta 1

Edad:

43 respuestas

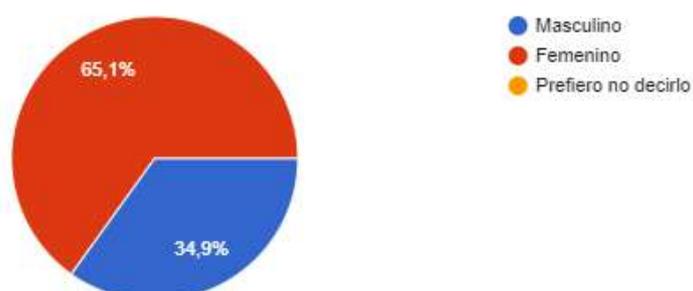


- **Edad:** La mayoría de los encuestados tienen entre 18-24 años (34,9%) y entre 25-34 años (23,3%), evidenciando que quienes contratan el servicio de productora audiovisual son mayores de edad.

Figuras6.Resultado 2-Encuesta 1

Género

43 respuestas



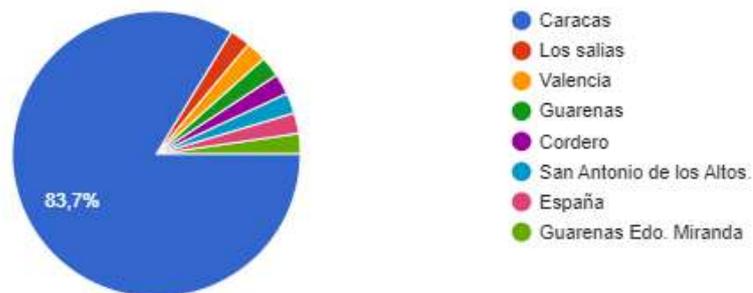
- **Género:** La mayoría de los encuestados que contrataron servicios de agencias

infantiles fueron mujeres (65,1%). Esto sugiere que las mujeres tienen una mayor inclinación hacia la contratación de servicios relacionados con fiestas infantiles.

Figuras7.Resultado 3-Encuesta 1

Ubicación Geográfica

43 respuestas

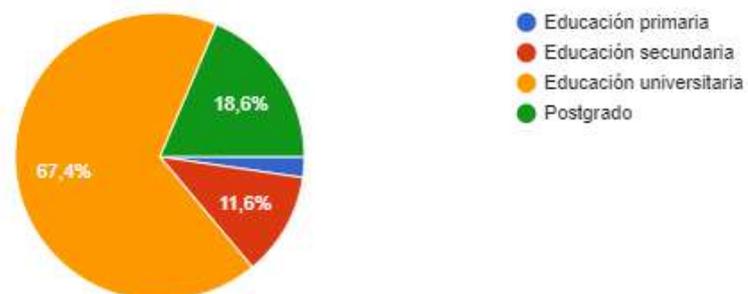


- **Residencia:** La gran mayoría de los encuestados (83,7%) residen en Caracas, lo que indica que la demanda de servicios de agencias infantiles es más alta en esta área geográfica en particular.

Figuras8.Resultado 4- Encuesta 1

Nivel Educativo

43 respuestas



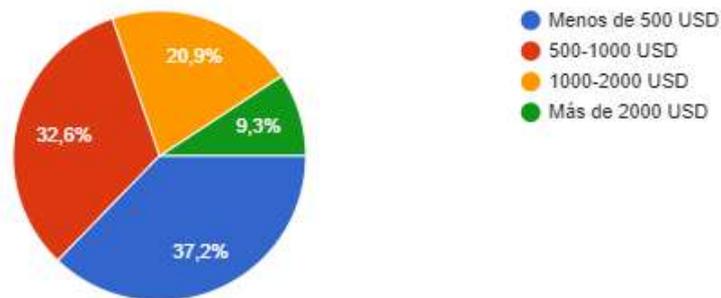
- **Educación:** La mayoría de los encuestados tienen educación universitaria (67,4%), lo cual sugiere que existe una correlación entre el nivel educativo y la contratación de servicios de agencias infantiles. Es posible que los individuos con mayor nivel

educativo tengan una mayor disposición a invertir en este tipo de servicios.

Figuras9.Resultado 5- Encuesta 1

Ingresos familiares mensuales:

43 respuestas

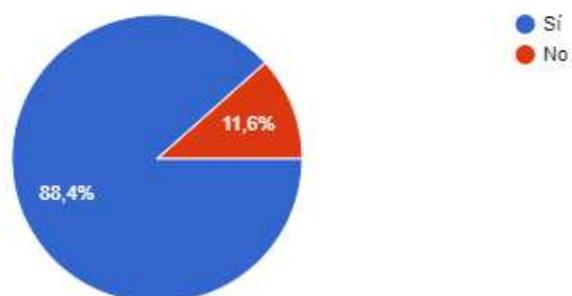


- **Ingresos mensuales:** El mayor porcentaje de encuestados (37,2%) tiene ingresos mensuales inferiores a 500 USD, lo que indica que la contratación de servicios de agencias infantiles no está limitada únicamente a personas con altos ingresos. Sin embargo, es importante tener en cuenta que un porcentaje considerable de encuestados (32,6%) se encuentra en el rango de ingresos de 500-1000 USD.

Figuras10.Resultado 6- Encuesta 1

¿Considera importante contar con servicios audiovisuales en las fiestas infantiles?

43 respuestas



- **Importancia de servicios audiovisuales:** La gran mayoría de los encuestados (88,4%) considera importante contar con servicios audiovisuales en las fiestas infantiles. Esto indica que hay una demanda significativa y una valoración positiva

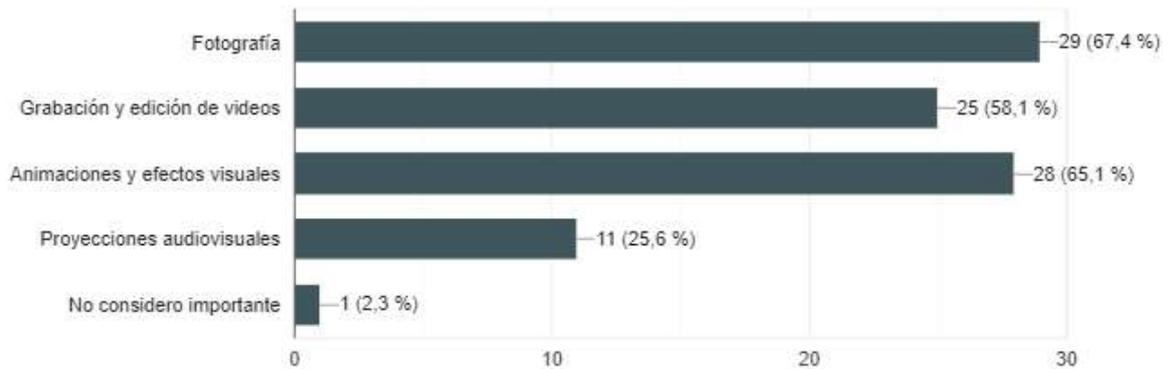
hacia este tipo de servicios.

