



Plan de Negocio para la Creación de la Empresa Estilo & Celebración, Especializada en
Organización de Eventos Personalizados

Laura Nathalie Naranjo Rojas

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Bucaramanga (Santander)

Programa Administración de Empresas

Noviembre de 2024

Plan de Negocio para la Creación de la Empresa Estilo & Celebración, Especializada en
Organización de Eventos Personalizados

Laura Nathalie Naranjo Rojas

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de Administrador de
Empresas

Director

Nelson Javier Hernández Bueno

Magíster en Ingeniería en Energía

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Vicerrectoría Regional Santanderes

Sede Bucaramanga (Santander)

Programa Administración de Empresas

Noviembre de 2024

Dedicatoria

A mi querida madre, por su amor incondicional y su apoyo constante, que me han
inspirado a perseguir mis sueños sin miedo.

A mi esposo, por su paciencia y aliento en cada paso de este camino. Juntos han sido mi
fuerza y motivación en este proyecto y en la vida.

Con todo mi amor.

Agradecimientos

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Dios, cuya guía y sabiduría han sido mi luz en cada paso de este camino. Su presencia ha sido un apoyo constante, dándome fuerza en los momentos de duda y celebrando conmigo cada logro. Estoy profundamente agradecida por las oportunidades y bendiciones que he recibido a lo largo de este proceso.

Contenido

Lista de tablas	10
Lista de figuras.....	12
Lista de anexos.....	14
Resumen.....	15
Abstract.....	16
Introducción	17
CAPÍTULO I. Generalidades.....	18
1 Identificación del modelo de negocio	18
1.1 Situación encontrada.....	18
1.2 Objetivos	19
1.2.1 Objetivo general.....	19
1.2.2 Elaborar un plan de negocios para la fundación de la empresa "Estilo & Celebración," enfocada en la planificación de eventos a medida en Bucaramanga, Santander.	19
1.2.3 Objetivos específicos	19
1.3 Justificación	20
1.4 Marco Referencial.....	22
1.4.1 Marco teórico:.....	22
1.4.1.7 Diferenciación Competitiva	24
1.4.1.10 Teoría de la Gestión de la Experiencia del Cliente	25
1.4.1.19 Sostenibilidad en la Industria de Servicios	29
1.4.1.19.1 Económico	29
1.4.1.19.2 Social.....	29
1.4.1.19.3. Ambiental.....	29
1.4.1.19.4 Gestión de la Cadena de Suministro y Proveedores.....	30
1.4.1.20 Organización de Eventos	31
1.4.1.21 Planificación de eventos:	32
Es un proceso integral que abarca diversas etapas para garantizar el éxito de un evento. (Glover, Event Management: A Professional and Developmental Approach, 2005).....	32
1.4.2 Marco conceptual.....	47

1.4.2. 1 Definiciones	47
2. Corporativos.....	47
1.4.3. Marco legal	48
Normativas adicionales	48
Documentación requerida	49
1. 8.1.. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios.....	64
1.9.1 Población:	64
20. Muestra:	65
20.. Técnicas e instrumentos de recolección de información:	68
21. Técnicas de Análisis de la Información:	68
23. Alcances y limitaciones	69
CAPÍTULO II Modulo de Mercado.....	70
2 Módulo de mercado	70
2.1 Investigación de mercado.....	70
2.1.1 Análisis del mercado.....	90
2.1.1 Identificación del cliente.....	93
Buyer person (Basándose en la segmentación).....	94
2.1.2 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor	96
2.2 Análisis de competencia.....	97
2.3 Marketing Mix	101
2.4 Tendencias del mercado.....	104
CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación	105
3 Modulo Técnico u operación	105
3.1 Descripción del Proceso.....	105
3.1.1 Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)	105
Innovación en Proceso	105
3.1.2 Ficha Técnica del Producto o Servicio	106
3.1.3 Diagrama de flujo de producción o del servicio	110
3.1.1 Recursos necesarios para operación óptima.....	111
3.1.2 Recursos Materiales	112
3.1.3 Recursos Financieros	112
3.1.4 Recursos Tecnológicos	113

3.1.5	Recursos Logísticos	113
3.1.6	Recursos de Marketing.....	114
3.1.7	Recursos de Capacitación	114
3.2	Diseño de planta (Cuando sea pertinente).....	114
3.3	Propuesta de Valor	114
3.4	Validación de la idea.....	116
3.5	Prueba piloto	118
3.5.1	Testeo y Feedback.....	118
CAPÍTULO IV Modulo Organizacional.....		119
4	Estructura Organizacional.....	119
4.1	Misión y Visión.....	119
Valores corporativos		119
4.2	Objetivos estratégicos	120
4.3	Organigrama y Perfiles	120
4.3.1	Estructura orgánica	123
4.3.2	Perfiles	124
4.4	Constitución Empresa y Aspectos Legales	128
4.4.1	Forma legal de la empresa	128
4.4.1	Registro y constitución.....	129
4.4.1	Capital social.....	130
4.4.2	Capital social.....	132
4.4.3	Requisitos legales y regulatorios.....	133
4.4.4	Protección de propiedad intelectual	138
4.4.5	Cumplimiento normativo y ético	139
4.4.6	Asesoramiento legal.....	141
4.5	Gastos de Puesta en Marcha.....	143
4.6	Condiciones comerciales.....	145
CAPÍTULO V Modulo Financiero		146
5	Modulo Financiero.....	146
5.1	Proyección de ventas.....	146
5.1.2	Tamaño del mercado.....	148
5.1.3	Tabla de proyección de ventas y Justificación.....	149

5.1.4	Justificación de la Proyección.....	149
5.1.5	Participación del mercado.....	151
5.1.6	Política de cartera.....	153
5.2	Inversión y financiación.....	154
5.2.2	Plan de inversión.....	156
5.2.3	Estrategias de financiamiento	159
5.2.4	Costos y gastos de operación	165
5.2.5	Costo variable unitario	166
5.2.6	Costos fijos.....	169
5.3	Proyección de ingresos, costos y gastos.....	171
5.4	Estados financieros	174
5.4.2	Balance General (proyectado a 5 años).....	176
5.4.3	Proyecciones Financieras Básicas.....	176
5.4.4	Balance General Proyectado (A 5 Años)	177
5.4.5	Consideraciones Finales.....	179
5.4.6	Estado de Resultados (proyectado a 5 años).....	179
5.4.7	Notas sobre el Estado de Resultados.....	180
5.4.8	Flujo de caja (proyectado a 5 años)	181
5.4.9	Notas sobre el Flujo de Caja	182
5.5	Evaluación del proyecto.....	183
5.5.2	VAN.....	185
5.5.3	TIR	187
5.5.4	Punto de equilibrio	188
5.5.5	Razones Financieras.....	190
5.5.6	Razones de Rentabilidad.....	190
5.5.7	Interpretación y Acciones	193
5.5.8	Acciones Recomendadas.....	194
CAPÍTULO VI Impactos.....		200
6	Impactos.....	200
6.1	Impacto económico.....	200
6.2	Impacto social	202
6.3	Impacto ambiental.....	204

6.4	Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros).....	206
CAPÍTULO VII Conclusiones.....		208
7	Conclusiones.....	208
CAPÍTULO VIII Recomendaciones.....		209
8	Recomendaciones.....	209
Referencias.....		210
9	Referencias.....	210
Anexos.....		213

Lista de tablas

Tabla 1 Asignacion de ponderaciones.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 2 calificacion	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 3 Calculo de puntuaciones	100
Tabla 4 Tabla de proyección de ventas y Justificación.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 5 Cálculo de la Participación del Mercado	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 6 Plan de inversión	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 7 Cronograma de Inversión	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 8 Distribución de los Fondos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9 costos fijos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 10 costos variables	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 11 gastos marketing	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 12 costos totales de operación	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 13 insumos y materiales.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 14 honorarios proveedores.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 15 gastos de transportes y logistica	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 16 total costo varuable unitario	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 17 Resumen de costo fijo	170
Tabla 18 proyeccion de ingresos.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 19 Proyección de Costos Variables.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 20 proyeccion costos fijos	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 21 proyeccion de gastos marketing.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 22 Resumen de Proyección de Ingresos, Costos y Gastos.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 23 Proyección de Resultado	¡Error! Marcador no definido.

Tabla 24 Estados financieros.....	174
Tabla 25 Balance General Proyectado	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 26 Estado de Resultados Proyectado (A 5 Años).....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 27 Balance General Proyectado	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 28 Proyección Anual.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 29 Flujo de Caja Anual	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 30 Flujos de Efectivo Proyectados.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 31 flujo de efectivos proyectados	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 32 Resumen de Razones Financieras	¡Error! Marcador no definido.

Lista de figuras

Ilustración 1 particulaes -----	51
Ilustración 2 Empresas-----	52
Ilustración 3 instituciones-----	53
Ilustración 4 correo electronico de Estilo Y Celebracion -----	60
Ilustración 5 creacion de la red social de Tik Tok -----	61
Ilustración 6 Fuente Propia Modelo Canvas aplicado a Estilo y Celebración-----	64
Ilustración 7 Fuente (Survey Monkey, 2024)-----	66
Ilustración 8 encuesta de estudio de mercados-----	70
Ilustración 9 pregunta 2 y 3 -----	71
Ilustración 10 pregunta 4 -----	72
Ilustración 11 pregunta 5 -----	72
Ilustración 12 pregunta 6 y 7-----	73
Ilustración 13 pregunta 8 y 9-----	74
Ilustración 14 pregunta 10 y 11 -----	74
Ilustración 15 pregunta 12-----	75
Ilustración 16 Genero de los encuestados-----	77
Ilustración 17 Edad de los encuestados -----	78
Ilustración 18 frecuencia con la existen a evetos organizados -----	79
Ilustración 19 Qué tipo de servicios te gustaría que ofreciera una empresa de organización de eventos?-----	81
Ilustración 20Cuál es tu presupuesto promedio para organizar un evento?-----	82
Ilustración 21 Qué canales de comunicación prefieres para interactuar con una empresa de organización de eventos? -----	84

Ilustración 22 Qué tan importante es para ti que una empresa de organización de eventos ofrezca opciones sostenibles y ecológicas? -----	86
Ilustración 23 . ¿Qué aspectos consideras más estresantes al organizar un evento? -----	88
Ilustración 24 Ilustración 24 Figura 26 creada en canvas https://www.canva.com/design/DAGX-v2D4iU/mq-iYc_bEbXcl5dzfS7ldQ/edit -----	93
Ilustración 25 ficha tecnica -----	106
Ilustración 26 Componente Descripción Entregables -----	108
Ilustración 27 Diagrama de flujo de producción o del servicio -----	111
Ilustración 28 organigrama -----	120
Ilustración 29 formula VAN -----	186
Ilustración 30 calculo de los flujos desconcidos -----	186
Ilustración 31 calculo de cada descontado -----	187
Ilustración 32 Suma de los Flujos Descontados -----	187
Ilustración 33 formula de TIR -----	188
Ilustración 34 punto de equilibrio formula -----	189
Ilustración 35 Precio de Venta (PV) -----	190
Ilustración 36 margan de utilidad neto -----	190
Ilustración 37 resumen sobre la inversión -----	190
Ilustración 38 Razon corriente -----	191
Ilustración 39 prueba acida -----	191
Ilustración 40 Rotacion de activos -----	191
Ilustración 41 rotacion de comprar por cobrar -----	192
Ilustración 42 Racon de deuda -----	192
Ilustración 43 margan de contribucion -----	197

Ilustración 44 rentabilidas sobre ventas -----	197
Ilustración 45 Resumen de Razones Financieras-----	197
Ilustración 46 rentabilidad sobre patrimonio -----	198

Lista de anexos

Resumen

EL siguiente plan de negocio propone la creación de una empresa especializada en la organización de eventos personalizados; la empresa ofrecerá experiencias innovadoras, orientadas a un mercado objetivo de clientes corporativos y sociales. La investigación incluye un análisis de mercado; diseño metodológico de gestión eficiente y estrategias de sostenibilidad; mientas que los hallazgos buscan mejorar la satisfacción del cliente, la fidelidad a largo plazo y la competencia diferencial.

Palabras clave:

Eventos personalizados, fidelización, gestión eficiente, planificación de eventos y satisfacción del cliente.

Abstract

The following business plan proposes the creation of a company specialized in the organization of personalized events; The company will offer innovative experiences, aimed at a target market of corporate and social clients. The research includes a market analysis; methodological design of efficient management and sustainability strategies; while the findings seek to improve customer satisfaction, long-term loyalty and differential competition.

Keywords:

Personalized events, loyalty, efficient management, event planning and customer satisfaction.

Introducción

En el mercado actual de la organización de eventos, la personalización es un factor clave que marca la diferencia y ayuda a empresas y a las personas a no solo cumplir, sino también a superar las expectativas de sus clientes. Los consumidores exigen experiencias más personalizadas, lo que es particularmente valioso para los eventos corporativos y sociales, ya que la experiencia en sí determina si los espectadores si están satisfechos con el servicio prestado. (Juan Alcaide, 2015) La empresa “Estilo & Celebración” se enfocará en brindar servicios de organización y realización de eventos a la medida para satisfacer una demandante industria que pone énfasis la satisfacción del cliente y la implementación de técnicas creativas para garantizar vivencias destacables.

La personalización para cada evento ha sido beneficiosa al combinarla con la implementación de tecnologías innovadoras y las plataformas digitales que facilitan la atención a los invitados. Este enfoque ha mostrado su eficiencia en la generación de experiencias que perduran en la memoria de los participantes. (Castro Milán, 2020). Estos avances no solo le dan valor agregado a los servicios, sino que también optimizan el proceso de planificación y ejecución, permitiendo una gestión más eficiente de los recursos disponibles para cada evento. (Fernando, 2021).

La propuesta de “Estilo & Celebración” pretende plantear un modelo de negocios que responda a las tendencias en cuanto a la sostenibilidad y eficiencia que actualmente están marcando la industria de eventos.

CAPÍTULO I. Generalidades

1 Identificación del modelo de negocio

1.1 Situación encontrada

En los últimos años, la industria de eventos en Bucaramanga, Santander, ha experimentado un notable crecimiento, impulsado por la demanda creciente de experiencias diferenciadas y personalizadas en contextos tanto sociales como corporativos. Sin embargo, a pesar de que, según Martínez Bastidas (2004), se trata de un sector en expansión, también enfrenta una rivalidad creciente en la organización de eventos. La mayoría de estas propuestas carecen de un valor agregado que las diferencie en el mercado, lo que supone un reto para los clientes.

El problema principal es la falta de empresas especializadas en Bucaramanga que ofrezcan un enfoque integral y personalizado para la organización de eventos. Con frecuencia, los clientes se ven en la necesidad de contratar a varios proveedores de forma independiente para cubrir distintos aspectos como la decoración, la logística y el entretenimiento. Esto no solo incrementa los costos, sino que también genera ineficiencias y complica la coordinación de los eventos (Zambrano Arcos, 2018). La falta de un servicio centralizado que se enfoque en la experiencia total del cliente genera insatisfacción y da la impresión de que los eventos no poseen un carácter distintivo y personalizado.

Asimismo, el mercado de Bucaramanga aún está en una fase inicial en la adopción de prácticas sostenibles y de responsabilidad ambiental en la realización de eventos, lo que abre una oportunidad para "Estilo & Celebración". Al integrar prácticas sostenibles, tales como el uso de materiales reciclables, la reducción de desechos y la aplicación de tecnología para una

planificación y gestión más eficiente, la empresa podría no solo cumplir con las expectativas de sus clientes, sino también promover la conciencia ambiental en la zona (Concha, 2024).

La situación observada pone de manifiesto una clara necesidad en el mercado de Bucaramanga: la existencia de una empresa de eventos que brinde un servicio integral, personalizado y sostenible. "Estilo & Celebración" pretende resolver este desafío ofreciendo una solución que coordine todos los elementos del evento en una experiencia completa, adaptada a las necesidades particulares de cada cliente, y que además se comprometa con prácticas responsables con el medio ambiente. Este enfoque no solo se centrará en satisfacer la demanda actual, sino también en establecer a la empresa como un referente en la organización de eventos innovadores y sostenibles en la ciudad.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

1.2.2 Elaborar un plan de negocios para la fundación de la empresa "Estilo & Celebración," enfocada en la planificación de eventos a medida en Bucaramanga, Santander.

1.2.3 Objetivos específicos

1. Realizar un análisis del mercado de eventos en Bucaramanga para detectar las necesidades del público objetivo.
2. Crear una estructura operativa y técnica que garantice la calidad y personalización en la prestación de servicios de eventos en Bucaramanga.

3. Establecer un estudio administrativo y legal que facilite la prestación del servicio de eventos con eficacia en la gestión y coordinación.
4. Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad económica de "Estilo & Celebración" en el sector de eventos locales en Bucaramanga.

1.3 Justificación

En Bucaramanga, el sector dedicado a la organización de eventos ha mostrado un crecimiento en los últimos años, impulsado principalmente por la mayor demanda de experiencias únicas y personalizadas tanto en el ámbito social como en el corporativo. (Castellanos Nieves, 2023). Sin embargo, a pesar de este avance, se observa que pocas empresas ofrecen servicios verdaderamente diferenciados, donde cada evento se ajuste a los gustos y necesidades particulares de los clientes. Esta situación abre una oportunidad de negocio para una empresa como "Estilo & Celebración," cuyo objetivo principal es brindar experiencias innovadoras y memorables, altamente personalizadas y que estén acorde con las expectativas de los clientes.

La relevancia de establecer una empresa única se debe a la necesidad de sobresalir en un mercado cada vez más competitivo. En las últimas investigaciones realizadas muestra que los clientes de eventos, tanto sociales como corporativos, valoran cada vez más esos detalles que transforman un evento en una experiencia singular (Guarneros, 2014). Las empresas que logran proporcionar este tipo de servicios distintivos poseen una ventaja competitiva considerable, ya que pueden captar un segmento de clientes en busca de un alto grado de personalización y profesionalismo (Panta Rosas, 2019). Al atender esta demanda, "Estilo & Celebración" no solo

consigue atraer a un público exigente, sino que también se establece como un referente de calidad en el ámbito de los eventos en Bucaramanga.

Asimismo, en un escenario donde la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental adquieren una importancia creciente (Márquez Delgado, 2021), "Estilo & Celebración" tiene la posibilidad de aportar a esta tendencia al adoptar ideas ecológicas, como el uso de materiales reciclables, la disminución de desperdicios y la mejor utilización de recursos. Este enfoque no solo atiende a una demanda creciente de los consumidores, quienes prefieren trabajar con proveedores que sean responsables con cuidar el medio ambiente, sino que también se ajusta a las políticas locales y a las tendencias globales hacia un desarrollo sostenible (Márquez Delgado, 2021).

En última instancia, el modelo comercial de "Estilo & Celebración" permite una coordinación completa de todos los aspectos del evento, abarcando tanto la planificación como la ejecución. Esto evita los inconvenientes de ineficiencia y deficiencia en la comunicación que suelen enfrentar los clientes al recurrir a diversos proveedores de forma independiente. Al ofrecer un servicio integral y centralizado, "Estilo & Celebración" reduce no solo el tiempo y esfuerzo que los clientes deben dedicar a la organización de su evento, sino que también asegura una experiencia armoniosa con sus expectativas.

La idea la empresa como "Estilo & Celebración" nace de la necesidad de brindar en Bucaramanga un servicio integral e innovador en la organización de cada evento, donde la sostenibilidad y la experiencia del cliente son aspectos clave. Esta propuesta de valor tiene como objetivo no solo atender la demanda existente, sino también establecer a la empresa como un

líder en el ámbito de eventos en la ciudad, promoviendo un mercado más competitivo y comprometido con la calidad y la responsabilidad social.

1.4 Marco Referencial

1.4.1 Marco teórico:

1.4.1.1 Teoría gestión de proyectos: Es un método ordenado que facilita la organización, desarrollo y supervisión de eventos considerados proyectos temporales, con metas concretas y un periodo de tiempo establecido. Para "Estilo & Celebración", esta propuesta teórica es fundamental para garantizar que cada evento se lleve a cabo con éxito y con las expectativas del cliente.. ((PMI), 2017)

1.4.1.2. Teoría del marketing de eventos: Se trata de una estrategia que se enfoca en la promoción y el posicionamiento de eventos para captar a los participantes idóneos y potenciar su impacto. Esta teoría es fundamental para "Estilo & Celebración", ya que una efectiva estrategia de marketing puede influir notablemente en la asistencia y la imagen del evento. (Getz, 2012)

1.4.1.3 Teoría de la experiencia del cliente: Se enfoca en la manera en que las organizaciones pueden planificar y administrar interacciones que brinden experiencias inolvidables y placenteras a los participantes. En el marco de "Estilo & Celebración", esta teoría es clave para garantizar que cada evento no solo satisfaga las expectativas, sino que las sobrepase. (Pine B. J., 2011)

1.4.1.4 Teoría de la comunicación organizacional: Se enfoca en la manera en que las organizaciones crean y sostienen canales de comunicación eficaces con sus distintos grupos de interés. En el ámbito de la organización de eventos, esta teoría es fundamental para asegurar una coordinación efectiva y lograr el éxito del evento. (Grunig, 1984)

1.4.1.5 Teoría de la Personalización en Servicios

La teoría de la personalización en servicios, según lo expuesto por Pine y Gilmore en *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*, subraya la relevancia de generar experiencias singulares y memorables mediante la personalización. (Pine B. J., *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press., 1999) Esta teoría resulta especialmente importante en sectores de servicios y eventos, donde las expectativas de los consumidores son elevadas y la diferenciación es fundamental.

1.4.1.6 Creación de Experiencias Únicas

Pine y Gilmore argumentan que, en la economía actual, los consumidores no solo buscan productos o servicios, (Pine B. J., *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*, 1999) sino experiencias que les aporten valor emocional y significado en el contexto de la organización de eventos, esto significa:

- **Diseño de Eventos Personalizados:** Adaptar cada evento a las preferencias individuales del cliente, desde el tema hasta la elección del menú y las actividades. Esto no solo cumple con las expectativas, sino que las supera.

- **Momentos Memorables:** Incorporar elementos únicos que hagan que cada evento sea especial, como sorpresas o interacciones significativas, generando recuerdos duraderos.

1.4.1.7 Diferenciación Competitiva

La personalización se convierte en un diferenciador clave en un mercado saturado:

1. **Adaptación a Necesidades Específicas:** Entender y anticipar las expectativas de los clientes permite a las empresas diferenciarse de la competencia, ofreciendo servicios que se alineen perfectamente con lo que el cliente desea.
2. **Valor Emocional:** La personalización crea una conexión emocional que va más allá de la transacción comercial, fomentando relaciones más profundas y significativas.

1.4.1.8 Fidelización del Cliente

Los eventos personalizados no solo generan satisfacción inmediata, sino que también fomentan la lealtad a largo plazo:

1. **Repetición de Negocios:** Los clientes que tienen experiencias positivas y personalizadas son más propensos a volver a elegir la misma empresa para futuros eventos.
2. **Boca a Boca:** Las experiencias memorables impulsan la recomendación entre amigos y familiares, creando una promoción que es invaluable.

1.4.1.9 Implementación Práctica

Para aplicar la personalización de manera efectiva en la organización de eventos, las empresas deben considerar:

1. **Investigación y Conocimiento del Cliente:** Utilizar encuestas y entrevistas para comprender las preferencias y expectativas del cliente antes de diseñar el evento.
2. **Flexibilidad Operativa:** Mantener una mentalidad abierta para adaptar los planes según las solicitudes del cliente, demostrando disposición a colaborar.
3. **Comunicación Continua:** Establecer un diálogo constante con el cliente durante todas las fases de planificación y ejecución del evento para asegurar que sus deseos se reflejen adecuadamente.

1.4.1.10 Teoría de la Gestión de la Experiencia del Cliente

La **teoría de la gestión de la experiencia del cliente**, según Schmitt, enfatiza la importancia de diseñar interacciones memorables y significativas que impacten emocionalmente a los clientes. Para "Estilo & Celebración", (Schmitt, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, 1999) una empresa especializada en la organización de eventos personalizados, esta teoría puede ser implementada de las siguientes maneras:

. 1.4.1.11. Comprensión Profunda del Cliente

1. **Investigación de Mercado:** Realizar encuestas y entrevistas a clientes potenciales para identificar sus preferencias, deseos y expectativas en relación con eventos personalizados.

2. **Personas del Cliente:** Crear perfiles detallados de los diferentes tipos de clientes (por ejemplo, bodas, cumpleaños, eventos corporativos) para adaptar la oferta a sus necesidades específicas.

1.4.1.12. Personalización y Adaptabilidad

1. **Servicios Personalizados:** Ofrecer opciones personalizadas en todos los aspectos del evento, desde el catering hasta la decoración, asegurando que cada detalle refleje la visión del cliente.
2. **Flexibilidad:** Mantener una comunicación abierta y adaptarse a cambios de último minuto o nuevas ideas del cliente, demostrando disposición a colaborar.

1.4.1.13. Interacción Continua

1. **Comunicación Proactiva:** Establecer canales de comunicación efectivos antes, durante y después del evento. Utilizar correo electrónico, redes sociales y llamadas telefónicas para mantener al cliente informado y comprometido.
2. **Feedback Post-Evento:** Realizar encuestas de satisfacción después del evento para recoger opiniones y sugerencias. Esto no solo ayuda a mejorar futuros eventos, sino que también muestra al cliente que su opinión es valorada.

1.4.1.14 Construcción de Relaciones a Largo Plazo

1. **Fidelización del Cliente:** Implementar un programa de lealtad que ofrezca beneficios para clientes que reserven eventos adicionales, como descuentos o servicios complementarios.

2. **Comunidad de Clientes:** Crear una comunidad en línea donde los clientes puedan compartir experiencias, fotos y recomendaciones, fortaleciendo la conexión con la marca.

1.4.1.15 Marketing Experiencial

Los conceptos de **marketing experiencial** desarrollados por Kotler y Keller son fundamentales para atraer y fidelizar clientes (Kotler P. &, 2016) en el contexto de "Estilo & Celebración". Se podrían aplicar en el plan de negocio de la siguiente manera

1.4.1.15.1 Creación de Experiencias Sensibles

1. **Diseño de Eventos:** Incorporar elementos que estimulen los cinco sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto) en cada evento.
2. **Ambientes Inmersivos:** Utilizar tecnología como proyecciones o realidad aumentada para crear entornos inmersivos que hagan sentir a los asistentes como parte de una experiencia única.

1.4.1.15.2 Personalización de Servicios

1. **Ofertas Personalizadas:** Adaptar cada evento a las preferencias y deseos específicos del cliente, desde la elección de la decoración hasta el menú y las actividades, lo que ayuda a crear un vínculo emocional.
2. **Interacciones Personalizadas:** Capacitar al personal para que ofrezca un servicio al cliente excepcional, recordando nombres y preferencias, y asegurando que cada interacción sea memorable.

1.4.1.16. Marketing Relacional

1.4.1.16.1 Construcción de Relaciones: Fomentar una relación a largo plazo con los clientes mediante seguimientos post-evento, correos de agradecimiento y la oferta de descuentos en futuros eventos.

1.4.1.16.2 Programas de Fidelización: Implementar un programa de recompensas que ofrezca beneficios exclusivos a clientes recurrentes, como acceso anticipado a nuevos servicios o tarifas preferenciales.

1.4.1.17 Comunicación Efectiva

1. **Promoción de Eventos:** Utilizar canales de marketing digital, como redes sociales y marketing por correo electrónico, para crear anticipación y entusiasmo en torno a los eventos, destacando las experiencias que se ofrecerán.
2. **Testimonios y Contenido Generado por el Cliente:** Compartir historias y fotos de eventos pasados en plataformas de redes sociales para atraer nuevos clientes y generar confianza.

1.4.1.18. Evaluación y Mejora Continua

1. **Recogida de Feedback:** Implementar encuestas y mecanismos de retroalimentación para comprender las experiencias de los asistentes y hacer ajustes en futuros eventos.
2. **Análisis de Datos:** Utilizar herramientas de análisis para rastrear el comportamiento y las preferencias de los clientes, lo que permitirá personalizar aún más las ofertas y mejorar la experiencia del cliente.

1.4.1.19 Sostenibilidad en la Industria de Servicios

El concepto de Triple Bottom Line propuesto por John Elkington es fundamental para incorporar la sostenibilidad en la organización de eventos. (Elkington, 1994) Este enfoque se centra en tres pilares: económico, social y ambiental, puede aplicarse de las siguientes maneras en "Estilo & Celebración":

1.4.1.19.1 Económico

1. Optimización de Costos: Implementar prácticas que reduzcan costos operativos, como el uso eficiente de recursos y la negociación de contratos favorables con proveedores.
2. Generación de Valor: Ofrecer servicios de alta calidad que justifiquen el costo, garantizando así la satisfacción del cliente y fomentando la repetición de negocios.

1.4.1.19.2 Social

1. Involucramiento de la Comunidad: Colaborar con proveedores locales y organizaciones comunitarias para fortalecer la economía local y crear vínculos con la comunidad.
2. Inclusividad y Diversidad: Asegurar que los eventos sean accesibles para todos, incluyendo consideraciones de diversidad y adaptaciones para personas con discapacidad.

1.4.1.19.3. Ambiental

1. Minimización del Impacto Ambiental: Adoptar prácticas sostenibles, como el uso de materiales reciclables y biodegradables, gestión adecuada de residuos y reducción de huella de carbono en la logística de eventos.

2. **Compensación de Carbono:** Considerar opciones para compensar las emisiones de carbono generadas por el evento, invirtiendo en proyectos de reforestación o energías renovables.

1.4.1.19.4 Gestión de la Cadena de Suministro y Proveedores

La gestión de proveedores es un aspecto crucial en la organización de eventos. Aplicar los conceptos de la gestión de la cadena de suministro de Christopher puede optimizar los procesos y garantizar el éxito de los eventos. (Christopher, 2016) Aquí algunas estrategias clave:

1.4.1.19.5 Selección de Proveedores: Establecer criterios claros para elegir proveedores que ofrezcan calidad, confiabilidad y sostenibilidad.

1.4.1.19.6 Colaboración y Relaciones: Fomentar relaciones sólidas y colaborativas con proveedores, mejorando la comunicación y la resolución de problemas.

1.4.1.19.7 Eficiencia en la Cadena de Suministro: Optimizar procesos logísticos y de suministro, utilizando tecnología para mejorar el seguimiento y la gestión de inventarios.

1.4.1.19.8 Sostenibilidad: Priorizar proveedores que compartan un compromiso con prácticas sostenibles, reduciendo así el impacto ambiental de los eventos.

1.4.1.19.9 Evaluación Continua: Implementar un sistema de retroalimentación para evaluar el desempeño de los proveedores y realizar ajustes según sea necesario.

1.4.1.20 Organización de Eventos

Este término se refiere al proceso de planificación, ejecución y control de un evento. Incluye la gestión de todos los recursos necesarios, la coordinación con proveedores y la atención a los detalles para garantizar que el evento cumpla con sus objetivos.

1.4.1.20 .1 Audiencia Objetivo: La audiencia objetivo es el grupo específico de personas al que se dirige el evento. Comprender las características y preferencias de esta audiencia es esencial para diseñar experiencias que satisfagan sus expectativas.

1.4.1.20 .2 Objetivos del Evento: Los objetivos son las metas que se desean alcanzar a través del evento. Estos pueden incluir:

1. Generar ingresos.
2. Promover una marca o producto.
3. Fomentar relaciones personales o profesionales.
4. Educar o informar a los participantes.

1.4.1.20 .3 Experiencia del Cliente:

En el contexto de la organización de eventos, la experiencia del cliente se refiere a las interacciones y percepciones que tienen los asistentes antes, durante y después del evento. Un enfoque en la experiencia del cliente busca crear momentos memorables que generen satisfacción y lealtad.

1.4.1.21 Planificación de eventos:

Es un proceso integral que abarca diversas etapas para garantizar el éxito de un evento. **(Glover, Event Management: A Professional and Developmental Approach, 2005)**

.4.1.21.1 Definición de Objetivos:

Establecer metas claras y específicas que se desean alcanzar con el evento, como aumentar la visibilidad de una marca y generar ventas

.4.1.21.2 Desarrollo de Estrategia:

Crear un plan que incluya el enfoque general del evento, el público objetivo y los métodos de promoción. Esto puede incluir la elección de la fecha, el lugar y el tipo de evento.

4.1.21.3 Coordinación de Recursos:

Identificar y asignar los recursos necesarios, como presupuesto, personal, proveedores y tecnología. Esta fase es crucial para asegurar que todos los elementos estén disponibles y alineados con los objetivos.

4.1.21.4 Ejecución de Actividades:

Implementar el plan de acción mediante la gestión de actividades y logística, incluyendo la decoración, catering, audiovisual, y la programación de actividades.

4.1.21.5 Evaluación y Seguimiento:

Después del evento, es esencial evaluar el desempeño mediante encuestas de satisfacción y análisis de resultados, lo que permite aprender y mejorar para futuros eventos.

4.1.21.6 Gestión de proveedores

La **gestión de proveedores** es un aspecto crucial en la planificación y ejecución de eventos. Implica la coordinación y supervisión de diversos proveedores y servicios necesarios para garantizar que el evento se realice de manera fluida y exitosa. (Silvers, 2017)

4.1.21.7 Selección de Proveedores:

Identificar y evaluar proveedores potenciales en función de criterios como la calidad del servicio, la experiencia, el costo y la sostenibilidad.