Figuras11.Resultado 7- Encuesta 1

¿Qué tipo de servicios audiovisuales considera más relevantes en una fiesta infantil?
(marque todas las opciones que apliquen)

[Copiar](#)

43 respuestas



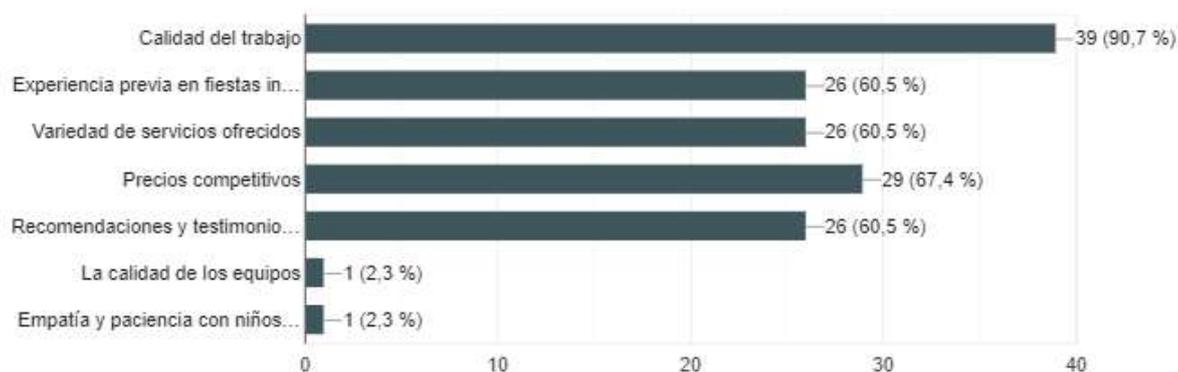
- **Aspectos valorados al contratar una productora audiovisual:** Los aspectos más valorados por los encuestados al contratar una productora audiovisual para una fiesta infantil son la calidad del trabajo (90,7%), la experiencia previa en eventos similares (60,5%) y los precios competitivos (67,4%). Estos resultados indican que la calidad y la experiencia son factores clave en la elección de una productora audiovisual.

Figuras12.Resultado 8- Encuesta 1

¿Qué aspectos valora al contratar una productora audiovisual para una fiesta infantil? (marque todas las opciones que apliquen)



43 respuestas



-

- **Disposición a pagar por servicios audiovisuales de alta calidad:** La mayoría de los encuestados (65,1%) respondió que estaría dispuesto a pagar un costo adicional por servicios audiovisuales de alta calidad en una fiesta infantil. Esto sugiere que existe un segmento del mercado dispuesto a invertir en servicios de mayor calidad, siempre y cuando el costo adicional sea razonable.

Los resultados obtenidos de la encuesta 1 brindó información valiosa sobre las preferencias y características de los potenciales clientes. Al comprender mejor los factores que influyen en las decisiones de contratación de servicios audiovisuales para fiestas infantiles, la productora puede desarrollar un modelo de negocio sólido que se ajuste a las expectativas del mercado en Caracas y ofrezca servicios de alta calidad que destaquen en el sector.

Encuesta 2

- **Nombre de la Agencia de Festejos**
- **Años de Experiencia de la Agencia de fiestas infantiles:**
 - Menos de 1 año

- 1-5 años
 - 5-10 años
 - Más de 10 años.
-
- **¿Cuál es el rango de precios promedio de sus servicios para fiestas infantiles?**
 - **Menos de 500 USD**
 - 500-1000 USD
 - 1000-2000 USD
 - Más de 2000 USD
-
- **a) ¿Está familiarizado/a con el concepto de productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles?**
 - Sí
 - No
-
- **b) ¿Considera que existe una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales para fiestas infantiles en Caracas?**
 - Sí
 - No
 - No estoy seguro/a
-
- **c) ¿Cree que la incorporación de servicios audiovisuales especializados en fiestas infantiles podría ser una oportunidad de negocio para su agencia?**
 - Sí

- No
- No estoy seguro/a

- **d) ¿Estaría dispuesto/a a colaborar con una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles para ofrecer servicios complementarios?**

- Sí
- No
- Depende de las condiciones de colaboración.

- **¿Qué aspectos considera importantes al evaluar una posible colaboración con una productora audiovisual? (marque todas las opciones que apliquen)**

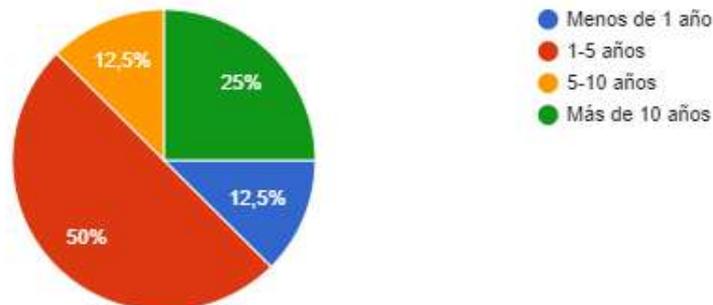
- Experiencia y calidad del trabajo de la productora.
- Costos y tarifas de los servicios de la productora.
- Compatibilidad y complementariedad de servicios.
- Opiniones y referencias de otros clientes de la productora.
- Otra

Posterior a la realización de la encuesta 2, se pudo realizar los siguientes análisis en base a los resultados obtenidos:

Figuras13.Resultado 1- Encuesta 2

Año de Experiencia de la Agencia de fiestas infantiles:

8 respuestas

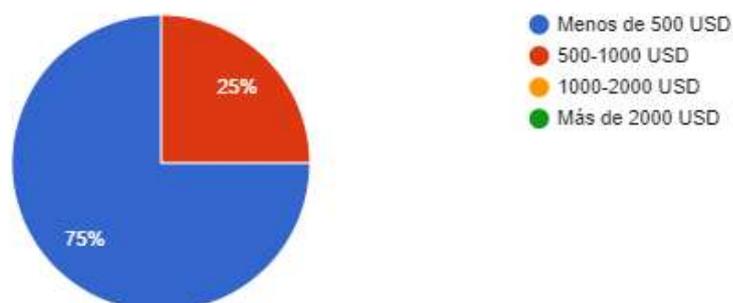


- **Experiencia:** La mayoría de las agencias encuestadas, que representan el 50% del total, tienen entre 1 y 5 años de experiencia en el mercado. Este hallazgo sugiere la existencia de una competencia establecida en el sector. Por lo tanto, una productora audiovisual que desee ingresar al mercado de fiestas infantiles en Caracas debe tener en cuenta que la experiencia es un factor crucial para establecer su credibilidad y confianza en el mercado.

Figuras14.Resultado 2- Encuesta 2

¿Cuál es el rango de precios promedio de sus servicios para fiestas infantiles?

8 respuestas



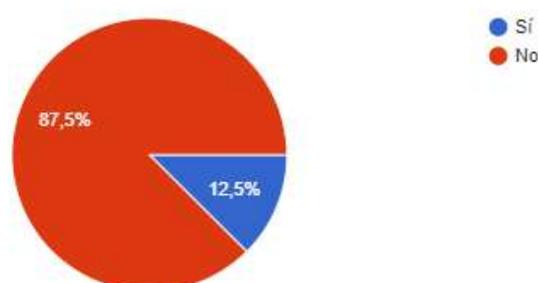
- **Rango de precios:** El segmento mayoritario de agencias que ofrecen servicios con un precio promedio inferior a 500 USD (75%) indica que existe una demanda de servicios asequibles en el mercado de fiestas infantiles en Caracas. Una productora audiovisual que desee establecer su modelo de negocio en este sector debe

considerar la competitividad de precios y ofrecer opciones atractivas para los clientes potenciales.

Figuras15.Resultado 3- Encuesta 2

a) ¿Está familiarizado/a con el concepto de productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles?

8 respuestas

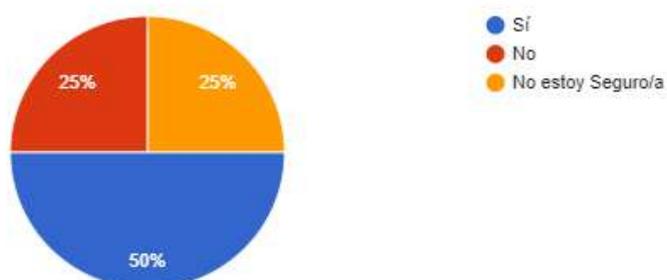


- **Familiaridad con productoras audiovisuales:** La falta de familiaridad de la mayoría de las agencias (87.5%) con el concepto de productoras audiovisuales especializadas en fiestas infantiles indica que este tipo de servicios aún no está firmemente establecido en el mercado local. Sin embargo, esta situación representa una valiosa oportunidad para una productora audiovisual que aspire a destacarse y posicionarse como una opción innovadora en el sector.

Figuras16.Resultado 4- Encuesta 2

b) ¿Considera que existe una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales para fiestas infantiles en Caracas?

8 respuestas



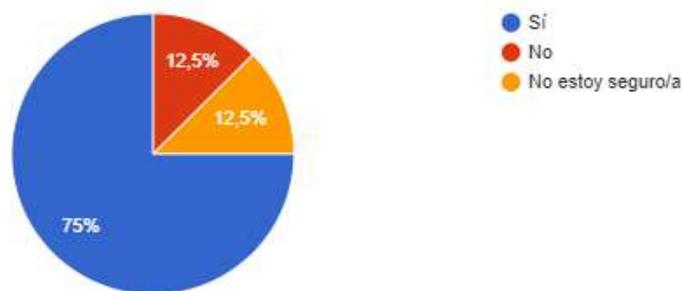
- **Demanda insatisfecha:** El hecho de que alrededor del 50% de las agencias

consideren que existe una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales para fiestas infantiles en Caracas indica una oportunidad de mercado. Una productora audiovisual que desarrolle un modelo de negocio enfocado en satisfacer esta demanda insatisfecha podría aprovechar un nicho de mercado y posicionarse como líder en el sector.

Figuras17.Resultado 5- Encuesta 2

c) ¿Cree que la incorporación de servicios audiovisuales especializados en fiestas infantiles podría ser una oportunidad de negocio para su agencia?

8 respuestas

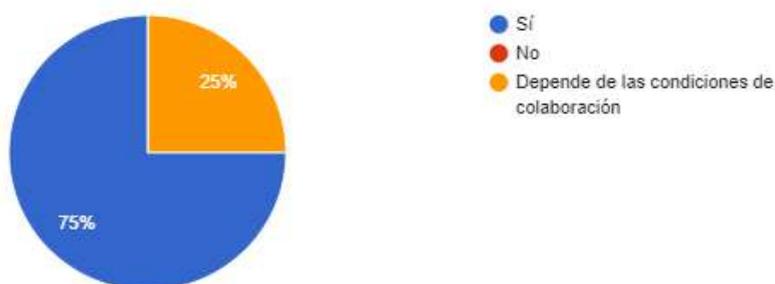


- **Oportunidad de negocio:** La mayoría de las agencias encuestadas ven la incorporación de servicios audiovisuales como una oportunidad de negocio (75%). Esto destaca la viabilidad y potencial rentabilidad del modelo de negocio de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas. Sin embargo, es importante considerar la postura negativa de una agencia y la dependencia de las condiciones de colaboración mencionadas por otra agencia, lo cual sugiere la importancia de establecer acuerdos y alianzas estratégicas sólidas para garantizar el éxito del modelo de negocio.

Figuras18.Resultado 6- Encuesta 2

d) ¿Estaría dispuesto/a a colaborar con una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles para ofrecer servicios complementarios?

8 respuestas

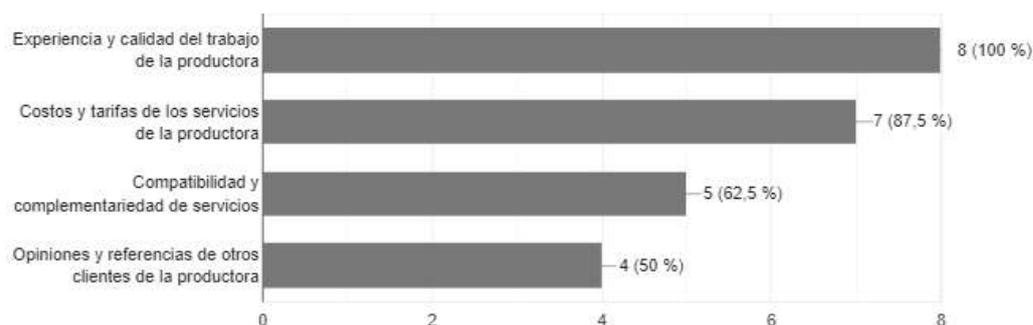


- **Disposición a colaborar:** El 75% de las agencias encuestadas están dispuestas a colaborar con una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles, lo cual indica un potencial interés en establecer alianzas o trabajar en conjunto.

Figuras19.Resultado 7- Encuesta 2

¿Qué aspectos considera importantes al evaluar una posible colaboración con una productora audiovisual? (marque todas las opciones que apliquen)

8 respuestas



- **Condiciones de colaboración:** El 25% de las agencias señalaron que su disposición a colaborar dependería de las condiciones de colaboración propuestas. Esto resalta la importancia de establecer acuerdos mutuamente beneficiosos y claros para asegurar una colaboración exitosa.
- **Aspectos importantes en la evaluación de colaboración:** Las agencias de festejo infantiles indicaron diversos aspectos considerados importantes al evaluar una posible colaboración con una productora audiovisual:

- **Experiencia y calidad del trabajo de la productora:** El 100% de las agencias consideran este aspecto como importante, lo cual destaca la importancia de contar con una productora con experiencia y un trabajo de calidad para asegurar la satisfacción de los clientes.
- **Costos y tarifas de los servicios de la productora:** El 87,5% de las agencias consideran este aspecto como importante. Esto implica que las agencias valoran la competitividad de los precios y tarifas ofrecidos por la productora.
- **Compatibilidad y complementariedad de servicios:** El 62,5% de las agencias consideran importante este aspecto, lo cual indica que buscan una productora que ofrezca servicios que sean compatibles y complementarios con los que ellas brindan.
- **Opiniones y referencias de otros clientes de la productora:** El 50% de las agencias consideran importante tener referencias y opiniones de otros clientes de la productora. Esto resalta la importancia de contar con testimonios y recomendaciones positivas para generar confianza en la calidad del trabajo de la productora.

Metodología del Proyecto

La metodología Business Canvas, propuesta por Alexander Osterwalder en 2010 (Osterwalder, 2010), fue utilizada para diseñar y proponer un modelo de negocio para una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas. Con el objetivo de satisfacer la necesidad de servicios especializados y de alta calidad en el ámbito de la producción audiovisual, se llevó a cabo un estudio de mercado de fiestas infantiles en Caracas para identificar oportunidades y demandas existentes.

Se investigaron y seleccionaron las tecnologías, equipos y recursos necesarios para

establecer una productora audiovisual eficiente y de calidad, y se evaluó la viabilidad financiera y comercial del modelo de negocio propuesto, considerando aspectos como costos, precios, rentabilidad y proyecciones a corto y largo plazo (Osterwalder, 2010).

Utilizando los nueve segmentos del Business Canvas, se abordaron diferentes aspectos del negocio. Se definió una propuesta de valor única y diferenciadora, se identificaron los canales de distribución más efectivos, se diseñaron estrategias de relación con los clientes, se determinaron las fuentes de ingresos, se identificaron los recursos clave y las actividades esenciales, se buscaron alianzas estratégicas y se analizó la estructura de costos (Osterwalder, 2010).