Realizar entrevistas y solicitar referencias para asegurar que el proveedor cumpla con las expectativas del evento.

4.1.21.8 Negociación de Contratos:

Establecer acuerdos claros que definan los términos y condiciones de los servicios proporcionados, incluidos precios, plazos de entrega y políticas de cancelación. Asegurarse de que todos los aspectos logísticos estén documentados para evitar malentendidos.

4.1.21.9 Coordinación de Servicios:

1. Supervisar la logística de cada proveedor, asegurando que lleguen a tiempo y que los servicios se ejecuten según lo acordado.
2. Mantener una comunicación constante con los proveedores para resolver cualquier problema que pueda surgir antes y durante el evento.

4.1.21.10 Supervisión de la Ejecución:

1. Monitorear el desempeño de los proveedores durante el evento para garantizar que todos los servicios se presten de acuerdo a lo planeado.
2. Realizar ajustes en tiempo real si es necesario, como coordinar cambios de último minuto en la decoración o en el catering.

4.1.21.11 Evaluación Post-Evento:

1. Recoger feedback de los asistentes sobre la calidad de los servicios ofrecidos.
2. Evaluar el desempeño de cada proveedor y determinar si se les contratará para eventos futuros.

1.4.1.22 Experiencia de asistente

La experiencia del asistente es un aspecto fundamental en la organización de eventos, ya que influye directamente en la percepción y satisfacción de los participantes. (Pine B. J., The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage, 1999)

1.4.1.22.1 Percepción y Satisfacción:

1. La experiencia del asistente se refiere a cómo los participantes perciben el evento, lo que incluye sus emociones, sensaciones y satisfacción general.
2. La satisfacción se mide a través de encuestas y feedback, que pueden proporcionar información valiosa sobre lo que funcionó y lo que se puede mejorar.

1.4.1.22.2 Calidad de la Organización:

1. Una planificación y ejecución son esenciales para crear una experiencia positiva. Esto incluye la gestión del tiempo, la logística y la atención a cada detalle.
2. La organización debe garantizar que todos los aspectos del evento, desde el registro hasta la salida, se manejen de manera eficiente.

1.4.1.22.3 Atención al Detalle:

1. Los pequeños detalles pueden marcar una gran diferencia. Esto incluye la decoración, la señalización, el lugar y la calidad del catering.
2. La atención a detalles específicos, como la personalización de la experiencia del asistente, puede aumentar la satisfacción y la percepción de valor.

1.4.1.22.4 Valor Percibido del Evento:

1. Los asistentes deben sentir que el evento les ofrece un valor significativo, ya sea a través de oportunidades de aprendizaje, entretenimiento y experiencias memorables.
2. La comunicación clara de los beneficios del evento antes y durante su realización ayuda a establecer expectativas y a mejorar la percepción de valor.

1.4.1.22.5 Interacción y Participación:

1. Fomentar la interacción entre asistentes y con los organizadores puede enriquecer la experiencia. Actividades interactivas, sesiones de preguntas y respuestas, y oportunidades para socializar son importantes.
2. Las plataformas digitales también pueden jugar un papel clave en la participación, facilitando la interacción y el compromiso.

1.4.1.22.6 La Personalización en la Industria de Servicios

La personalización se ha convertido en un factor clave en la industria de servicios, incluyendo la organización de eventos. (Pine B. J., *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*, 1999) Este enfoque implica adaptar productos y experiencias a las preferencias y necesidades individuales de los clientes.

La personalización se refiere al proceso de modificar servicios y experiencias para satisfacer las expectativas específicas de los clientes. Esto puede incluir ajustes en la oferta, comunicación y atención al cliente.

1.4.1.22.7 Beneficios

1.4.1.22.7.1 Mejora de la Satisfacción del Cliente: Al ofrecer experiencias adaptadas, los clientes se sienten valorados y comprendidos, lo que aumenta su satisfacción.

1.4.1.22.7.2 Fidelización: Los clientes son más propensos a regresar y recomendar el servicio si sienten que sus necesidades han sido atendidas de manera efectiva.

1.4.1.22.7.3 Diferenciación Competitiva: La personalización permite a las empresas destacarse, ofreciendo algo único que otros no pueden replicar fácilmente.

1.4.1.22.8 Aplicación

1.4.1.22.8.1 Experiencias Personalizadas: Desde la elección del menú hasta la decoración y el entretenimiento, los organizadores pueden adaptar cada aspecto del evento para que refleje la visión y los deseos del cliente.

1.4.1.22.8.2 Comunicación Personalizada: Utilizar datos sobre los clientes para personalizar la comunicación antes, durante y después del evento. Esto incluye invitaciones, recordatorios y agradecimientos.

1.4.1.22.8.3 Interacción y Participación: Fomentar la interacción personalizada durante el evento, como actividades que reflejen los intereses de los asistentes y mejorar la experiencia general.

1.4.1.22.8.4 Tecnología.

Las herramientas digitales, como plataformas de gestión de eventos y análisis de datos, permiten a los organizadores recopilar información sobre las preferencias de los asistentes, facilitando la personalización en tiempo real.

1.4.1.22.8.5 Desafío

Aunque la personalización ofrece numerosos beneficios, también presenta desafíos, como la necesidad de gestionar eficazmente los datos de los clientes y equilibrar la personalización con la eficiencia operativa.

1.4.1.22.9 La Gestión de la Experiencia del Cliente

La gestión de la experiencia del cliente (**Customer** Experience Management, CEM) es fundamental en la organización de eventos, ya que busca garantizar que cada interacción del asistente con el evento sea positiva y memorable. (Schmitt, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, 1999)

La experiencia del cliente abarca todas las interacciones que un asistente tiene con un evento, desde la promoción y el registro hasta la participación y el seguimiento post-evento.

1.4.1.22.10 Fases de la Gestión de la Experiencia:

1.4.1.22.10 .1 Antes del Evento: Incluye la promoción, la comunicación y el proceso de registro que es crucial proporcionar información clara y atractiva para atraer asistentes.

1.4.1.22.10.2 Durante el Evento:

Asegurar que todos los aspectos logísticos funcionen sin problemas, desde el ambiente hasta la calidad de las actividades y servicios. La interacción con el personal y otros asistentes también es fundamental.

1.4.1.22.10.3 Después del Evento:

La evaluación post-evento, que puede incluir encuestas de satisfacción y agradecimientos, ayuda a mantener la conexión con los asistentes y a obtener retroalimentación valiosa.

1.4.1.22.10.4 Personalización de la Experiencia:

Adaptar el evento a las necesidades y preferencias de los asistentes puede aumentar su satisfacción. Esto incluye personalizar la comunicación y ofrecer experiencias que resuenen con los intereses de los participantes.

1.4.1.22.10.5 Uso de Tecnología:

Las herramientas tecnológicas, como aplicaciones móviles y plataformas de gestión de eventos, permiten a los organizadores interactuar con los asistentes en tiempo real, enviar actualizaciones y recopilar datos para mejorar futuras experiencias.

1.4.1.22.10.6 Medición y Análisis:

Evaluar la experiencia del cliente es esencial. Las encuestas de satisfacción, análisis de datos y comentarios directos pueden proporcionar información sobre lo que funcionó y lo que no, permitiendo ajustes en eventos futuros.

1.4.1.22.10.7 Impacto en la Lealtad del Cliente:

Una experiencia positiva puede llevar a la fidelización. Los asistentes satisfechos son más propensos a recomendar el evento y a asistir en futuras ediciones.

1.4.1.22.11 Marketing Experiencial

Es un enfoque que se centra en crear experiencias memorables para los consumidores, en lugar de simplemente ofrecer productos o servicios. Este tipo de marketing busca involucrar a los clientes en un nivel emocional y sensorial, lo que puede llevar a una mayor lealtad y conexión con la marca.

El marketing experiencial implica diseñar actividades que permiten a los consumidores interactuar con la marca de manera directa y personal, creando recuerdos positivos que influyen en su comportamiento futuro. (Schmitt, *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*, 1999)

El marketing experiencial es una poderosa herramienta para las marcas que buscan crear conexiones duraderas con sus consumidores. Al enfocarse en crear experiencias memorables que involucren emociones y participación activa, las empresas pueden fomentar la lealtad del cliente y diferenciarse en un mercado competitivo.

1.4.1.22.11.2 Componentes Clave:

1.4.1.22.11.2.1 Inmersión:

Las experiencias deben ser inmersivas, permitiendo a los consumidores involucrarse plenamente con la marca.

1.4.1.22.11.2.2 Emoción:

Apelar a las emociones del consumidor es fundamental. Las experiencias que generan alegría, sorpresa o nostalgia tienden a ser más memorables.

1.4.1.22.11.3 Interactividad:

Fomentar la participación activa del consumidor, ya sea a través de eventos, actividades en redes sociales o pruebas de productos, aumenta el compromiso.

1.4.1.22.11.4 Beneficios:

1.4.1.22.11.4.1 Fidelización del Cliente:

Las experiencias memorables fomentan la lealtad, ya que los consumidores son más propensos a volver a marcas que han creado recuerdos positivos.

1.4.1.22.11.4.2 Voz a voz:

Las experiencias impactantes son a menudo compartidas, tanto en persona como en redes sociales, ampliando el alcance de la marca de manera orgánica.

1.4.1.22.11.4.3 Diferenciación:

En un mercado saturado, ofrecer experiencias únicas puede ayudar a una marca a destacar frente a la competencia.

1.4.1.23 Personalización de Eventos

La personalización implica modificar diversos elementos del evento (desde la temática y la decoración hasta el contenido y las interacciones) para alinearse con los deseos y necesidades de los participantes.

Se refiere al proceso de adaptar y diseñar un evento según las preferencias, necesidades y expectativas específicas de los asistentes. (Pine B. J., *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*, 1999) Este enfoque es fundamental para crear experiencias memorables y satisfactorias, y se ha convertido en una tendencia clave en la organización de eventos.

Al adaptar diversos elementos del evento a las necesidades y deseos del público, los organizadores pueden mejorar la satisfacción del cliente, fomentar la lealtad y destacarse en un mercado competitivo. La incorporación de tecnología y la atención a los detalles son clave para lograr una personalización efectiva.

1.4.1.23.1 Gestión de Proveedores

Es un aspecto crítico en la organización de eventos, ya que implica la selección, coordinación y supervisión de los recursos externos necesarios para asegurar la calidad y eficiencia del servicio. (Pine B. J., *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*, 1999) La gestión de proveedores abarca todas las actividades relacionadas con la identificación, selección y relación con aquellos terceros que suministran bienes y servicios necesarios para el evento, como catering, tecnología, decoración y entretenimiento.

Una buena selección, coordinación y supervisión de los proveedores no solo garantizan la calidad del servicio, sino que también optimizan los recursos y mejoran la experiencia general de los asistentes. La atención a los detalles en esta área puede marcar la diferencia entre un evento promedio y uno excepcional.

1.4.1.23.2 Importancia de la Gestión de Proveedores:

1.4.1.23.2.1 Calidad del Servicio:

La calidad de los servicios ofrecidos por los proveedores impacta directamente en la experiencia del asistente. Una buena gestión asegura que se cumplan los estándares deseados.

1.4.1.23.2.2 Eficiencia Operativa:

Una coordinación efectiva con los proveedores contribuye a la optimización de los recursos y el cumplimiento de los plazos, lo que es esencial para el éxito del evento.

1.4.1.23.2.3 Selección de Proveedores:

1. **Evaluación de Proveedores:** Es crucial realizar un análisis de los proveedores potenciales, considerando factores como la calidad de sus productos, costos y capacidad para cumplir con los requerimientos del evento.
2. **Referencias y Recomendaciones:** Consultar experiencias previas y referencias de otros organizadores de eventos puede facilitar la selección de proveedores confiables.

1.4.1.23.2.4 Coordinación y Comunicación:

1.4.1.23.2.4.1 Planificación y Cronogramas:

Establecer un cronograma claro de actividades y responsabilidades ayuda a mantener a todos los proveedores alineados con el plan del evento.

1.4.1.23.2.4.2 Canales de Comunicación:

Mantener líneas de comunicación abiertas y claras es fundamental para resolver cualquier inconveniente que pueda surgir durante el proceso.

1.4.1.23.2.5 Control de Calidad:

1.4.1.23.2.5.1 Supervisión en el Evento: Durante el evento, es importante contar con un equipo que supervise a los proveedores para asegurar que los servicios se estén entregando según lo acordado.

1.4.1.23.2.5.2 Evaluación Post-Evento: Después del evento, es recomendable evaluar el desempeño de los proveedores para identificar áreas de mejora y determinar si se debe trabajar con ellos en el futuro.

1.4.1.23.2.6 Desafíos:

1.4.1.23.2.6.1 Dependencia de Terceros:

La calidad y la eficiencia del evento pueden verse afectadas por problemas o fallos en los proveedores, lo que hace que la selección y gestión sean aún más críticas.

1.4.1.23.2.6.2 Costos:

Mantener un equilibrio entre la calidad y los costos es un desafío constante, y es necesario gestionar el presupuesto cuidadosamente.

1.4.1.24 Sostenibilidad en la Organización de Eventos

Se refiere a la integración de prácticas ecológicas y responsables que minimizan el impacto ambiental y promueven la responsabilidad social. Implica planificar y ejecutar actividades que no solo cumplan con los objetivos del evento, sino que también consideren el bienestar del medio ambiente y la comunidad.

Al adoptar prácticas ecológicas, no solo se contribuye al bienestar del planeta, sino que también se mejora la imagen de la marca y se atrae a un público más comprometido. (Getz, 2012) La implementación de estas prácticas requiere planificación y esfuerzo, pero los beneficios

a largo plazo son significativos para la comunidad y el medio ambiente. **1.4.1.25 Importancia de la Sostenibilidad:**

1.4.1.25.1 Impacto Ambiental:

Los eventos pueden generar grandes cantidades de residuos y consumir muchos recursos. Adoptar prácticas sostenibles ayuda a reducir estos impactos.

1.4.1.25.2 Responsabilidad Social:

La sostenibilidad promueve un enfoque ético en la organización de eventos, lo que puede mejorar la reputación de la empresa y atraer a un público más consciente.

1.4.1.26 Prácticas Ecológicas en la Planificación de Eventos:

1.4.1.26.1 Uso de Materiales Reciclables:

Incorporar materiales reciclables en la decoración, el embalaje y los suministros del evento. Por ejemplo, utilizar papel reciclado y evitar plásticos de un solo uso.

1.4.1.26.2 Minimización de Residuos:

Implementar estrategias para reducir la cantidad de desechos generados, como ofrecer opciones de comida que generen menos residuos y organizar el reciclaje de materiales.

1.4.1.26.3 Catering Sostenible: Seleccionar proveedores que ofrezcan alimentos orgánicos, locales y de temporada, así como opciones vegetarianas o veganas que reduzcan la huella de carbono.

1.4.1.26.4 Transporte Ecológico: Promover el uso de transporte sostenible para los asistentes, como bicicletas o transporte público.

1.4.2 Marco conceptual

El **marco conceptual** es fundamental para establecer una comprensión clara de los términos y conceptos que guían el proyecto de organización de eventos. (Glover, Event Management: A Professional and Developmental Approach, 2005) A continuación, se definen algunos de los términos clave relacionados:

1.4.2. 1 Definiciones

1.4.2. 1.2 Evento:

Un evento es un acontecimiento planificado que se lleva a cabo con un propósito específico y dirigido a una audiencia determinada. (Kotler P. B., 2016) Los eventos pueden clasificarse en diferentes categorías, como:

- 1. Sociales:** Celebraciones, bodas, fiestas de cumpleaños.
- 2. Corporativos:** Conferencias, lanzamientos de productos, reuniones de negocios.
- 3. Deportivos:** Competiciones, torneos, maratones.
- 4. Culturales:** Festivales, exposiciones, ferias de arte

1.4.3. Marco legal

Ley 1493 de 2011

Esta ley regula los espectáculos públicos y establece normas sobre la promoción y ejecución de eventos. (Colombia, 2011) Algunos aspectos a considerar son:

1. **Permisos:** Para realizar eventos públicos, es necesario obtener un permiso que garantice que se cumplen las normativas de seguridad, salubridad y orden público.
2. **Responsabilidades:** Se especifican las responsabilidades del organizador en términos de la seguridad del público y la calidad de los servicios ofrecidos.

Ley 1523 de 2012

Esta ley se enfoca en la regulación de la economía del cuidado y la protección de los derechos de las personas que trabajan en el sector de servicios, (legislativo), 2012) incluyendo la organización de eventos. A tener en cuenta:

1. **Derechos laborales:** Asegura que se respeten los derechos laborales de los empleados en el sector, promoviendo condiciones justas de trabajo.
2. **Regulaciones de contratación:** Es fundamental cumplir con las normas de contratación y pago de prestaciones sociales a los empleados.