A través de esta metodología integral, se logró desarrollar un modelo de negocio sólido y estratégico que satisfizo las necesidades del mercado de fiestas infantiles en Caracas y fue financieramente viable a corto y largo plazo.

Cuadro de Variables por objetivos

Se realizó un estudio exhaustivo del mercado de fiestas infantiles en Caracas, recopilando datos demográficos y realizando encuestas para identificar oportunidades y demandas en producción audiovisual. Se investigaron y seleccionaron tecnologías y equipos, evaluando su disponibilidad y calidad. Se aplicó el modelo Canvas para diseñar el modelo de negocio de la productora audiovisual. Este enfoque permitió recopilar información relevante, tomar decisiones informadas y desarrollar un modelo de negocio adaptado al mercado.

Tablas 1. Cuadro de Variables Por Objetivos

ObjetivoEspecifico	Variable	Dimens iones	Indicador	Técnicas y Herramientas	Fuente de Información
Realizar un estudio de mercado de fiestas infantiles en Caracas, identificando las oportunidades y demandas existentes en términos de producción audiovisual.	Mercado de fiestas infantiles.	Mercad o	Tamaño del mercado, crecimiento del mercado, segmentación del mercado.	Encuestas, análisis de datos demográficos, análisis de la competencia.	Estadísticasdemogr áficas y documentación.
Investigar y seleccionar las tecnologías, equipos y recursos necesarios para establecer una productora audiovisual eficiente y de calidad.	Tecnología s y equiposaud iovisuales	Tecnolo gía	Disponibilidad de tecnologías y equipos, calidad de los equipos, innovaciones tecnológicas.	Investigación en línea, entrevistas con proveedores, comparación de características técnicas.	Sitios web especializados, catálogos de proveedores.
Aplicar el modelo Canvas al diseño del modelo de negocio para visualizar y analizar de manera integral los diferentes componentes del modelo de negocio.	Component es del modelo de negocio	Modelo de Negocio	Segmentos de clientes, propuesta de valor, canales de distribución, relaciones con los clientes, fuentes de ingresos, recursos clave, actividades clave, asociaciones clave, estructura de costos.	Modelo Canvas, encuestas, análisis de competidores, mejores prácticas en el sector.	Datos de encuestas, análisis de competidores, investigación de mercado.

Capítulo V. Desarrollo De La Propuesta

Análisis Técnico y Operacional:

Restricciones / Limitaciones

- Incertidumbre en los costos: Las fluctuaciones en los precios de materiales, suministros y salarios pueden hacer que los costos sean difíciles de predecir con precisión.
- Fluctuaciones del mercado: Los factores económicos, estacionales o cambios en las preferencias de los clientes pueden afectar los precios y la demanda de servicios audiovisuales.

- Complejidad de los proyectos: Cada proyecto audiovisual puede ser único y presentar desafíos técnicos o requerir recursos adicionales.
- Competencia en el mercado: La presencia de otras productoras audiovisuales de fiestas infantiles en Caracas puede generar presión sobre los precios y los márgenes de ganancia.
- Cambios en la legislación y regulaciones: Los cambios en las leyes y regulaciones pueden tener un impacto en los costos y requisitos operativos de una productora audiovisual.
- Factores externos impredecibles: Eventos imprevistos como desastres naturales, crisis económicas, cambios políticos o pandemias pueden generar cambios en la demanda de servicios, restricciones operativas o inestabilidad en el entorno empresarial.

Localización / Ubicación

El proyecto será desarrollado en la ciudad de Caracas, Venezuela. Sin embargo, se seguirá un enfoque de trabajo remoto para el gerente de proyecto, sus colaboradores y proveedores. Se realizarán reuniones ordinarias semanales en espacios virtuales, lo que permitirá una comunicación efectiva y continua entre todos los miembros del equipo.

Además, virtualmente se agendarán los eventos de fiestas infantiles mensualmente. A través de plataformas en línea, los clientes podrán programar y reservar los servicios de la productora audiovisual para sus eventos mensuales. Este enfoque virtual para la programación de eventos ofrece ventajas en términos de comodidad y accesibilidad para los clientes, eliminando la necesidad de desplazarse físicamente a una oficina o realizar llamadas telefónicas.

La elección de trabajar de manera remota con reuniones virtuales y la programación virtual de eventos tiene ventajas adicionales, como la flexibilidad, la reducción de costos operativos y la posibilidad de colaborar con profesionales ubicados en diferentes áreas geográficas. Esto permite adaptarse a las necesidades y preferencias de los colaboradores y aprovechar al máximo las herramientas digitales disponibles en la actualidad.

Tamaño (Producción)

Se contempla la capacidad de atención mensual de un número determinado de eventos. A través de plataformas en línea, los clientes podrán programar y reservar los servicios de la productora audiovisual para sus eventos mensuales, aprovechando el enfoque virtual para la programación de eventos.

El equipo de profesionales estimado permitirá asegurar la calidad y eficiencia en la producción audiovisual de las fiestas infantiles. A medida que la demanda de servicios crezca, se podrá considerar la incorporación de más personal en cada categoría para ampliar la capacidad de atención mensual de eventos.

Tecnología

La tecnología mínima requerida para el desarrollo es la siguiente:

- Computadoras.
- Software de Edición (Adobe Premiere, Adobe After Effects, iMovie).
- Cámaras.
- Trípodes.
- Luces.
- Micrófonos.
- Discos Duros Externos.
- Máquinas de Proyección Audiovisual.

- Cables.
- Tarjetas de Memoria.
- Kits de Limpieza y mantenimiento de equipos.

Balance de Material

Tablas 2. Balance de Material

Material	Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo (USD)
Computadoras	Ordenadores para el trabajo de edición y administrativo.	1	\$400,00	\$400,00
Software de edición (Adobe Premiere, Adobe After Effects)	Licencias de software de edición de video.	1	\$45,80	\$45,80
Cámaras	Cámaras de video para grabación de eventos	1	\$300,00	\$300,00
Trípodes	Trípodes para estabilizar las cámaras	1	\$6,00	\$6,00
Luces	Equipos de iluminación para mejorar la calidad	2	\$201,00	\$402,00
Micrófonos	Almacenamiento de archivos y dato	1	\$5,00	\$5,00
Disco Duro externo	Almacenamiento de archivos y datos	1	\$18,00	\$18,00
‘Máquinas de Projection Audiovisual	Kit de Proyector para mostrar el material audiovisual (Video vean)	1	\$120,00	\$120,00
Cables	Cables de conexión y transmisión de señal	1	\$42,00	\$42,00
Tarjetas de Memorias	Tarjeta de almacenamiento adicional	1	\$5,00	\$5,00
Kits de Limpieza y mantenimiento de equipos	Herramientas para mantener y cuidar los equipos.	1	\$6,00	\$6,00
Total:			\$1.148,00	\$1.349,8

Balance del Personal

Tablas3. Balance del Personal

Categoría	Cargo	Número de puestos	Remuneración por producción	Remuneración mensual
Dirección y Administración	Director/a de la productora	1	-	\$160
Producción	Productor/a	1	\$40	
	Camarógrafo/a	1	\$40	-
	Editor de Video	1	\$30	-
Personal de apoyo	Personal de Iluminación	1	\$30	-
Administración y Finanzas	Contador/a	1	-	\$150
Marketing	Community Manager	1	-	\$60
Subtotal			\$140	\$370
Total			\$510	

Total de Gastos de Inversión

El total de los gastos de inversión correspondiente al mes 0, se estima en **\$1.349,8**. Estos gastos se basan en el balance de los materiales, el cual se realiza como compras únicas.

Estado de Ganancias y Pérdidas

Tablas 4. Estado de Ganancias y Pérdidas

MES 1			
Descripción		Monto	
Ingresos			
Ventas de Servicios Audiovisuales (Estimados en base a la encuesta, en base a 600\$ por 7 eventos durante el primer mes)		\$4.200,00	
Costo de Inversión Inicial			
Total Inversión Inicial mes 0		\$1.349,8	
Ganancia Bruta			
Ingresos estimados (Mes 1) - Costos de Inversión		\$2.850,2	
Gastos Administrativos por evento			
Descripción	Remuneración x evento	Remuneración mensual	Remuneración mes 01 (Estimación de 7 eventos)
Director/a de la productora		\$160	\$160
Productor/a de eventos	\$40	-	\$280
Camarógrafo/a	\$40	-	\$280
Editor de Video	\$30	-	\$210
Personal de Iluminación	\$30	-	\$210
Contador/a	-	\$150	\$150
Community Manager	-	\$60	\$60
Total	\$140,00	\$370	\$1.350,00

Ganancia Neta Mes 01	
(Ganancia Bruta - Gastos Administrativos)	\$1.500,00

En el presente análisis, se evaluaron los ingresos y costos asociados al primer mes de operaciones de la productora audiovisual. Los ingresos estimados para el mes fueron de \$4.200,00, mientras que los costos de inversión inicial ascendieron a \$1.349,80.

Al restar los costos de inversión inicial a los ingresos, se obtiene una ganancia bruta de \$2.850,60. Esto representa la cantidad de dinero que queda después de cubrir los costos iniciales y refleja la rentabilidad generada por los servicios audiovisuales durante el mes.

En efecto, se calcularon los gastos administrativos por evento y sueldos considerando las remuneraciones de diferentes roles involucrados en la producción audiovisual. Para los 7 eventos estimados en el mes 1, se estimó un total de \$1.350,00 en gastos administrativos.

Después de restar los gastos administrativos a la ganancia bruta, se obtiene una ganancia neta de \$1.500,00 para el mes 1. Esta ganancia neta indica la utilidad final después de cubrir tanto los costos de inversión inicial como los gastos administrativos.

Análisis Financiero

Tablas5.AnálisisFinanciero

Mes	Producto	Cantidad de Ventas Mensuales	Precio de Venta Unitario	Ingresos Estimados Cant x Precio	Tasa de Crecimiento mensual estimada
0	.	0	\$0,00	\$0,00	0,00%
1	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	-
2	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	14.29%
3	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	0,00%
4	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	12.50%
5	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	-11.11%
6	Producción audiovisual	5	\$600,00	\$3.000,00	-37-50%
7	Producción audiovisual	6	\$600,00	\$3.600,00	20.00%
8	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	16.67%
9	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	14.29%
10	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	12.50%
11	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	-22.22%
12	Producción audiovisual	10	\$600,00	\$6.000,00	42.86%
Total Ventas Estimadas Mensuales				\$55.200,00	

Estimación de ventas	Tasa crecimiento acumulada Año 1
\$55.200,00	32%

Para llegar a los resultados presentados, se estimaron las ventas mensuales multiplicando la cantidad de ventas mensuales por el precio de venta unitario. Luego, se calculó la tasa de crecimiento mensual estimada comparando las ventas de cada mes con las del mes anterior.

Con base en estos cálculos, se observa que las ventas mensuales varían a lo largo del año, se estipuló dicha variación para tener una visión completa de los escenarios posibles. En los primeros meses, hay un crecimiento gradual en las ventas, con tasas de crecimiento positivas. Sin embargo, a partir del mes 5, las ventas disminuyen y se registran tasas de crecimiento negativas. Esto puede indicar una disminución en la demanda o factores estacionales que afectan la demanda de

servicios audiovisuales especializados en fiestas infantiles.

Costos Variables

Tablas6.Costos Variables

Mes	Producto	Cantidad de Ventas Mensuales	Precio de Venta Unitario	Ingresos Estimados Cant x Precio	Inversión Inicial	Costo variable por Evento	Costo Fijo	Costos por mes
0		0	\$0,00	\$0,00	\$1.349,80	\$0,00	\$0,00	\$1.349,80
1	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.350,00
2	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.490,00
3	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.490,00
4	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.630,00
5	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.490,00
6	Producción audiovisual	5	\$600,00	\$3.000,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.070,00
7	Producción audiovisual	6	\$600,00	\$3.600,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.210,00
8	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.350,00
9	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.490,00
10	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.630,00
11	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.350,00
12	Producción audiovisual	10	\$600,00	\$6.000,00	\$0,00	\$140,00	\$370,00	\$1.770,00
				\$55.200,00				\$18.669,80

Para llegar a los resultados presentados, se multiplicó la cantidad de ventas mensuales por el precio de venta unitario para obtener los ingresos estimados por mes. Además, se aplicó un costo variable por evento de \$140,00 multiplicado por la cantidad de ventas mensuales, sumado al costo mensual fijo.

En base a estos cálculos, se observa que los ingresos estimados por mes varían en función de la cantidad de ventas mensuales y el precio de venta unitario. Asimismo, los costos variables por mes fluctúan en función de las ventas y el costo variable por evento. Al sumar los costos variables y fijos por mes, se obtiene un total de \$18.669,80 de costos operativos para el año.

A partir de estos resultados, se puede concluir que los ingresos estimados por mes alcanzan un total de \$55.200,00 para el año. Sin embargo, los costos variables asociados a la producción de servicios audiovisuales representan una parte significativa de los ingresos, totalizando \$18.669,80 para el año.

Análisis del Flujo de Fondos

Tablas 7. Análisis de Flujo de Fondos

Mes	Producto	Cantidad de Ventas Mensuales	Precio de Venta Unitario	Ingresos Estimados Cant x Precio	Costos variables y fijos por mes	Flujo de fondos x mes
0	.	0	\$0,00	\$0,00	\$1.349,80	0
1	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00
2	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00
3	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00
4	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$1.630,00	\$3.770,00
5	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00
6	Producción audiovisual	5	\$600,00	\$3.000,00	\$1.070,00	\$1.930,00
7	Producción audiovisual	6	\$600,00	\$3.600,00	\$1.210,00	\$2.390,00
8	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00
9	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00
10	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$1.630,00	\$3.770,00
11	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00
12	Producción audiovisual	10	\$600,00	\$6.000,00	\$1.770,00	\$4.230,00
				\$55.200,00	\$18.669,80	\$37.880,00

En la tabla se muestra el cálculo del flujo de fondos para cada mes del año. Se considera la cantidad de ventas mensuales, el precio de venta unitario, los ingresos estimados, los costos variables y fijos estimados por mes y el flujo de fondos resultante. Al final de la tabla, se presenta el total de las ventas estimadas en el año, los costos acumulados y el flujo de fondos acumulado para el año.

Según el análisis, el flujo de fondos acumulado para el año es de \$37.800,00. Esto indica que, en base a los datos proporcionados, el negocio genera un flujo de fondos positivo en el transcurso del año, concluyendo que la inversión se recupera al culminar el mes 01.