Normativas adicionales

También es importante revisar las normativas locales y circulares emitidas por la Alcaldía de Bucaramanga y otros organismos, que pueden incluir:

1. **Regulaciones de ruido y horario:** Para eventos que generen ruido, es necesario cumplir con normativas sobre horarios y niveles permitidos.
2. **Seguridad y salud pública:** Cumplir con los requisitos de seguridad para proteger a los asistentes durante el evento.

Documentación requerida

1. **Registro mercantil:** Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio.
2. **RUT (Registro Único Tributario):** Inscripción ante la DIAN para efectos fiscales.

Exigencias a los Proveedores para Mitigar Riesgos de Accidentes

Proveedores de Montaje y Equipos:

1. Asegurarse de que los equipos sean de calidad y cumplan con las normativas de seguridad.
2. Realizar inspecciones previas a la instalación y montaje de escenarios, estructuras y equipos.
3. Los proveedores deben tener personal capacitado para la instalación segura y el desmontaje de equipos.

Proveedores de Catering:

1. Deben contar con las licencias sanitarias correspondientes y cumplir con las normas de seguridad alimentaria.
2. Deben ofrecer información sobre alérgenos y seguir protocolos de higiene estrictos.

Proveedores de Seguridad:

1. Exigir personal capacitado en control de multitudes y primeros auxilios.
2. Los planes de seguridad deben incluir rutas de evacuación y protocolos para emergencias.
3. El personal de seguridad debe estar certificado en manejo de situaciones de emergencia.

Contratos Claros:

1. Incluir cláusulas de responsabilidad en los contratos, especificando las responsabilidades de cada proveedor en caso de accidentes o incidentes.
2. Solicitar a los proveedores que cuenten con seguros adicionales que cubran daños o accidentes durante su participación.

***cosotos*1.5.1 Metodología: Modelo Canvas para Estilo & Celebración**

Es una herramienta visual que permite diseñar, describir, desafiar, inventar modelos de negocio de manera sencilla y clara. Este modelo fue desarrollado por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. (Osterwalder, 2010)

1.5.1.1 Segmentos de Clientes

1. **Particulares:** Personas que desean celebrar eventos como bodas, cumpleaños y aniversarios.



Ilustración 1 particulares

Personas que buscan organizar eventos sociales y celebraciones tales como bodas, cumpleaños, aniversarios, fiestas temáticas, y eventos de índole familiar o personal. Este segmento se caracteriza por:

- **Demografía:** Adultos entre 25 y 50 años, tanto hombres como mujeres, con un nivel de ingresos medio-alto o alto, que buscan experiencias únicas y personalizadas. Muchos de estos clientes se encuentran en etapas de vida como el matrimonio, la consolidación familiar, o la celebración de eventos importantes (como cumpleaños de 30, 40, 50 años, etc.).
- **Necesidades y deseos:** Buscan un alto nivel de personalización, calidad y creatividad en la organización de sus eventos. Están dispuestos a invertir en una experiencia única que refleje sus valores y personalidad. La comodidad y la atención al detalle son esenciales, ya que quieren delegar la responsabilidad de la planificación a expertos.
- **Comportamiento:** Este grupo valora el servicio al cliente, las recomendaciones personalizadas y la presencia de tendencias actuales. Prefieren soluciones integrales que incluyan todos los aspectos del evento (decoración, catering, tecnología, etc.), y tienden a tomar decisiones basadas en la estética y el impacto emocional que el evento pueda generar.

2. **Empresas:** Empresas que organizan eventos corporativos, lanzamientos de productos y celebraciones internas.



Ilustración 2 Empresas

Compañías que buscan organizar eventos corporativos, tales como lanzamientos de productos, seminarios, conferencias, eventos corporativos, celebraciones de fin de año o aniversarios corporativos. Este segmento incluye tanto pequeñas, mediana o grandes empresas.

Las características clave son:

Demografía: Empresas de tamaño medio y grande, en sectores como tecnología, salud, entretenimiento y moda, principalmente ubicadas en zonas urbanas. Los responsables de la toma de decisiones son gerentes de recursos humanos, jefes de marketing, o gestión humana.

Necesidades y deseos: Necesitan que sus eventos refuercen la imagen de la marca, fomenten la integración del equipo o generen experiencias memorables para los clientes. Buscan

eventos con un alto impacto visual y estratégico, que alimenten la comunicación y los valores corporativos de la empresa. La eficiencia, la innovación y el cumplimiento de plazos son prioritarios.

Comportamiento: Prefieren proveedores con experiencia en el manejo de eventos de gran escala, que puedan adaptarse a diferentes presupuestos y que ofrezcan opciones sostenibles y tecnológicas. La rentabilidad, la profesionalidad y la capacidad de ofrecer soluciones innovadoras son factores decisivos en la selección de un proveedor.

3. **Instituciones:** Organizaciones que requieren eventos culturales o educativos.



Ilustración 3 instituciones

Organizaciones educativas, culturales, y no lucrativas que requieren la organización de eventos para cumplir con objetivos institucionales, tales como conferencias académicas, ferias culturales, exposiciones, festivales, y actividades comunitarias. Este segmento incluye universidades, museos, asociaciones culturales y fundaciones.

- **Demografía:** Entidades públicas y privadas en el ámbito educativo, cultural y social, con presupuesto para actividades de divulgación y promoción. Los responsables suelen ser

coordinadores de eventos, directores de comunicación o encargados de relaciones públicas.

- **Necesidades y deseos:** Buscan experiencias que sean educativas y enriquecedoras, con un enfoque en la sostenibilidad, el compromiso social y la accesibilidad. Estos eventos tienen un enfoque más institucional que personal, y deben ajustarse a presupuestos más ajustados, pero siempre con un alto nivel de profesionalismo y atención a la diversidad de los públicos.
- **Comportamiento:** Las decisiones son tomadas a menudo por comités, lo que requiere una planificación detallada y propuestas que alineen los objetivos del evento con los intereses de la comunidad. Aprecian la creatividad, pero también la responsabilidad social y ambiental, buscando en sus proveedores compromiso con la sostenibilidad y la inclusión.

1.5.1.2 Propuesta de Valor

1.5.1.2.1 Planificación y ejecución de eventos de alto nivel:

La empresa ofrecerá servicios de organización de eventos corporativos (conferencias, lanzamientos de productos, seminarios) y sociales (bodas, fiestas privadas, eventos temáticos), con un enfoque en la personalización, profesionalismo y creatividad.

- 1. Gestión integral de eventos:** Desde la conceptualización hasta la ejecución final, con un servicio de atención al cliente de 360°, para que el cliente no se preocupe por nada.
- 2. Sostenibilidad e innovación:** Implementación de prácticas sostenibles (eventos ecológicos) y uso de tecnología avanzada como aplicaciones móviles para la

gestión de invitados o herramientas de realidad aumentada para mejorar la experiencia.

3. **Eventos Personalizados:** Creación de eventos únicos y a medida que reflejen la personalidad y deseos de los clientes.
4. **Experiencias Memorables;** Enfoque en la creación de experiencias que superen las expectativas de los asistentes.
5. **Sostenibilidad:** Implementación de prácticas ecológicas en la planificación y ejecución de eventos.
6. **Integración de Eventos Virtuales:** En la actualidad, los eventos virtuales se han consolidado como una alternativa valiosa a los eventos presenciales, ofreciendo flexibilidad, mayor alcance y menor impacto ambiental. Para adaptarse a esta nueva demanda, se debe considerar tanto la organización de eventos completamente virtuales como los eventos híbridos (combinando experiencias presenciales y virtuales).

1.5.1.2.2 Canales

1. **Página Web:** Plataforma para mostrar servicios, testimonios y portafolio de eventos.
2. **Redes Sociales:** Uso de Instagram, Facebook y Pinterest para promover eventos y captar clientes potenciales.
3. **Eventos de Muestra:** Participación en ferias y exposiciones para mostrar habilidades y servicios.

1.5.1.2.3 Relaciones con Clientes

1. **Atención Personalizada:** Asesoría directa y constante con los clientes durante todo el proceso de planificación.
2. **Feedback y Seguimiento** Encuestas post-evento para obtener retroalimentación y mejorar servicios.

1.5.1.2.4 Flujos de Ingresos

1. **Honorarios por Servicios:** Cobro por la planificación y coordinación de eventos.
2. **Paquetes de Servicios:** Ofrecimiento de paquetes que incluyan catering, decoración y entretenimiento.

1.5.1.2.4.3 Patrocinios:

Generación de ingresos a través de alianzas con proveedores y marcas relacionadas con eventos.

1.5.1.2.5 Recursos Clave

1. **Equipo de Trabajo:** Personal capacitado en planificación, logística y atención al cliente.
2. **Red de Proveedores:** Relaciones sólidas con proveedores de catering, decoración, tecnología y entretenimiento.
3. **Herramientas Digitales:** Software de gestión de eventos y plataformas de marketing.

1.5.1.2.6 Actividades Clave

1. **Planificación y Coordinación:** Gestión integral de cada evento, desde la concepción hasta la ejecución.
2. **Marketing y Promoción:** Estrategias de marketing digital y tradicional para atraer a los clientes.
3. **Evaluación de Proveedores:** Selección y gestión de proveedores para asegurar la calidad de los servicios.

1.5.1.2.7 Socios Clave

2. **Proveedores de Servicios:** Colaboración con catering, decoradores, músicos y técnicos de sonido.
3. **Organizaciones Locales:** Alianzas con organizaciones para eventos comunitarios y culturales.
4. **Empresas de Publicidad:** Socios en campañas de marketing y promoción.

1.5.1.2.8 Estructura de Costos

1. **Costos de Personal:** Sueldos y salarios del equipo de trabajo.
2. **Gastos Operativos:** Alquiler de oficinas, herramientas digitales y costos de marketing.
3. **Pagos a Proveedores:** Costos asociados a la contratación de servicios externos para eventos.

1.5.1.3 Valor agregado de la idea de negocios.

La propuesta de valor de "Estilo & Celebración" se enfoca en la creación de eventos totalmente personalizados, ajustados a las expectativas y deseos únicos de cada cliente en Bucaramanga. El valor agregado de esta idea de negocio se centra en:

1. Personalización Integral: Cada evento es diseñado de acuerdo con las preferencias y necesidades del cliente, desde la temática hasta los detalles de decoración, lo cual asegura una experiencia única.
2. Sostenibilidad en los Eventos: Se integran prácticas responsables con el medio ambiente, como el uso de materiales reciclables, minimización de residuos, y selección de proveedores locales sostenibles.
3. Servicio Completo e Integral: "Estilo & Celebración" ofrece un servicio que abarca desde la planificación inicial hasta la ejecución del evento, eliminando la necesidad de que el cliente gestione múltiples proveedores, lo cual simplifica el proceso y reduce el estrés asociado a la organización.
4. Experiencia Emocional: La empresa se enfoca en diseñar eventos que generen emociones y recuerdos memorables, promoviendo así la fidelización del cliente y una mayor satisfacción.

1.5.1.4 Descripción general de atributos físicos, funcionales y psicológicos del producto (*bien o servicio*).

1.5.1.5 Atributos Físicos

Espacios decorados: Uso de decoraciones personalizadas que incluyen materiales ecológicos y elementos decorativos adaptados a la temática del evento.

Equipamiento de alta calidad: Instalación de mobiliario, sistemas de sonido, iluminación y otros elementos logísticos que cumplen con altos estándares de calidad y seguridad.

Estética visual personalizada: Cada evento se diseña para reflejar la visión del cliente, con atención a detalles como la paleta de colores, disposición de los elementos decorativos y uso de tecnología para crear atmósferas únicas.

Atributos Funcionales

1. Servicio integral de organización de eventos: Desde la asesoría inicial, planificación, coordinación de proveedores, hasta la ejecución y supervisión del evento.

2. Gestión de proveedores sostenibles: Selección de proveedores locales comprometidos con la sostenibilidad, lo cual contribuye a minimizar el impacto ambiental y reduce costos logísticos.

3. Flexibilidad y adaptabilidad: Los servicios se ajustan tanto a eventos sociales como corporativos, con opciones de paquetes personalizados que se adaptan a diferentes presupuestos y tipos de clientes.

4. Atributos Psicológicos

Experiencia de satisfacción: Al crear eventos que superen las expectativas del cliente, se genera una sensación de satisfacción y bienestar.

5. Reducción del estrés: La empresa gestiona todos los aspectos del evento, lo cual disminuye el nivel de estrés y carga mental del cliente en la organización.

6. Confianza y seguridad: Gracias a la atención personalizada y la comunicación constante, el cliente se siente seguro de que el evento se realizará conforme a sus expectativas y con altos estándares de calidad.

7. Memorabilidad: Los eventos son diseñados para ser memorables y generar un impacto emocional duradero en los asistentes, lo cual fomenta la fidelización y la recomendación del servicio.

1.5.1.6. Canales de comunicación, distribución y venta

Sitio web corporativo con opciones de contacto y portafolio de servicios, incluidos testimonios de clientes y eventos realizados.

Redes sociales como Instagram y Facebook, donde se destacan eventos previos, testimonios y contenido detrás de cámaras.

Marketing digital: Publicidad en redes sociales y campañas de email marketing para llegar a clientes potenciales.

Se realiza correo creación de la cuenta en gmail

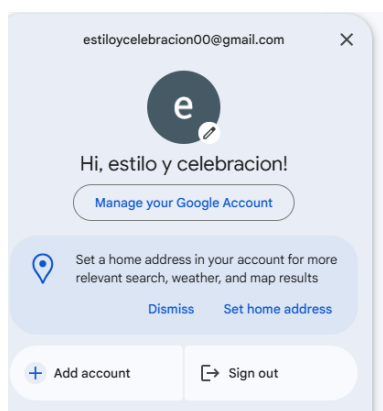


Ilustración 4 correo electrónico de Estilo Y Celebracion

Se realiza creación de la cuenta en tik tok

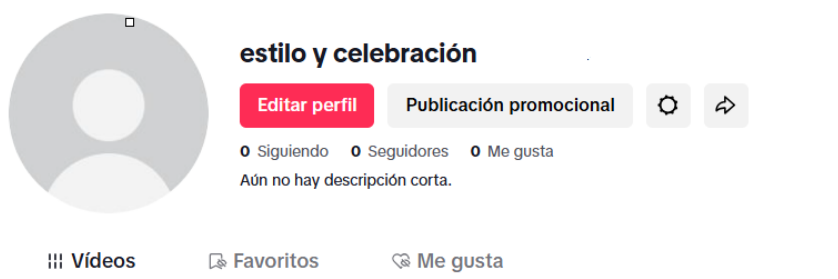


Ilustración 5 creación de la red social de Tik Tok

1. 5.1.7. Relacionamiento con el cliente

1. Atención personalizada y continua: Los clientes tienen acceso a un organizador de eventos dedicado que les acompaña desde la idea inicial hasta la ejecución final.
2. Comunicación directa y fluida: Canales de comunicación abiertos, como chats, llamadas o reuniones virtuales, para que los clientes puedan estar al tanto de cada detalle.
3. Experiencia post-evento: Se ofrece un seguimiento posterior para asegurarse de que el cliente esté satisfecho y abrir la puerta a recomendaciones o eventos futuros.

1.5.1.8 Recursos claves requeridos

1. Equipo humano: Un equipo de organizadores de eventos experimentados, especialistas en relaciones públicas, logística, producción y tecnología.
2. Red de proveedores confiables: Relaciones estratégicas con proveedores de catering, tecnología audiovisual, floristas, venues, y decoradores.

3. Infraestructura digital: Herramientas tecnológicas para la gestión de eventos, plataformas de CRM (Customer Relationship Management) para la gestión de clientes, y software especializado para la planificación de eventos.
4. Activos físicos: Oficinas para reuniones con clientes, equipamiento tecnológico y materiales de montaje para los eventos.

1.5.1.9. Actividades claves requeridas

2. Planificación y diseño de eventos: Desde la conceptualización creativa hasta la coordinación de logística.
3. Ejecución de eventos: Supervisión directa el día del evento, asegurando que todos los aspectos se desarrollen según lo planificado.
4. Relación con proveedores: Negociación y contratación de servicios complementarios necesarios para los eventos.
5. Marketing y ventas: Desarrollo de estrategias de marketing para captar nuevos clientes y fidelizar a los actuales a través de campañas en línea y eventos de promoción.

1.5.1.10. Socios claves requeridos para generar redes con otros de iguales condiciones o alianzas con otros para fortalecer el negocio

Proveedores de productos sostenibles y ecológicos para eventos (materiales decorativos, desechables biodegradables).

Alianzas con servicios de catering, logística, fotografía y video.

Colaboraciones con influencers locales para aumentar la visibilidad y promocionar la marca en redes sociales.