Estudio de Rentabilidad de la Inversión

Mes a Mes

Tablas 8. Estudio de Rentabilidad de la Inversión

Mes	Producto	Cantidad de Ventas Mensuales	Precio de Venta Unitario	Ingresos Estimados Cant x Precio	Costos variables y fijos por mes	Flujo de fondos x mes	Acumulado por mes
0	-	0	\$0,00	\$0,00	\$1.349,80	0	\$0,00
1	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00	\$2.850,00
2	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00	\$6.160,00
3	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00	\$6.620,00
4	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$1.630,00	\$3.770,00	\$7.080,00
5	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00	\$7.080,00
6	Producción audiovisual	5	\$600,00	\$3.000,00	\$1.070,00	\$1.930,00	\$5.240,00
7	Producción audiovisual	6	\$600,00	\$3.600,00	\$1.210,00	\$2.390,00	\$4.320,00
8	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00	\$5.240,00
9	Producción audiovisual	8	\$600,00	\$4.800,00	\$1.490,00	\$3.310,00	\$6.160,00
10	Producción audiovisual	9	\$600,00	\$5.400,00	\$1.630,00	\$3.770,00	\$7.080,00
11	Producción audiovisual	7	\$600,00	\$4.200,00	\$1.350,00	\$2.850,00	\$6.620,00
12	Producción audiovisual	10	\$600,00	\$6.000,00	\$1.770,00	\$4.230,00	\$7.080,00
				\$55.200,00	\$18.669,80	\$37.880,00	\$71.530,00

- **Ingresos Estimados Anuales:** \$55,200.00
- **Costos Variables y fijo Anuales:** \$18,669,80

El acumulado por mes refleja el total acumulado del flujo de fondos al final de cada mes.

En el mes 12, el acumulado asciende a \$37,880.00, representando la rentabilidad acumulada de la inversión hasta ese punto.

Del mismo modo, se realizó un estudio de Retorno de la Inversión (ROI) para un modelo de negocio específico: una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, con el fin de evaluar la viabilidad financiera de este emprendimiento, considerando los costos de inversión inicial, los costos operativos y los ingresos potenciales. Siendo la fórmula la siguiente:

Figuras 20. Fórmula ROI

$$ROI = \frac{\text{Ganancias} - \text{Costo de la Inversión}}{\text{Costo de la Inversión}}$$

Sustituyendo los datos:

Figuras 21. Elaboración Fórmula ROI

$$ROI = \frac{(\$37.880 - \$18.669,80)}{\$18.669,80}$$

Figuras22.Resultado Fórmula ROI

$$ROI = 202,6\%$$

El ROI calculado es aproximadamente del 202.6%, el cual corresponde a los ingresos netos generados durante el primer año. Esto significa que, en base a los datos proporcionados, la inversión inicial generó un beneficio neto que es más del doble del costo de la inversión inicial, **indicando que es** una inversión rentable.

Análisis de Sensibilidad

Tablas 9. Análisis de Sensibilidad

Variable	Escenario Base	Escenario Optimista	Escenario Pesimista
Cantidad de Ventas Mensuales	7	8	6
Ingresos mensuales	\$4.200,00	\$6.000,00	\$3.000,00
Costos Mensuales	\$1.350,00	\$1.490	\$1.349,00
Flujo de Fondos mensual	\$4.320,00	\$6.620,00	\$2.850,00
Rentabilidad de la Inversión (ROI)	202,6%	250%	60%

En efecto, la sensibilidad del negocio a las variaciones en la cantidad de ventas mensuales destaca la importancia de gestionar y optimizar las operaciones para maximizar los ingresos y mantener un flujo de fondos positivo. El escenario optimista resalta el potencial de crecimiento y la mejora en la rentabilidad cuando se aumentan las ventas, mientras que el escenario pesimista destaca los posibles desafíos y la necesidad de una gestión eficiente incluso en situaciones menos favorables.

El análisis ofreció una visión estratégica para la productora audiovisual, destacando áreas de mejora y oportunidades de crecimiento. Proporciona herramientas para optimizar recursos, mitigar riesgos en situaciones desafiantes y tomar decisiones informadas basadas en distintos escenarios.

Misión

Ofrecer experiencias audiovisuales inolvidables para fiestas infantiles en Caracas, fusionando creatividad y calidad, para satisfacer las expectativas de nuestros clientes y crear momentos mágicos que perduren en la memoria.

Visión

Ser la principal productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, reconocida por su excelencia e innovación.

Valores

- **Calidad:** Comprometidos con la excelencia en cada producción, asegurando resultados que superen las expectativas.
- **Creatividad:** Impulsamos la innovación y la originalidad para ofrecer propuestas únicas y memorables a través de la producción audiovisual.
- **Colaboración:** Establecemos relaciones sólidas con agencias de festejo infantiles, promoviendo alianzas estratégicas y sinergias.
- **Transparencia:** Operamos con honestidad y claridad en todas nuestras interacciones y condiciones de colaboración.
- **Empatía:** Nos adaptamos a las necesidades individuales de nuestros clientes, creando conexiones emocionales y eventos personalizados.

Este modelo de negocio se basa en los resultados de encuestas que revelan la importancia de la calidad, la experiencia previa, y precios competitivos. Además, considera la demanda insatisfecha en el mercado de producción audiovisual especializado en fiestas infantiles en Caracas, promoviendo una oferta diferenciada que se enfoque en servicios audiovisuales innovadores para fiestas infantiles. La disposición de colaboración y la necesidad de establecer condiciones claras subrayan nuestra intención de construir relaciones sólidas y mutuamente beneficiosas en el sector.

Análisis FODA

El presente análisis FODA proporciona una visión estratégica esencial para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas. Como señalado por Sánchez Huerta (2020), esta herramienta permite identificar tanto las fortalezas internas como las oportunidades externas que la empresa puede aprovechar para establecerse y destacarse en el mercado local (p. 15). Del mismo modo, se destaca la importancia de abordar las debilidades internas y las amenazas externas, según lo planteado por Ruiz-Corbella, Galán y Diestro (2014), con el fin de mitigar riesgos y fortalecer la posición competitiva en un entorno de fiestas infantiles cada vez más exigente y dinámico (p. 32).

- **Fortalezas:**

- **Experiencia y Calidad:** Con base en la encuesta, se destaca la importancia de la experiencia y calidad en la elección de una productora, lo cual es una fortaleza si la empresa prioriza estos aspectos.
- **Demanda Satisfecha:** La encuesta indica una demanda insatisfecha de servicios audiovisuales en fiestas infantiles, lo que crea una oportunidad para destacarse en el mercado.

- **Oportunidades:**

- **Falta de Familiaridad en el Mercado:** La falta de familiaridad de las agencias encuestadas con productoras audiovisuales sugiere una oportunidad para posicionarse como una opción innovadora y diferenciada en el mercado local.
- **Colaboración con Agencias:** La disposición de las agencias a colaborar abre oportunidades para establecer alianzas estratégicas, expandir la red de clientes y mejorar la visibilidad en el sector.
- **Debilidades:**
 - **Competencia Establecida:** La mayoría de las agencias encuestadas tienen entre 1 y 5 años de experiencia, indicando una competencia establecida. La productora debe abordar este desafío demostrando su singularidad y capacidades.
 - **Segmento de ingresos:** Aunque hay demanda en el rango de ingresos medio-bajo, la productora debe equilibrar la oferta competitiva con la necesidad de mantener la rentabilidad.
- **Amenazas:**
 - **Dependencia de Condiciones de Colaboración:** La disposición a colaborar de algunas agencias depende de las condiciones propuestas, lo que sugiere la necesidad de negociar términos beneficiosos para ambas partes.
 - **Competencia en Precios:** La alta participación de agencias con precios inferiores a 500 USD indica una competencia fuerte en términos de precios, requiriendo una estrategia efectiva para destacar en este aspecto.

El presente análisis FODA destacó las fortalezas y oportunidades que la productora puede capitalizar, así como las debilidades y amenazas que debe abordar para consolidarse en el mercado de fiestas infantiles en Caracas.

ANÁLISIS FODA



Modelo CANVAS

Aplicado al modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, el Modelo Canvas se estructura de la siguiente manera:

- **Segmento de Clientes:**

El análisis demográfico revela que la clientela potencial se encuentra principalmente en Caracas, conformada mayoritariamente por mujeres de 18-34 años con educación universitaria y diversos niveles de ingresos. La demanda de servicios audiovisuales es alta (88.4%).

- **Propuesta de Valor:**

La propuesta se centra en la calidad y experiencia. Los resultados de las encuestas realizadas indicaron que la calidad del trabajo (90.7%), la experiencia previa (60.5%), y

precios competitivos (67.4%) son factores clave para los clientes, por lo tanto, la productora debe destacarse en estos aspectos.

- **Canales:**

La estrategia de canales debe aprovechar las redes sociales para llegar al segmento demográfico identificado. Además, la colaboración con agencias infantiles ofrece una vía efectiva para llegar a clientes potenciales.

- **Relaciones con Clientes:**

Construir relaciones sólidas basadas en la colaboración con agencias y la entrega consistente de servicios de alta calidad. La disposición del 75% de las agencias a colaborar es una oportunidad clave.

- **Fuentes de Ingresos:**

La principal fuente de ingresos será la prestación de servicios audiovisuales para fiestas infantiles. La estructuración de precios debe ser competitiva y ajustarse al segmento de ingresos medio-bajo identificado.

- **Recursos Clave:**

El equipo de producción es un recurso clave. La experiencia y la calidad del trabajo son fortalezas cruciales, según los resultados de la encuesta.

- **Actividades Clave:**

Las actividades centrales se centran en la producción audiovisual, asegurando la calidad y la experiencia para cumplir con las expectativas del mercado. Así como también realizar estudios de mercado y análisis de factibilidad financiera.

- **Alianzas Clave:**

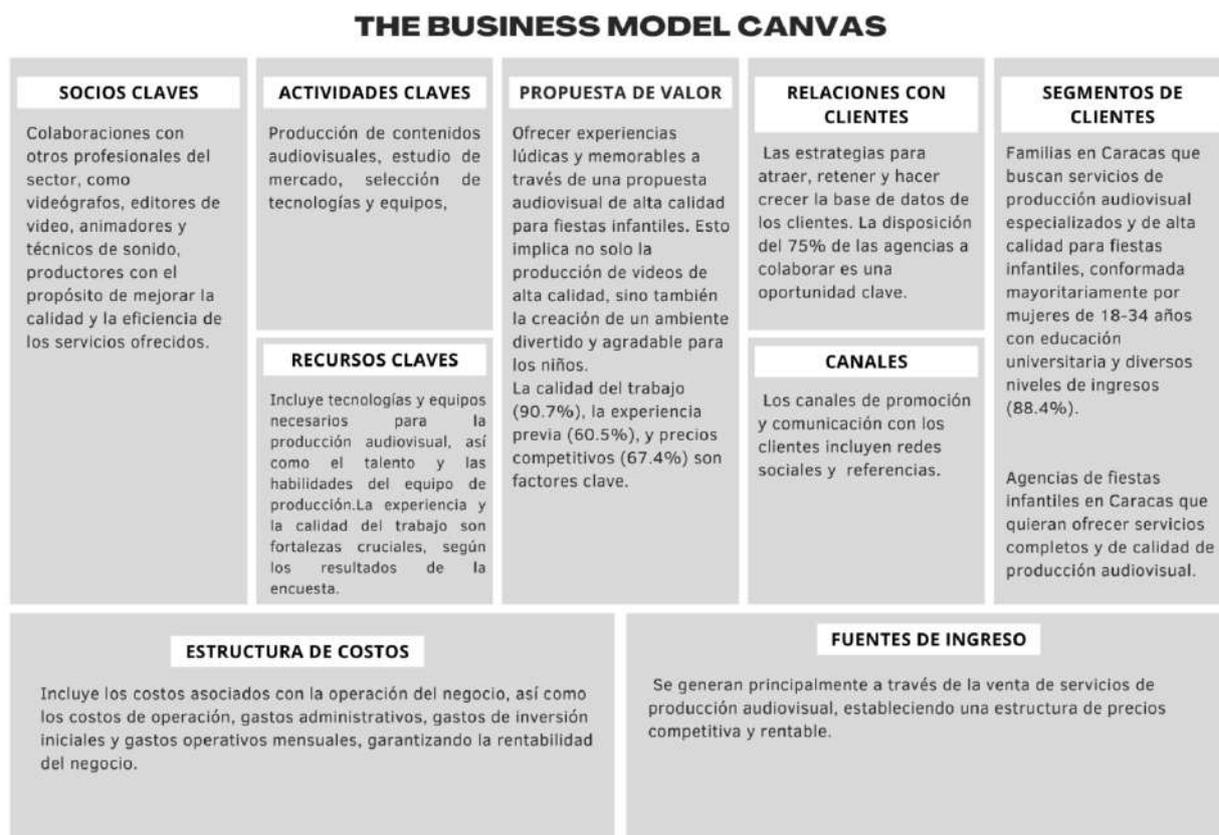
Las alianzas estratégicas con agencias de festejo infantiles son fundamentales para expandir la red de clientes y mejorar la visibilidad. Entre ellos se encuentran las colaboraciones con otros profesionales dentro del sector audiovisual (agencias de festejos, productores, entre otros)

- **Estructura de Costos:**

La gestión eficiente de los costos operativos y de producción es esencial para competir en un mercado con agencias establecidas y en el segmento de ingresos medio-bajo.

- **Aspectos Importantes en la Evaluación de Colaboración:**

En la colaboración con agencias, demostrar experiencia y calidad, ofrecer precios competitivos, servicios compatibles y complementarios, y contar con opiniones y referencias positivas son aspectos críticos para construir confianza. Este modelo integral se basa en la comprensión detallada de los clientes, la competencia y las oportunidades del mercado, proporcionando una estructura sólida para la productora audiovisual en el contexto de fiestas infantiles en Caracas.



Capítulo VI. Conclusiones Y Recomendaciones

Conclusiones

En primer lugar, este proyecto presentado demuestra ser altamente viable desde el punto de vista económico. El análisis del modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas, basado en el Modelo Canvas, ha permitido identificar y abordar una necesidad insatisfecha en el mercado. La escasez de servicios de producción audiovisual especializados en fiestas infantiles y las limitaciones en la oferta de contenido audiovisual divertido y atractivo para su difusión posterior a la fiesta realizada, representan una oportunidad para la creación de una productora audiovisual especializada.

El objetivo general de diseñar y proponer un modelo de negocio que satisfaga la necesidad de servicios especializados y de alta calidad en el ámbito de la producción audiovisual se ha cumplido, desarrollando un modelo de negocio que atienda a las necesidades del mercado.

La carencia de servicios especializados en producción audiovisual para eventos infantiles, junto con las limitaciones en la oferta de contenido atractivo para su difusión posterior, se presenta como una oportunidad valiosa para la creación de una productora audiovisual especializada

En relación a los objetivos específicos, se llevaron a cabo varias acciones clave. Primero, se realizó un estudio de mercado de fiestas infantiles en Caracas, lo que permitió identificar las oportunidades y demandas existentes en el ámbito de la producción audiovisual.

Los resultados de la encuesta proporcionaron una comprensión profunda de los potenciales clientes. En la Encuesta 1, se destacó que la demanda de servicios audiovisuales es alta, especialmente entre mujeres de 18 a 34 años con educación universitaria y diversos niveles de ingresos. Además, se identificaron aspectos cruciales para los clientes al contratar una productora, como la calidad del trabajo, la experiencia y precios competitivos.