1.6.1 identificación de ingresos claves de la idea de negocios

1. Honorarios por planificación y coordinación: Cargos por la gestión integral del evento, que pueden ser tarifas fijas o porcentajes del costo total del evento.
2. Comisiones de proveedores: La empresa obtiene ingresos de sus proveedores asociados por cada servicio subcontratado (catering, decoración, tecnología audiovisual).
3. Paquetes adicionales: Servicios premium que incluyen la gestión integral de eventos internacionales, tecnología avanzada como transmisión en vivo o asistentes virtuales, o eventos temáticos completamente personalizados.

1.7.1 . Identificación de costos claves de la idea de negocios

1. Costos operativos fijos: Sueldos del equipo, alquiler de oficinas, licencias de software, y gastos administrativos.
2. Costos variables: Contratación de proveedores externos, logística del evento, materiales decorativos, tecnología (audiovisual, iluminación).
3. Costos de marketing: Publicidad en redes sociales, participación en ferias, y creación de contenido promocional.
4. Inversiones tecnológicas: Desarrollo y mantenimiento de plataformas de gestión de eventos o aplicaciones personalizadas.

1. 8.1.. Lienzo Canvas: resumen gráfico de la idea de negocios



Ilustración 6 Fuente Propia Modelo Canvas aplicado a Estilo y Celebración

1.9.1 Población:

Universo: Todas las organizaciones de eventos en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana

Personas que organizan eventos sociales

Este grupo incluye individuos y familias que desean organizar eventos sociales personalizados, como bodas, cumpleaños, aniversarios y otros eventos conmemorativos. Este segmento de la población valora la personalización, la exclusividad y la calidad en la organización de sus eventos, y busca proveedores que puedan ofrecer una experiencia completa y

diferenciada. Bucaramanga y su área metropolitana tiene alrededor de 619703 y en su área metropolitana aproximadamente son 707.000 habitantes. ((DANE), 2024)

2. Empresas y organizaciones que planifican eventos corporativos

Incluye pequeñas, medianas y grandes empresas de Bucaramanga que realizan eventos corporativos, como lanzamientos de productos, conferencias, talleres, reuniones de negocios y celebraciones internas. Estas organizaciones buscan una planificación integral y profesional, y valoran tanto la personalización como el enfoque en sostenibilidad y responsabilidad social. En Santander, incluyendo Bucaramanga, hay aproximadamente 70,000 MIPYMES (micro, pequeñas y medianas empresas). (Ministerio de Comercio, 2023).

Características Generales de la Población de Estudio:

Ubicación: Bucaramanga, Santander.

Intereses: Personalización, sostenibilidad y calidad en la organización de eventos.

Nivel socioeconómico: Medio-alto, ya que están dispuestos a invertir en servicios de calidad y experiencias personalizadas.

Necesidades: Soluciones integrales que simplifiquen la organización de eventos y permitan una experiencia memorable.

20. Muestra:

La idea es que esta muestra sea representativa de la población total, permitiendo realizar análisis y obtener conclusiones que se pueden generalizar a toda la población sin necesidad de estudiar cada uno de sus miembros.

Por esta razón, considerando el tamaño de la población, es claro que es necesario utilizar la siguiente fórmula estadística.

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

Ilustración 7 Fuente (Survey Monkey, 2024)

<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Datos:

N (tamaño de la población) = 80

Z (valor z para un 95% de confianza) \approx 1.96

P (proporción estimada) = 0.5 (si no se conoce, se usa este valor para maximizar el tamaño de la muestra)

E (margen de error) = 0.05

$$100 \times (1.96)^2 \times 0.5 \cdot (1 - 0.5)$$

$$(0.05)^2 \times (100 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \cdot (1 - 0.5)$$

$$Z^2 = (1.96)^2 \approx 3.8416$$

$$p \cdot (1-p) = 0.5 \times 0.5 = 0.25$$

$$n = \frac{100 \times 3.8416 \times 0.25}{(0.05)^2 \times 99 + 3.8416 \times 0.25}$$

$$100 \times 3.8416 \times 0.25 = 96.04$$

$$(0.05)^2 \cdot 99 = 0.0025 \cdot 99 = 0.2475$$

$$3.8416 \cdot 0.25 = 0.9604$$

$$\text{Denominador} = 0.2475 + 0.9604 = 1.2079$$

$$n = \frac{96.04}{1.2079} = 79.6$$

Tamaño de la población: es el de la población

Nivel de confianza (%): definir entre 85% y 95%

Margen de error (%): menor al 5%

Tamaño Muestral: calcular en la siguiente herramienta

Determinado según la técnica de muestreo elegida. Para estudios cualitativos, se podría usar un enfoque de muestreo por conveniencia con 10-15 empresas y 10-20 clientes. Para estudios cuantitativos, se podría usar una muestra representativa de al menos 100-200 participantes (si es aplicable), dependiendo del tamaño total de la población.

20.. Técnicas e instrumentos de recolección de información:

1. **Encuestas:** Cuestionarios estructurados enviados a organizadores de eventos, proveedores y asistentes para obtener datos cuantitativos sobre experiencias, problemas y expectativas.
2. **Observación Directa:** Asistencia a eventos y observación de los procesos de coordinación en tiempo real para identificar áreas de mejora.
3. **Revisión Documental:** Análisis de documentos relacionados con eventos previos, incluyendo informes, contratos y planes de eventos.
4. **Fase de Recolección de Datos:**
 - Aplicación de Instrumentos de Recolección: Implementación de encuestas, entrevistas, y observación directa.
 - Muestreo: Selección de participantes y eventos para el estudio.

21. Técnicas de Análisis de la Información:

Análisis Cuantitativo:

Estadísticas Descriptivas: Cálculo de medias, medianas, y frecuencias para datos obtenidos de encuestas.

Análisis Inferencial: Pruebas estadísticas para identificar relaciones significativas entre variables (si aplica).

Análisis Cualitativo:

1. **Codificación Temática:** Identificación de patrones y temas recurrentes en los datos de entrevistas y observaciones.
2. **Análisis de Contenido:** Evaluación de la información textual para extraer conclusiones y recomendaciones.

23. Alcances y limitaciones

1. Tipo de Investigación: El proyecto se basa en una investigación aplicada que busca resolver problemas específicos en la organización de eventos mediante la implementación de estrategias innovadoras.
2. **Alcance:** Este enfoque busca identificar y comprender las tendencias emergentes y las necesidades no satisfechas en la organización de eventos.
3. Se centra en detallar las características y especificaciones de las estrategias y métodos empleados en la organización de eventos.
4. Analiza las relaciones entre variables, como la satisfacción del cliente y la efectividad de las estrategias implementadas.
5. Enfoque: Utiliza un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos para obtener una comprensión completa de los aspectos relacionados con la planificación y ejecución de eventos.

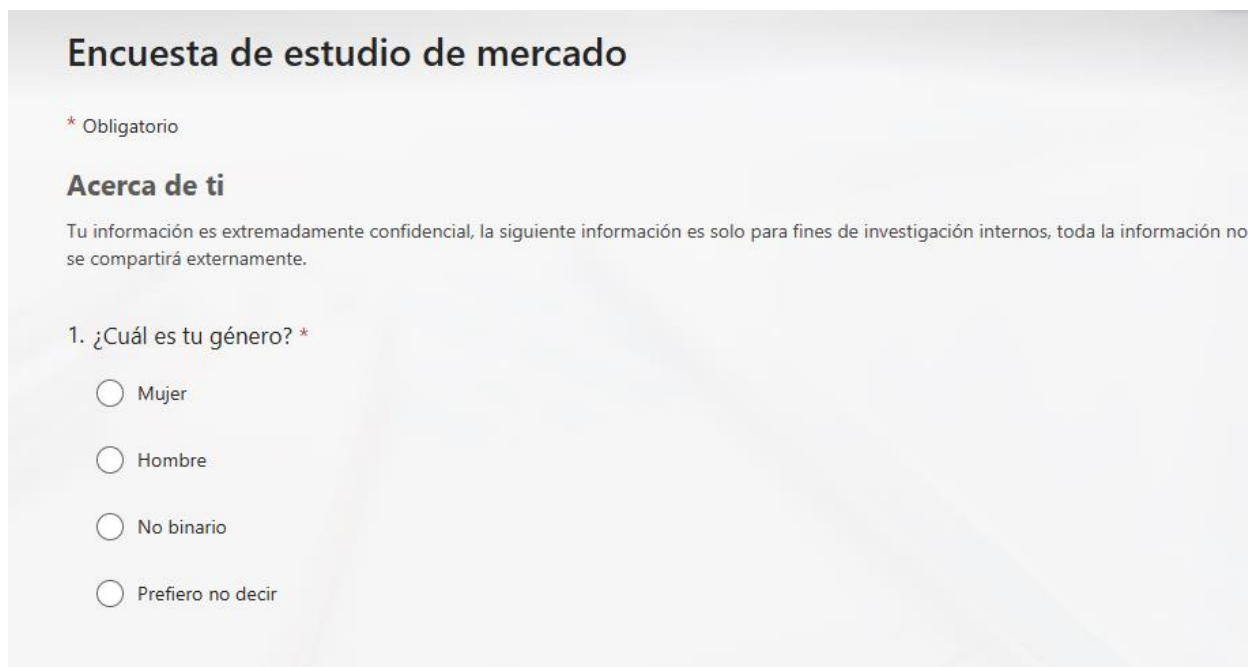
CAPÍTULO II Modulo de Mercado

2 Módulo de mercado

2.1 Investigación de mercado

Resultados de la investigación de mercados.

Para entender las necesidades y preferencias del mercado de eventos en Bucaramanga, se llevó a cabo una investigación de mercado, que incluyó encuestas y análisis de fuentes secundarias. Los resultados obtenidos muestran una demanda significativa de servicios personalizados en eventos sociales y corporativos, y una creciente preferencia por prácticas sostenibles y organizadores de eventos que puedan ofrecer una experiencia completa.



Encuesta de estudio de mercado

* Obligatorio

Acerca de ti

Tu información es extremadamente confidencial, la siguiente información es solo para fines de investigación internos, toda la información no se compartirá externamente.

1. ¿Cuál es tu género? *

- Mujer
- Hombre
- No binario
- Prefiero no decir

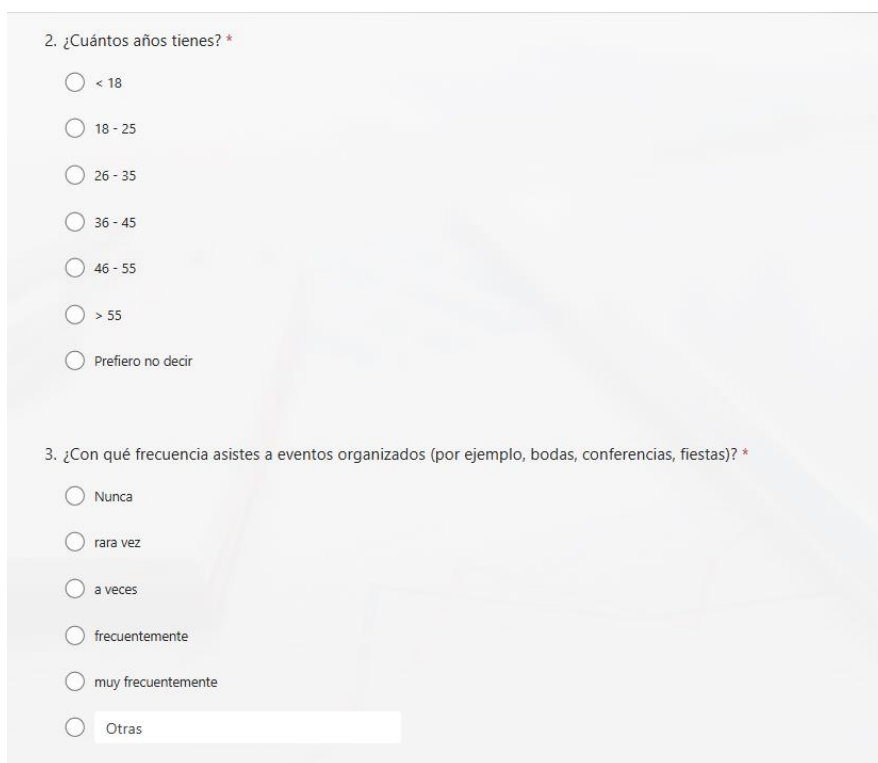
Ilustración 8 encuesta de estudio de mercados

Anexo

https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=64W6sVOiZ0Se6NT47U3zAN9HaYAEy_NFiz3YNVA9im1UNEZGODNUWUZHNThGV1M1WTYwM1BZUzJTNY4u

Según los datos proporcionados en el **Anexo 1**, los resultados muestran una tendencia creciente en los habitantes del municipio de Bucaramanga por la realización de la encuesta para la empresa de Estilo y Celebracion

A continuación se deja la información de la encuesta



2. ¿Cuántos años tienes? *

< 18

18 - 25

26 - 35

36 - 45

46 - 55

> 55

Prefiero no decir

3. ¿Con qué frecuencia asistes a eventos organizados (por ejemplo, bodas, conferencias, fiestas)? *

Nunca

rara vez

a veces

frecuentemente

muy frecuentemente

Otras

Ilustración 9 pregunta 2 y 3

4. ¿Has utilizado alguna vez los servicios de una empresa de organización de eventos? *

Selecciona la respuesta

SI

No

5. Si respondiste "Sí" en la pregunta anterior, ¿qué tipo de evento organizaste? (Puedes seleccionar más de una opción)

Ilustración 10 pregunta 4

5. Si respondiste "Sí" en la pregunta anterior, ¿qué tipo de evento organizaste? (Puedes seleccionar más de una opción)

Bodas

Cumpleaños

Eventos Corporativos

Conferencias

Fiestas temáticas

Otras

Ilustración 11 pregunta 5

6. ¿Qué factores consideras más importantes al elegir una empresa de organización de eventos? *

- Precio
- Experiencia y reputación
- Variedad de servicios ofrecidos
- Personalización y flexibilidad
- Recomendaciones y opiniones de otro

7. ¿Qué tipo de servicios te gustaría que ofreciera una empresa de organización de eventos? (Puedes seleccionar más de una opción) *

- Planificación completa del evento
- Coordinación del día del evento
- Decoración y diseño
- Servicios de entretenimiento
- Otras

Ilustración 12 pregunta 6 y 7

8. ¿Cuál es tu presupuesto promedio para organizar un evento? *

- Menos de \$900.000
- Entre \$ 900.000 y \$ 1.400.000
- Entre \$ 1.400.000 y \$1.900.000
- Mas de \$ 1.900.000

9. ¿Qué canales de comunicación prefieres para interactuar con una empresa de organización de eventos? *

- Llamada telefónica
- Correo electrónico
- Redes sociales
- Reuniones presenciales
- Mensajería instantánea (WhatsApp, Telegram etc.)

Ilustración 13 pregunta 8 y 9

10. ¿Qué tan importante es para ti que una empresa de organización de eventos ofrezca opciones sostenibles y ecológicas? *

- Muy importante
- Importante
- Neutral
- Poco importante
- No importante en absoluto

11. ¿Qué aspectos consideras más estresantes al organizar un evento? (Puedes seleccionar más de una opción) *

- Coordinación con proveedores
- Presupuesto
- Planificación del tiempo
- Elección de la ubicación
- Manejo de los invitados

Ilustración 14 pregunta 10 y 11


12. ¿Recomendarías utilizar los servicios de una empresa de organización de eventos a familiares o amigos? *

Sí

No

Tal vez

No revele nunca su contraseña. [Notificar abuso](#)

 Microsoft 365

Este contenido lo creó el propietario del formulario. Los datos que envíes se enviarán al propietario del formulario. Microsoft no es responsable de las prácticas de privacidad o seguridad de sus clientes, incluidas las que adopte el propietario de este formulario. Nunca des tu contraseña.

Microsoft Forms | Encuestas, cuestionarios y sondeos con tecnología de inteligencia artificial [Crear mi propio formulario](#)

El propietario de este formulario no ha proporcionado una declaración de privacidad sobre cómo utilizarán los datos de tus respuestas. No proporciones información personal o confidencial. | [Términos de uso](#)

Ilustración 15 pregunta 12

Resultado de la investigación

La información analizada se fundamenta en los resultados obtenidos mediante un cuestionario dirigido a la población de Bucaramanga y sus alrededores. El objetivo fue conocer que tanto las personas conocen de una empresa de organización de eventos y si estuviesen dispuestos a pagar por este servicio. A continuación, se presenta un análisis detallado de los datos recopilados, abordando tanto aspectos cuantitativos como cualitativos.

Preferencias de Personalización: Los clientes buscan eventos únicos que reflejen su estilo personal o la cultura corporativa.

Importancia de la Sostenibilidad: Existe una tendencia en el mercado hacia eventos responsables con el medio ambiente, con un interés en el uso de materiales reciclables y reducción de residuos.