En la Encuesta 2, se evidenció una competencia establecida en el sector, con agencias mayoritariamente con 1 a 5 años de experiencia. La disposición a colaborar y la oportunidad de satisfacer una demanda insatisfecha representan aspectos positivos. Sin embargo, la dependencia de condiciones de colaboración y la competencia en precios son desafíos a considerar.

En segundo lugar, se investigaron y seleccionaron las tecnologías, equipos y recursos necesarios para establecer una productora audiovisual eficiente y de calidad.

Finalmente, se aplicó el modelo Canvas al diseño del modelo de negocio, lo que permitió visualizar y analizar de manera integral los diferentes componentes del modelo de negocio.

Finalmente se concluye que el modelo de negocio para la creación de una productora audiovisual especializada en fiestas infantiles en Caracas debe enfocarse en la calidad y experiencia, establecer precios competitivos y forjar alianzas estratégicas para asegurar el éxito en un mercado competitivo pero con amplias oportunidades. La información recopilada ofrece una base sólida para el desarrollo y la implementación efectiva del modelo de negocio en el mercado de fiestas infantiles en Caracas.

Recomendaciones

Basado en el trabajo realizado, se recomienda continuar con la investigación de mercado para mantenerse al día con las tendencias y las necesidades cambiantes de los clientes. Además, es crucial mantener una actualización constante de las tecnologías y equipos utilizados para garantizar la producción de contenido audiovisual de alta calidad.

Por otro lado, se aconseja establecer alianzas estratégicas con otros profesionales del sector para mejorar la calidad y la eficiencia de los servicios ofrecidos. Implementar estrategias de marketing efectivas para promocionar los servicios y atraer a más clientes es también una recomendación importante.

Finalmente, realizar un seguimiento y evaluación constantes del modelo de negocio para identificar áreas de mejora y oportunidades de crecimiento es esencial. Estas recomendaciones buscan garantizar el éxito y la sostenibilidad del modelo de negocio propuesto para la creación de una productora audiovisual de fiestas infantiles en Caracas. Con la implementación adecuada, este modelo de negocio tiene el potencial de transformar la oferta de servicios de fiestas infantiles en la ciudad, brindando experiencias lúdicas y memorables para los niños y sus familias.

Referencias

- Autor. (2016, 22 marzo). *¿En qué consiste la comunicación audiovisual?*Huri Broadcast.<https://huribroadcast.com/en-que-consiste-la-comunicacion-audiovisual/>
- Anova, T. (2022, 6 mayo). *¿Venezuela se arregló?: Tendencias recientes en la distribución del ingreso | ANOVA.* <https://thinkanova.org/2022/05/06/venezuela-se-arreglo-tendencias-recientes-en-la-distribucion-del-ingreso/>
- Babbie, E. (2010). *The Practice of Social Research.* Wadsworth, Cengage Learning.
- Badger, G. (2009). *La genialidad de la fotografía. Cómo la fotografía ha cambiado nuestras vidas.* Barcelona: Blume.
- Berlo, D. K. (1984). *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y la práctica.* Buenos Aires: El Ateneo. 15ª edición.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods.* Oxford University Press.
- CAF. (s. f.). *Caracas | CAF.* <https://www.caf.com/es/temas/o/observatorio-de-movilidad-urbana/ciudades/caracas/>
- Código de Comercio. Art. 17, 18. 21 de diciembre de 1995 (Venezuela)<http://mhov.com.ve/wp-content/uploads/2014/08/Codigo-de-Comercio.pdf>
- Comisión Nacional de Telecomunicaciones. Art 3,4,5 y 6. 20 de mayo de 2014(Venezuela)<http://www.conatel.gob.ve/wp-content/uploads/2015/01/Providencia-027.-Norma-T%C3%A9cnica-sobre-los-Servicios-de-Producci%C3%B3n-Nacional-Audiovisual.pdf>
- *Concepto de comunicación y componentes del proceso comunicativo.* (s. f.). <https://www.efdeportes.com/efd178/componentes-del-proceso-comunicativo.htm>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* SAGE Publications.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.

- DeFleur, M.L., et al. (1993): *Fundamentals of Human Communication*. Mountain View (CA), Mayfield P.C
- Delgado A. & Cantero P. (2021). *Creación de una empresa de servicios audiovisuales* [Tesis de maestría]. Universidad Católica de Murcia. <https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5192/CANTERO%20PEREZ.pdf?sequence=1>
- España, S. (2022, 29 julio). *Vídeos Cortos: La Nueva Tendencia de las Redes Sociales*. O nosso Blog Swonkie | Gestão de Redes Sociais. Recuperado el 10 de Enero del 2023 https://blog.swonkie.com/es/videos-cortos-la-nueva-tendencia-de-las-redes-sociales/?utm_source=rss
- Es.zhujiworld.com. (s. f.). *Caracas, Venezuela — Estadísticas 2024*. Copyright, es.zhujiworld.com. All rights reserved. <https://es.zhujiworld.com/ve/1926211-caracas/>
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE Publications.
- *Fiestas infantiles en Caracas, eventos infantiles en Caracas, fiesta infantil* | *infoguia.com*. (s. f.-b). Infoguia.com. <https://infoguia.com/ct.asp?key=fiestas-infantiles-fiesta-infantil-caracas&cat=472&ciud=41>
- Ghauri, P., y Grønhaug, K. (2010). *Research Methods in Business Studies: A Practical Guide*. Pearson Education.
- Gupta, A. (2013). Environmental and SWOT analysis of the tourism industry. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3(12), 1-4.
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT Analysis—Where are we now? A Review of Academic Research from the Last Decade. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come. *Educational Researcher*, 33(7), 14-26.

- Kotler, P. 2013. *Fundamentos del Marketing*.
https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf
- MASLOW, Abraham H. (1943): Una teoría de la motivación humana. *Revisión Psicológica*, 50, 370-396.
- Medina, R. K. (2022, 22 agosto). *Estadísticas de la situación Digital en Venezuela 2021-2022*. Branch Agencia. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-en-venezuela-2021-2022/>
- Sampieri, R. H. *Metodología de la investigación* (4ª edición) (2006).
- Shannon, C. y Weaver, W. (1949). *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Tecnología, C. E. E. D. E. Y. (2022, 16 noviembre). *Revolución 4.0: importancia, ventajas y desventajas*. VIU. Recuperado el 22 de Enero del 2023 <https://www.universidadviu.com/co/actualidad/nuestros-expertos/revolucion-40-importancia-ventajas-y-desventajas>
- Ortiz, María J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUA Universidad de Alicante.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Piaget, J. (1962). *Play, Dreams, and Imitation in Childhood*. Norton.
- Popayan Copete, S. (2023). *Plan de negocios para la creación de una agencia de Marketing digital*. Institución Universitaria Antonio José Camacho.
- *Recursos Tecnológicos: TIC.* (s. f.).
<https://www.uv.es/bellochc/pedagogia/EVA8.wiki?3>
- Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). *Administración*. Pearson Educación.
- Ruiz-Corbella, M., Galán, A. & Diestro, A. (2014). *Análisis FODA - Fundamentación teórica - Marco teórico*. En Plan estratégico de la carrera de Ingeniería Automotriz de

la Facultad de Mecánica, de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, periodo 2018 – 2022 (pp. 31-38).

- Sánchez Huerta, D. (2020). Análisis FODA o DAFO. Bubok.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2016). *Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales* (5ª edición). <http://bvs.minsa.gob.pe/local/MINSA/3993.pdf>
- Venezuela - Población 2021. (s. f.). Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/venezuela>
- Wehrich, H. (1982). The TOWS Matrix—A Tool for Situational Analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54–66.