Demanda de Servicios Integrales: Los clientes prefieren contratar empresas que se encarguen de todos los aspectos del evento, desde la planificación hasta la ejecución.

La empresa estilos y celebración busca Ofrecer un plan detallado que cubra cada aspecto del evento, desde la idea inicial hasta su finalización.

Además, busca gestionar las relaciones con distintos proveedores para que trabajen juntos de manera eficiente. Organizar todos los detalles logísticos, como la elección del lugar, transporte.

Adaptar los servicios a las necesidades y deseos específicos del cliente, escuchando sus preferencias.

Supervisar el evento en tiempo real para resolver cualquier inconveniente y asegurar que todo funcione sin problemas

Generar experiencias únicas que dejen una impresión duradera en los asistentes y en el cliente.

Reducir la carga de trabajo del cliente para que pueda disfrutar del evento sin preocuparse por los detalles.

Y por último ofrecer soluciones sostenibles y amigables con el medio ambiente en la planificación y ejecución del evento.

1. ¿Cuál es tu género?

Ítems

frecuencia

porcentaje

Mujer	52	65%
Hombre	28	35%



Ilustración 16 Genero de los encuestados

Según la cantidad de encuestados hubo mas mujeres con un porcentaje de 65% y

hombres un 35%

2. ¿Cuántos años tienes?

Ítems	Frecuencia	Porcentaje
18-25	10	12%
26-35	26	32%
36-45	23	28%
46-55	14	17%

>55

9

11%



Ilustración 17 Edad de los encuestados

Según las edades de los encuestados la información es la siguiente: el grupo más grande: El rango de edad **26-35** representa el **32%**, lo que indica que es el grupo más numeroso.

El grupo menos representado: El rango de **18-25** tiene solo el **12%**, siendo el menos representado y la distribución equilibrada: La mayoría de los rangos tienen una distribución relativamente equilibrada, especialmente entre **36-45** y **46-55**.

3.¿Con qué frecuencia asistes a eventos organizados (por ejemplo, bodas, conferencias, fiestas)?

Ítems	frecuencia	porcentaje
A veces	30	49%

Rara vez	20	33%
Frecuentemente	10	16%
Muy frecuentemente	1	1%

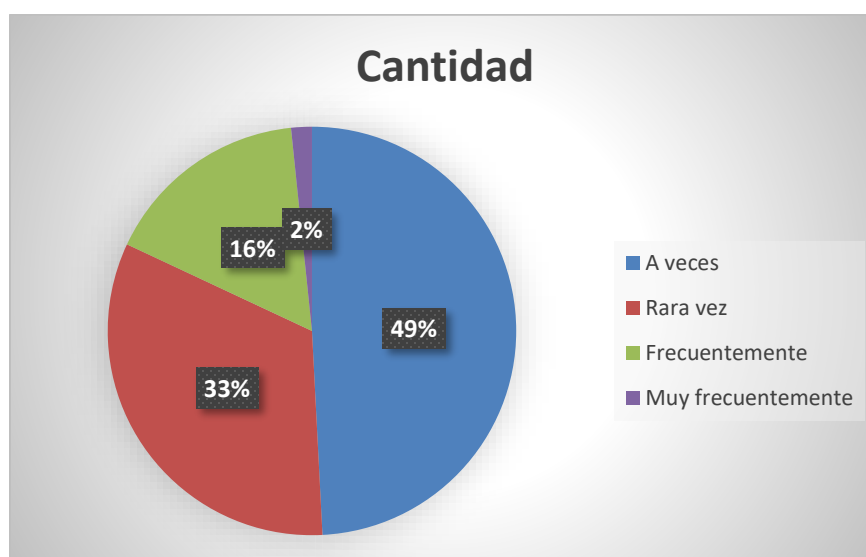


Ilustración 18 frecuencia con la existencia de eventos organizados

Según la información recopilada con esta encuesta muestra que los resultados indican lo siguiente:

"A veces" (49%): Casi la mitad de los encuestados (30 personas) indica que asiste a eventos con una regularidad moderada. Esto sugiere que hay un interés en participar, pero no de manera constante, lo que podría implicar limitaciones de tiempo, preferencias personales o gustos.

"Rara vez" (33%): esta porción de los participantes (20 personas) asiste raramente a eventos organizados. Esta cifra indica que una parte significativa de la población puede estar

menos inclinada a participar en actividades sociales, lo que podría reflejar factores como la falta de interés, compromisos previos o un enfoque más limitado en eventos específicos.

"Frecuentemente" (16%): Solo un 16% (10 personas) asiste a eventos de manera frecuente, lo que sugiere que un grupo más reducido está comprometido activamente con la socialización y la creación de redes. Este segmento podría incluir a personas con roles profesionales que requieren una mayor interacción o aquellos que valoran el networking.

"Muy frecuentemente" (1%): Apenas un 1% (1 persona) asiste muy frecuentemente a eventos, lo que indica que este tipo de participación es bastante inusual. Este grupo puede representar a individuos muy activos en círculos sociales o profesionales específicos.

Tabla 2

4.¿Qué tipo de servicios te gustaría que ofreciera una empresa de organización de eventos?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Planificación compra del evento	42	57%
Decoración y diseño	18	25%
Coordinación del día del evento	7	10%
Servicios de entretenimiento	5	7%
Todas las anteriores	1	1%

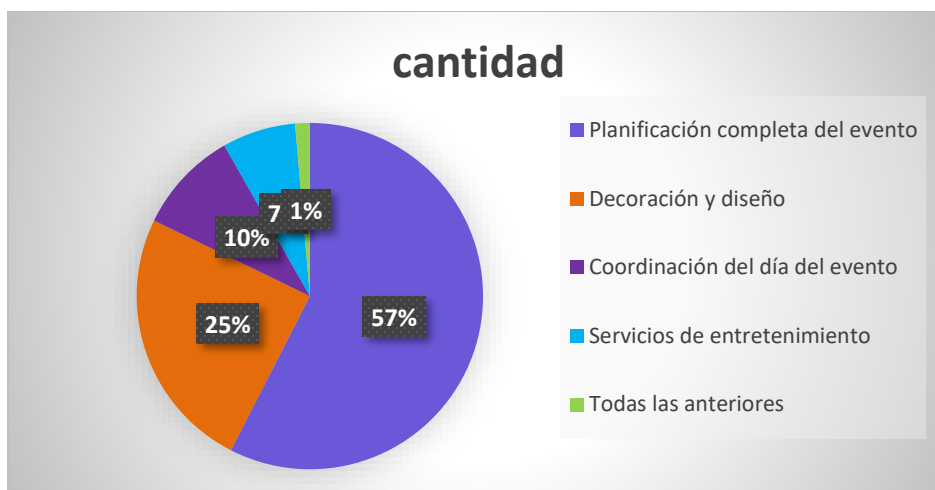


Ilustración 19 Qué tipo de servicios te gustaría que ofreciera una empresa de organización de eventos?

Los resultados sobre los servicios preferidos son los siguientes:

Planificación completa del evento (57%): La mayoría, con un 57% (42 personas), quiere un servicio de planificación integral. Esto refleja un deseo por tener apoyo en todo el proceso, lo que facilita la organización y reduce el estrés.

Decoración y diseño (25%): Un 25% (18 personas) mostró interés en servicios de decoración y diseño. Esto resalta la importancia de crear un ambiente atractivo y personalizado para que los eventos sean memorables.

Coordinación del día del evento (10%): Solo el 10% (7 personas) se inclina por la coordinación específicamente para el día del evento. Aunque este servicio es importante, parece que la planificación general y la decoración son las prioridades más altas.

Servicios de entretenimiento (7%): Un 7% (5 personas) mencionó que le gustaría contar con servicios de entretenimiento. Esto sugiere que, aunque no es la principal preocupación, hay interés en actividades que hagan el evento más ameno.

Todas las anteriores (1%): Solo un 1% (1 persona) expresó que le gustaría recibir todos los servicios mencionados. Esto indica que la mayoría tiene preferencias más específicas.

Tabla 3

5. ¿Cuál es tu presupuesto promedio para organizar un evento?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Menos de \$ 900.000	15	19%
Entre \$900.000 y \$ 1.400.000	26	32%
Entre \$ 1.400.000 y \$ 1.900.000	30	37%
Mas de \$ 1.9000.000	10	12%

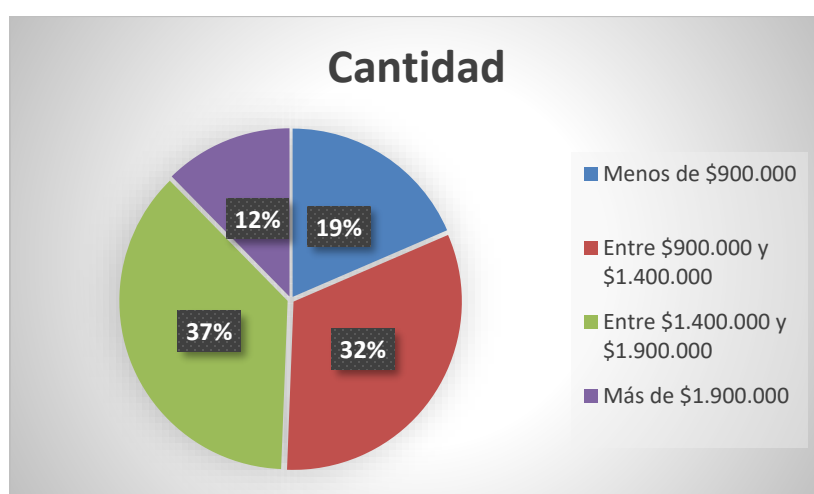


Ilustración 20 Cuál es tu presupuesto promedio para organizar un evento?

Es este aspecto se puede concluir que este grupo representa a aquellos que buscan opciones más económicas. Pueden estar organizando eventos pequeños o informales, o simplemente tienen restricciones en su presupuesto. Esto sugiere que hay un mercado para servicios más accesibles.

El rango entre \$900,000 y \$1,400,000 Este rango es el más popular. Las personas en este grupo están dispuestas a invertir un poco más, lo que podría incluir servicios básicos de planificación y decoración. Es un punto medio que puede atraer a quienes buscan calidad sin gastar excesivamente.

Entre \$1,400,000 y \$1,900,000, este grupo es el más grande y muestra una disposición clara a gastar en eventos más elaborados. Es probable que estos encuestados busquen una experiencia más completa, incluyendo servicios de calidad, atención a los detalles y opciones personalizadas.

Y más de \$1,900,000 Este segmento es el más pequeño y puede estar formado por clientes que buscan eventos de alto nivel, como bodas o celebraciones importantes, donde se requiere un servicio exclusivo y personalizado. Estos clientes están dispuestos a invertir en experiencias únicas.

Tabla 4

6.¿Qué canales de comunicación prefieres para interactuar con una empresa de organización de eventos?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Mensajería instantánea	47	52%
Reuniones presenciales	23	26%
Redes sociales	10	11%
Correo electrónico	4	4%
Llamada telefónica	6	7%

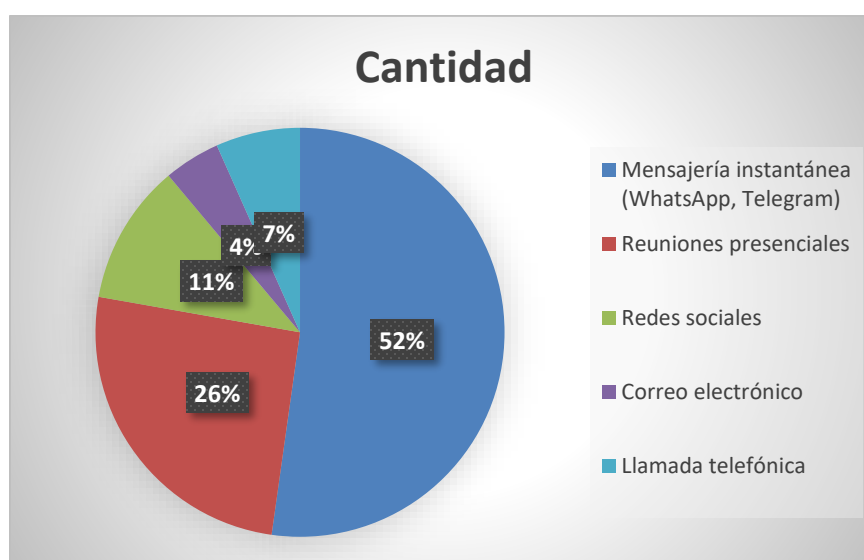


Ilustración 21 Qué canales de comunicación prefieres para interactuar con una empresa de organización de eventos?

En los resultados sobre los canales de comunicación que los encuestados prefieren la mensajería instantánea es el canal más popular, con más de la mitad de los encuestados eligiendo esta opción. Esto indica una preferencia por la comunicación rápida y directa, que permite intercambiar información de manera eficiente y en tiempo real.

Un 26% de los encuestados prefiere las reuniones cara a cara. Esto puede reflejar la importancia de la comunicación personal en la planificación de eventos, donde los detalles y la confianza son esenciales.

Aunque un 11% opta por las redes sociales, este canal es menos preferido en comparación con otros. Puede ser útil para la promoción y el primer contacto, pero parece que la comunicación más directa es preferida para la planificación.

Solo un 4% prefiere el correo electrónico, lo que sugiere que este canal es visto como menos efectivo para la comunicación rápida y directa que requieren los eventos.

Un 7% prefiere las llamadas telefónicas. Este canal puede ser útil para discusiones rápidas o aclaraciones, pero no es la opción más popular entre los encuestados.

Tabla 5

7.¿Qué tan importante es para ti que una empresa de organización de eventos ofrezca opciones sostenibles y ecológicas?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Muy importante	31	54%
Importante	14	24%
Neutral	10	17%
Poco importante	1	2%
No importante en absoluto	2	3%

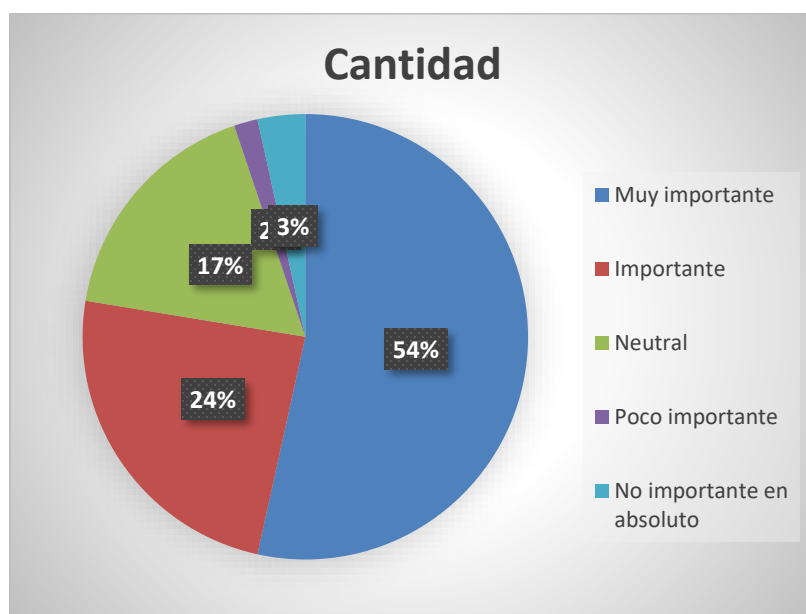


Ilustración 22 Qué tan importante es para ti que una empresa de organización de eventos ofrezca opciones sostenibles y ecológicas?

Más de la mitad de los encuestados considera que es muy importante que las empresas de organización de eventos ofrezcan opciones sostenibles. Esto indica una fuerte tendencia hacia la conciencia ambiental y la demanda de prácticas responsables en la planificación de eventos.

Un 24% también valora la sostenibilidad, aunque no con la misma urgencia. Esto muestra que, aunque no es su prioridad principal, les gustaría que las empresas consideren opciones ecológicas.

Un 17% se siente neutral al respecto, lo que puede indicar que para algunos, la sostenibilidad no es un factor decisivo en su elección de servicios para eventos.

Solo un 2% considera que la sostenibilidad es poco importante. Esto sugiere que muy pocas personas ven la sostenibilidad como un aspecto irrelevante en la organización de eventos.

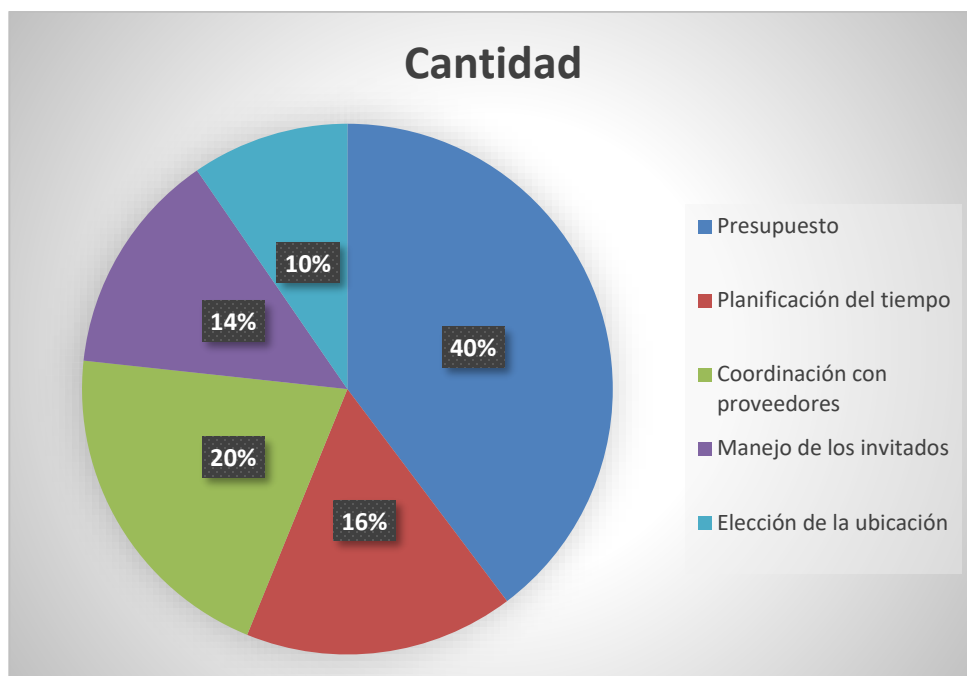
Este grupo representa a aquellos que no valoran la sostenibilidad en absoluto. Sin embargo, su porcentaje es mínimo, lo que refuerza la tendencia hacia la importancia de las prácticas ecológicas.

Tabla 6

8. ¿Qué aspectos consideras más estresantes al organizar un evento?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Presupuesto	29	40%
Planificación del tiempo	12	16%
Coordinación con proveedores	15	20%
Manejo de los invitados	10	14%
Elección de la ubicación	7	10%

Ilustración 23 . ¿Qué aspectos consideras más estresantes al organizar un evento?



Con la información recolectada en este punto un poco menos de la mitad de los encuestados considera que el presupuesto, esto quiere decir que están buscando que la realización de evento sea bien organizada y que el presupuesto no sea tan alto.

Un 20% indica que lo más importante es la coordinación con los proveedores ya que como lo sabemos es una de las tareas más complicadas por cuestiones de logística y de tiempo.

Un 16 % indica que lo más importante es la planificación del evento para que no se vayan a presentar ningún tipo de contratiempos y que todo funcione de manera correcta

Un 14% de las personas de las personas encuestadas indica el manejo de los invitados ya que puede retrasar el inicio de eventos

Un 10% indica que lo más tedioso podría ser la ubicación donde se realizara el del evento ya que debe ser de fácil acceso a todos los invitados.

9. ¿Recomendarías utilizar los servicios de una empresa de organización de eventos a familiares o amigos?

Ítems	frecuencia	porcentaje
Si	63	83%
No	1	1%
Tal vez	12	16%

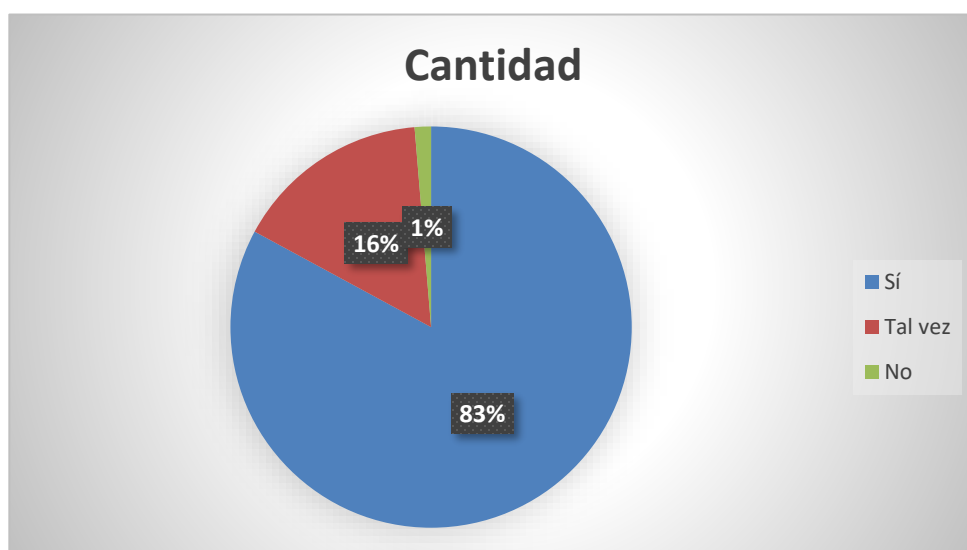


Ilustración 24 ¿Recomendarías los servicios de una empresa de organización de eventos?

La mayoría del 83% de los encuestados está dispuesta a recomendar estos servicios. Esto indica una alta satisfacción con la experiencia general de organización de eventos, lo que podría ser un indicador positivo de la calidad y efectividad de la empresa

solo un 1% se muestra en contra de la recomendación. Este número es muy bajo, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados no tiene objeciones significativas sobre el uso de los servicios.

Un 16% de los encuestados se encuentra en una postura ambivalente, considerando la posibilidad de recomendar, pero sin un compromiso firme. Esto podría reflejar dudas específicas o la necesidad de más información sobre la empresa.

Conclusiones

Según con la información recibida en esta encuesta se puede ver que las personas utilizarían nuestra empresa de organización de eventos por que desean un eventos bien organizado, con una excelente organización y logística para no tener ningún contratiempo en su desarrollo y después del mismo.

2.1.1 Análisis del mercado

El mercado de eventos en Bucaramanga se encuentra en expansión, con un creciente interés en la personalización y la sostenibilidad. Las celebraciones sociales (como bodas y aniversarios) y los eventos corporativos (como lanzamientos de productos y conferencias) representan las mayores oportunidades de mercado. La población incluye tanto clientes individuales como corporativos que buscan servicios integrales y personalizados para sus eventos. (Bucaramanga O. d., 2023)

El mercado de eventos en Bucaramanga está experimentando un crecimiento significativo, impulsado por la demanda de eventos personalizados y sostenibles. Según el Observatorio de Turismo de Bucaramanga, el sector de eventos ha mostrado un aumento en el número de eventos organizados, especialmente en categorías como bodas, cumpleaños y eventos corporativos. ((IDDE), 2023).

Los eventos corporativos, como lanzamientos de productos, conferencias y seminarios, suelen representar una parte significativa de los ingresos de las empresas organizadoras debido a los mayores presupuestos que manejan estas iniciativas en comparación con los eventos personales o familiares. (Osterwalder, Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers, 2020)Estos eventos también tienen la ventaja de ser recurrentes, lo que asegura una demanda constante.

Para respaldar el crecimiento del sector de eventos, es clave incluir cifras que reflejen su evolución tanto a nivel global como local. El sector de eventos incluye actividades como la organización de conferencias, congresos, ferias, conciertos, bodas y eventos corporativos, abarcando áreas de turismo, servicios, entretenimiento y comunicación.

Fuentes que miden el crecimiento del sector:

Organizaciones internacionales como la World Tourism Organización (UNWTO), MPI (Meeting Professionals International), y IBTM World realizan estudios anuales sobre la industria de eventos y congresos. (Eventbrite, 2022)

Cámaras de comercio y asociaciones locales también recopilan datos regionales.

Cifras del crecimiento:

A nivel mundial, el mercado global de eventos se estima en más de \$1.1 billones USD en 2022, con una tasa de crecimiento anual del 11% según Eventbrite y Statista. (Statista, 2022)

En Colombia, el sector de eventos creció un 8% anual durante los últimos 5 años, impulsado por la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions), según la Cámara de Comercio de Bogotá y ProColombia.

Oportunidades de Mercado

1. **Eventos Sociales:** Las celebraciones sociales, que incluyen bodas y aniversarios, son particularmente populares. (Bucaramanga C. d., 2023) Un estudio del Instituto de Investigación y Desarrollo Económico (IDDE) de Bucaramanga revela que en el último año, las bodas han crecido un 25% en comparación con el año anterior, reflejando una tendencia hacia la personalización.

2. **Eventos Corporativos:** Los eventos empresariales, como lanzamientos de productos y conferencias, también están en aumento. (Bucaramanga C. d., 2023) Según un informe de Cámara de Comercio de Bucaramanga, en el último trimestre, se registró un 30% más de eventos corporativos en comparación con años anteriores, destacando la importancia del networking y la promoción de productos en un mercado competitivo.

3. **Interés en Sostenibilidad:** Hay un creciente interés por prácticas sostenibles en la organización de eventos. Una encuesta realizada por Bucaramanga (Verde, 2023) Verde indica que el 60% de los

organizadores de eventos y clientes prefieren opciones que reduzcan el impacto ambiental, lo que abre oportunidades para empresas que implementen prácticas ecológicas

Analisis FODA

Ilustración 24 Ilustración 24 Figura 26 creada en canva https://www.canva.com/design/DAGX-v2D4iU/mq-iYc_bEbXcL5dzfS71dQ/edit



2.1.1 Identificación del cliente

Personas que buscan celebrar eventos sociales personalizados (cumpleaños, bodas, aniversarios) en Bucaramanga.

Empresas y corporativos que requieren servicios de eventos con un enfoque en personalización y sostenibilidad.

Clientes que valoran la sostenibilidad y la atención al detalle en la organización de sus eventos.

Buyer person (Basándose en la segmentación)

Segmentación Demográfica

Edad:

1. 18-30 años: Enfocado en jóvenes que buscan organizar fiestas de cumpleaños, graduaciones y eventos sociales.
2. 31-50 años: Parejas que planean bodas y familias que organizan celebraciones como aniversarios o reuniones familiares.
3. 50 años en adelante: Clientes que organizan eventos de tipo más formal, como celebraciones de jubilación.

Ingreso:

1. Bajo: Personas que buscan eventos más sencillos o económicos, como fiestas infantiles o reuniones familiares.
2. Medio: Clientes que buscan un servicio de organización de eventos accesible, incluyendo bodas o eventos corporativos pequeños.
3. Alto: Clientes que buscan eventos exclusivos, personalizados y de lujo, como bodas de destino o eventos corporativos de gran escala.

Segmentación Geográfica

1. Ubicación
2. Bucaramanga: Enfocarse en barrios como san alonso, Mejoras públicas, Real de minas, Sotomayor y Cabecera, que son áreas con alta concentración de empresas y eventos sociales.

3. Alrededores de Bucaramanga: Considerar la organización de eventos en municipios cercanos como Girón, Floridablanca y Piedecuesta donde hay demanda para eventos fuera de la ciudad

Segmentación Psicográfica

Estilo de Vida:

1. Empresas Innovadoras: Compañías tecnológicas que valoran la creatividad y buscan eventos interactivos y modernos.
2. Parejas Tradicionales: Clientes que prefieren bodas clásicas y elegantes, con un enfoque en la tradición y la formalidad.
3. Familias Activas: Familias que disfrutan de celebraciones informales y divertidas, como fiestas temáticas o eventos de entretenimiento.

Segmentación Comportamental

1. Eventos Planificados: Clientes que buscan organizar eventos con anticipación, como bodas, conferencias y ferias.
2. Eventos de Último Minuto: Personas que requieren servicios de organización para eventos inesperados o de emergencia, como fiestas de cumpleaños sorpresas o reuniones urgentes.

Segmentación por Sector

Sector Corporativo:

1. Empresas de Tecnología: Que realizan lanzamientos de productos y eventos de formación.
2. Compañías de Finanzas: Que organizan conferencias y eventos de networking.
3. Bodas: Parejas que buscan servicios integrales para su celebración.
4. Fiestas Temáticas: Familias que desean celebraciones creativas y divertidas.

2.1.2 Necesidades que se esperan satisfacer del cliente y consumidor

La empresa estilos y celebración busca ofrecer un plan detallado que cubra cada aspecto del evento, desde la idea inicial hasta su finalización, adicionalmente gestionar las relaciones con distintos proveedores para que trabajen juntos de manera eficiente, organizando todos los detalles logísticos, como la elección del lugar, transporte.

Adaptando los servicios a las necesidades y deseos específicos del cliente, escuchando sus preferencias, supervisando el evento en tiempo real para resolver cualquier inconveniente y asegurar que todo funcione sin problemas, generar experiencias únicas que dejen una impresión duradera en los asistentes y en el cliente, reducir la carga de trabajo del cliente para que pueda disfrutar del evento sin preocuparse por los detalles. Y por último ofrecer soluciones sostenibles y amigables con el medio ambiente en la planificación y ejecución del evento.

2.2 Análisis de competencia

Competencia Directa:

1. Empresas de eventos locales en Bucaramanga que también ofrecen servicios de organización de eventos, aunque con menos enfoque en personalización y sostenibilidad.
2. Agencias de planificación que se especializan en eventos sociales y corporativos, con servicios similares de logística y decoración.

Competencia Indirecta:

1. Freelancers o personas que ofrecen servicios específicos (como decoración o catering) sin cobertura integral.
2. Empresas fuera de Bucaramanga que ofrecen servicios para eventos a distancia, pero que no brindan la misma adaptabilidad a las preferencias locales.

Productos Sustitutos:

1. Espacios y servicios de alquiler de salones que ofrecen paquetes básicos, donde los clientes deben encargarse de la coordinación de proveedores y logística.

Matriz De Perfil Competitivo Mpc

Identificación de Competidores

- Estilo & Celebración
- Arte & Glamour Eventos
- Turquezza
- Ana Olivares- Events Planner

Criterios de Evaluación

Calidad del servicio

Variedad de servicios

Precio

Atención al cliente

Innovación

Experiencia en el sector

Marketing y promoción

Tabla 1 Asignación de Ponderaciones

critérios	Peso
Calidad del servicio	0.25
Variedad del servicio	0.20
precio	0.15
Atención al cliente	0.20
innovación	0.10
Experiencia en el sector	0.10
Marketing y promoción	0.10
Fuente propia	

Tabla 2 calificación

Criterios	peso	Estilo & Celebración	Arte & Glamour Eventos	Turquezza	Ana Olivares-Events Planner
Calidad del servicio	0.25	5	4	5	3
Variedad de servicios	0.20	4	5	3	4
Precio	0.15	4	3	3	5
Atención al cliente	0.20	5	4	4	3
Innovación	0.10	4	3	5	3
Experiencia en el sector	0.10	4	5	4	4
Marketing y promoción	0.10	3	4	3	5

Fuente propia

Tabla 3 cálculo de puntuaciones

criterios	peso	Estilo & Celebración	Arte & Glamour Eventos	Turquezza	Ana Olivares-Events Planner
Calidad del servicio	0.25	$5 * 0.25 = 1.25$	$4 * 0.25 = 1.00$	$5 * 0.25 = 1.25$	$3 * 0.25 = 0.75$
Variedad de servicios	0.20	$4 * 0.20 = 0.80$	$5 * 0.20 = 1.00$	$3 * 0.20 = 0.60$	$4 * 0.20 = 0.80$
Precio	0.15	$4 * 0.15 = 0.60$	$3 * 0.15 = 0.45$	$3 * 0.15 = 0.45$	$5 * 0.15 = 0.75$
Atención al cliente	0.20	$5 * 0.20 = 1.00$	$4 * 0.20 = 0.80$	$4 * 0.20 = 0.80$	$3 * 0.20 = 0.60$

Innovación	0.10	4 * 0.10 = 0.40	3 * 0.10 = 0.30	5 * 0.10 = 0.50	3 * 0.10 = 0.30
Experiencia en el sector	0.10	4 * 0.10 = 0.40	5 * 0.10 = 0.50	4 * 0.10 = 0.40	4 * 0.10 = 0.40
Marketing y promoción	0.10	3 * 0.10 = 0.30	4 * 0.10 = 0.40	3 * 0.10 = 0.30	5 * 0.10 = 0.50
Total	1.00	4.65	4.45	4.20	4.10

Fuente propia

Tabla 4 cálculo de puntuaciones

Análisis de resultados

Estilo& celebración	4.65
Arte & glamour eventos	4.45
Turquezza	4.20
Ana olivares- events plamer	4.10

Fuente propia

"Estilo & Celebración" tiene una puntuación competitiva superior a la de sus competidores, destacándose especialmente en calidad del servicio y atención al cliente. Este análisis ayudará a identificar las áreas de mejora y a desarrollar estrategias para seguir fortaleciendo su posición en el mercado.

Servicios Ofrecidos:

1. La mayoría de nuestros competidores ofrecen planificación integral, decoración, y entretenimiento.
2. Algunos también brindan servicios adicionales como fotografía y videografía.

Estrategias de Precios:

1. Turquezza se posiciona en el segmento de alta gama, mientras que Ana Olivares- Events Planner
2. Opta por una estrategia de precios competitivos, lo que les permite captar un público más amplio.

Estrategias de Marketing**Canales Utilizados:**

1. La mayoría utiliza redes sociales, como Instagram y Facebook, para promocionar sus eventos y captar nuevos clientes.
2. También participan en ferias y exposiciones locales para aumentar su visibilidad

Posicionamiento de Marca:

1. Algunos competidores se posicionan como expertos en eventos de lujo, mientras que otros se centran en la personalización y atención al cliente.

2.3 Marketing Mix**Estrategia de producto o servicio****Descripción del Servicio**

Estilo & Celebración se dedica a ofrecer servicios integrales de organización de eventos, que incluyen:

1. **Planificación Personalizada:** Asesoramiento completo para diseñar eventos según las necesidades y expectativas del cliente.
2. **Decoración y Ambientación:** Creación de diseños temáticos adaptados a la ocasión y al estilo del cliente.
3. **Logística y Coordinación:** Manejo de todos los aspectos logísticos, desde la selección de proveedores hasta la gestión del evento el día de su realización.
4. **Entretenimiento y Actividades:** Propuesta y gestión de opciones de entretenimiento adecuadas al tipo de evento.
5. **Asesoría en Sostenibilidad:** Opciones que priorizan el uso de materiales ecológicos y prácticas sostenibles.

Propuesta de Valor

1. **Experiencia Personalizada:** Cada evento se diseña a la medida del cliente, asegurando que cada detalle refleje su visión y deseos.
2. **Calidad y Profesionalismo:** Nuestro equipo está compuesto por profesionales con amplia experiencia en el sector, lo que garantiza un alto estándar en la ejecución de cada evento.
3. **Compromiso con la Satisfacción del Cliente:** Mantenemos una comunicación constante y transparente con nuestros clientes antes, durante y después del evento.

Segmentación del Mercado

Identificamos diversos segmentos de mercado que se beneficiarán de nuestros servicios, incluyendo:

1. **Bodas:** Proyectos desde la planificación hasta la ejecución para crear bodas memorables.
2. **Eventos Corporativos:** Organización de conferencias, lanzamientos de productos y actividades de formación.
3. **Fiestas Privadas:** Celebraciones familiares, aniversarios y cumpleaños.
4. **Innovación en Servicios:** Incorporamos las últimas tendencias en organización de eventos, como eventos híbridos y experiencias inmersivas.
5. **Relaciones Estratégicas:** Colaboraciones con proveedores de confianza que garantizan calidad en todos los aspectos del evento.
 - **Sostenibilidad:** Ofrecemos opciones ecológicas que son cada vez más demandadas por los clientes.

Estrategia de Precios

1. Estructura de Precios Flexibles: Paquetes que se adaptan a diferentes presupuestos, asegurando accesibilidad sin sacrificar calidad.
2. Promociones y Descuentos: Ofertas especiales en temporadas específicas para atraer y fidelizar clientes.
3. Canales de Comunicación y Distribución
4. Sitio Web: Plataforma principal donde los clientes pueden explorar servicios, solicitar presupuestos y ver ejemplos de eventos anteriores.
5. Redes Sociales: Uso de plataformas como Instagram y Facebook para interactuar con el público, compartir experiencias y mostrar nuestro trabajo.
6. Eventos y Ferias: Participación en ferias del sector para aumentar la visibilidad de la marca y captar nuevos clientes.

7. Consultas Iniciales: Ofrecemos consultas gratuitas para entender las necesidades del cliente y presentar propuestas iniciales.
8. Seguimiento Personalizado: Mantendremos comunicación continua con los clientes durante todo el proceso de planificación.
9. Evaluación Post-Evento: Realizamos encuestas para recoger la opinión del cliente sobre nuestro servicio y detectar áreas de mejora.
10. Evaluación y Mejora Continua
11. Feedback Activo: Fomentamos que los clientes compartan sus experiencias y sugerencias para mejorar nuestros servicios.
12. Capacitación Continua del Personal: Invertimos en la formación de nuestro equipo para mantenerse al día con las tendencias del sector.

2.4 Tendencias del mercado

El mercado de eventos en Bucaramanga y a nivel global muestra varias tendencias clave:

1. Personalización en Eventos: Los clientes prefieren eventos que reflejen sus gustos únicos y valores, lo que convierte a la personalización en un factor diferenciador.
2. Sostenibilidad y Responsabilidad Social: Existe un interés creciente en prácticas responsables, lo cual incluye el uso de materiales reciclables, la reducción de residuos y la selección de proveedores sostenibles.
3. Tecnología e Innovación: La integración de tecnología en los eventos, como pantallas interactivas, realidad aumentada, y transmisión en vivo, es una tendencia que responde a las expectativas de innovación.

4. Experiencias Inmersivas y Emocionales: Los eventos se enfocan cada vez más en generar experiencias que provoquen emociones y recuerdos duraderos en los asistentes.

CAPÍTULO III Modulo Técnico u operación

3 Modulo Técnico u operación

3.1 Descripción del Proceso

3.1.1 Innovación en proceso y producto (Valor diferenciador)

Innovación en Proceso

1. Capacitación Continua para el Equipo: Establece un programa de capacitación regular para tu equipo sobre las últimas tendencias en eventos, tecnología y atención al cliente. Esto asegurará que siempre estén al día y puedan ofrecer soluciones innovadoras.
2. Sistema de Evaluación de Proveedores: Implementa un sistema de calificación para proveedores que recopile feed back de eventos anteriores. Esto te permitirá seleccionar solo a los mejores y más confiables para futuros eventos.
3. Análisis Predictivo: Utiliza herramientas de análisis de datos para predecir tendencias en eventos, lo que puede ayudar a adaptar tu oferta y estrategias de marketing a las preferencias cambiantes de los clientes
4. Eventos Inclusivos: Ofrece servicios de organización de eventos que sean completamente inclusivos, asegurando accesibilidad para personas con discapacidades. Esto puede incluir intérpretes de lenguaje de señas, traducción en tiempo real o espacios adaptados.

5. Experiencias Personalizadas de Entretenimiento: Colabora con artistas locales para crear experiencias de entretenimiento personalizadas según los intereses del cliente, como actuaciones en vivo, artistas de circo o talleres de arte.
6. Realidad Virtual (RV) para Previews: Usa realidad virtual para ofrecer a los clientes un "tour" de su evento antes de que suceda. Esto puede ayudarles a visualizar la distribución del espacio, la decoración y otros aspectos importantes.
7. Eventos Pop-Up: Organiza eventos pop-up en ubicaciones inusuales o inesperadas, creando una experiencia exclusiva y limitada en el tiempo. Esto puede generar entusiasmo y una sensación de urgencia entre los asistentes.

3.1.2 Ficha Técnica del Producto o Servicio

FICHA TÉCNICA DE ESTILOS & CELEBRACION



Estilos & Celebración es una empresa que va a ingresar al mundo de la organización de eventos, tiene como prioridad brindar el mejor servicio al cliente con una atención personalizada, además tiene como prioridad el medio ambiente y utilizar materiales reciclables en todos nuestros eventos haciendo una experiencia inolvidable para nuestros clientes, nos adaptamos fácilmente a la necesidad de nuestros clientes y a los que el desea.

MISION
ESTILO & CELEBRACIÓN SE DEDICA A TRANSFORMAR SUEÑOS EN EXPERIENCIAS INOLVIDABLES, OFRECIENDO SERVICIOS PERSONALIZADOS DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS QUE REFLEJAN LA ESENCIA DE CADA CLIENTE, GARANTIZANDO ATENCIÓN AL DETALLE Y UN COMPROMISO CON LA CALIDAD.*

VISION
LA EMPRESA LÍDER EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA, RECONOCIDA POR NUESTRA INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD Y LA CAPACIDAD DE CREAR EXPERIENCIAS ÚNICAS QUE SUPEREN LAS EXPECTATIVAS DE NUESTROS CLIENTES.*

NUESTROS SERVICIOS

Eventos corporativos:

- Seminarios, conferencias y congresos.
- Lanzamientos de productos y exposiciones.
- Cenas de gala y eventos de networking.

Eventos sociales:

- Bodas, aniversarios y fiestas de cumpleaños.
- Fiestas temáticas y eventos personalizados.

Servicios de logística:

- Coordinación de transporte, alojamiento y servicios de catering.
- Gestión de entradas y registro de participantes.

Catering:

- Menú personalizado, opciones vegetarianas, veganas y sin gluten.

Entretenimiento y actividades:

- Música en vivo, DJ, grupos de teatro, conferencistas y talleres interactivos.

Decoración:

- Diseño y montaje de decoraciones temáticas y a medida.
- Flores, iluminación y mobiliario exclusivo.

Tecnología:

- Equipos de sonido, iluminación y proyección audiovisual.
- Soluciones para streaming y videoconferencias.

REDES SOCIALES FACEBOOK, INSTAGRAM Y TIKTOK

estilosycelebracion00@gmail.com
3173854428

Ilustración 25 ficha técnica

Descripción del Servicio:

- En Estilo & Celebración, ofrecemos un servicio completo de planificación, diseño y ejecución de eventos personalizados. Nuestro enfoque abarca desde eventos corporativos (conferencias, lanzamientos de productos) hasta celebraciones sociales (bodas, cumpleaños, aniversarios), garantizando una experiencia única y memorable para cada cliente.

Objetivos del Servicio:

1. Crear experiencias memorables y personalizadas que cumplan con los objetivos del cliente.
2. Asegurar la ejecución impecable de cada evento, desde la planificación hasta el cierre.
3. Fomentar la fidelización de clientes mediante un servicio excepcional

Tabla 5

Componentes del servicio

Componentes Descripción Entregables

Consultoría Inicial.	Reuniones para entender las necesidades del cliente y definir el concepto y los objetivos del evento	Documento de requisitos y objetivos del evento.
Consultoría Inicial	Reuniones para entender las necesidades del cliente y definir el concepto y los objetivos del evento	Documento de requisitos y objetivos del evento.
Planificación del Evento	Desarrollo de un cronograma detallado, presupuesto y selección de proveedores (catering, decoración, tecnología, etc.).	Cronograma y presupuesto final.

Logística y Coordinación	Gestión de todos los aspectos logísticos, incluyendo la coordinación de transporte, montaje y desmontaje.	Plan logístico detallado y cronograma de montaje
Ejecución del Evento	Supervisión en el día del evento, asegurando que todo funcione según lo planeado y resolución de imprevistos.	Informe post-evento sobre la ejecución.
Evaluación Post-Evento	Recopilación de feedback de asistentes y del cliente para evaluar el éxito del evento y áreas de mejora.	Informe de evaluación con resultados y recomendaciones.
Fuentes propia		

Público Objetivo:

1. Empresas medianas y grandes que organizan eventos corporativos.
2. Personas que planean celebraciones personales (bodas, cumpleaños entre otros).
3. Instituciones culturales y educativas que desean realizar eventos.

Propuesta de Valor

1. **Personalización:** Cada evento es único, adaptado a los deseos y necesidades del cliente.
2. **Innovación:** Utilización de tecnología para mejorar la experiencia.
3. **Sostenibilidad:** Compromiso con prácticas ecológicas y responsables.

Canales de Distribución:

1. Página web de Estilo & Celebración con información detallada y formulario de contacto.
2. Redes sociales (Facebook, Instagram,) para promocionar eventos anteriores y servicios.

3. Colaboraciones con empresas de catering, decoración y entretenimiento.

Estrategias de Promoción:

1. Marketing digital: campañas de anuncios pagados en redes sociales.
2. Participación en ferias y exposiciones del sector.
3. Testimonios de clientes y estudios de caso en la web y redes sociales.

Precio del Servicio:

1. Paquetes básicos que inician desde \$1.000.000 para eventos pequeños.
2. Presupuestos personalizados basados en la complejidad y requisitos del evento.

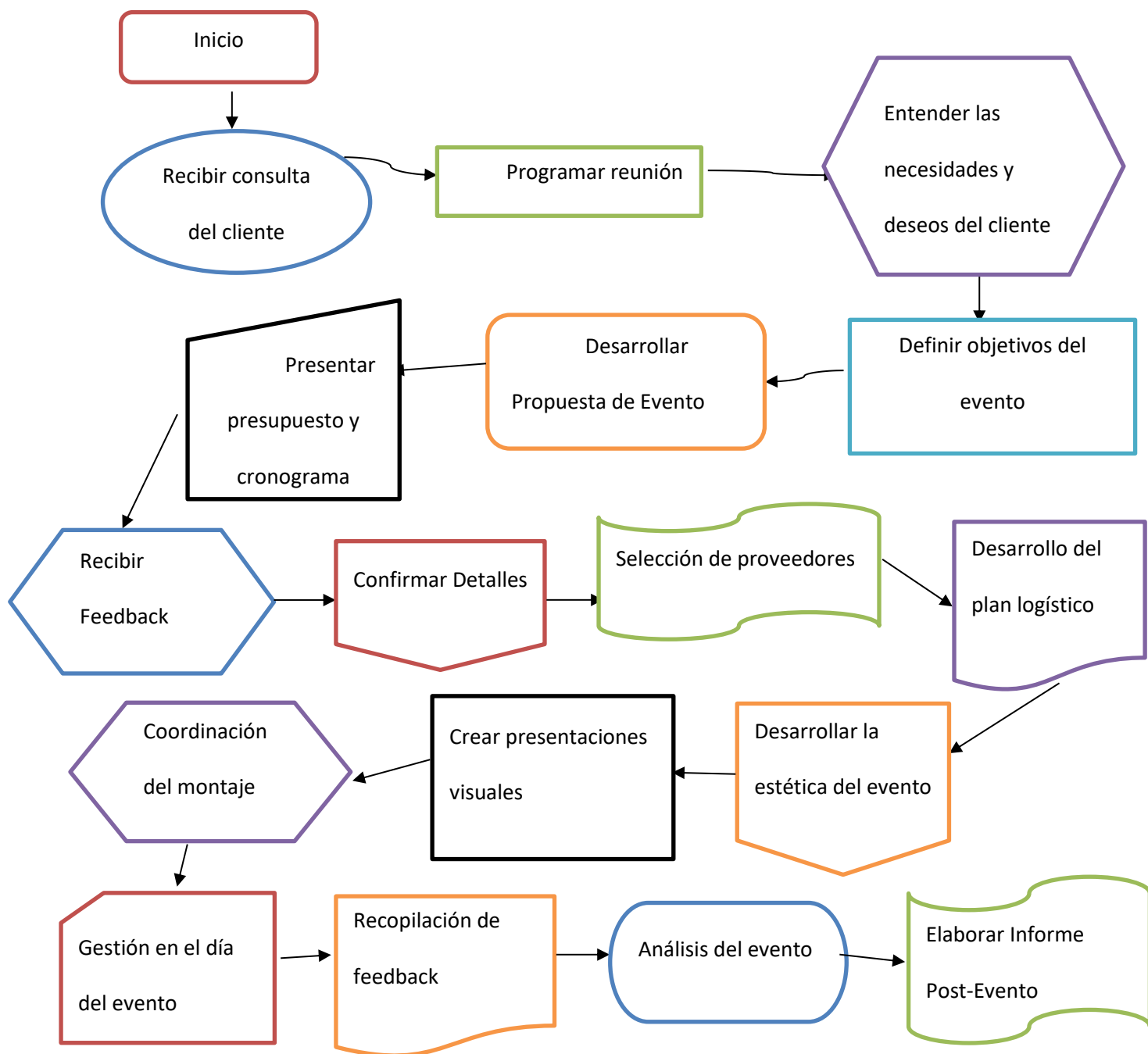
Indicadores de Éxito

- **Tasa de satisfacción del cliente:**
 - Objetivo: Superior al 85% en encuestas post-evento.
- **Incremento en la repetición de clientes:**
 - Objetivo: Incremento del 20% en la repetición de clientes anualmente.
- **Generación de nuevos clientes a través de recomendaciones:**
 - Objetivo: Generar 10 nuevos clientes a través de recomendaciones cada año.

Evaluación y Mejora Continua:

- Reuniones trimestrales para evaluar el desempeño del servicio y la satisfacción del cliente.
- Análisis de feedback para implementar mejoras en procesos y ofertas de servicios.

3.1.3 Diagrama de flujo de producción o del servicio



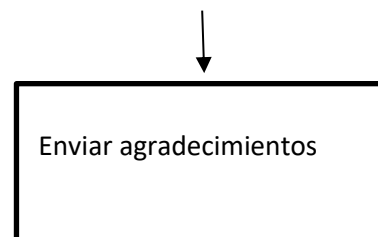


Ilustración 26 Diagrama de flujo de producción o del servicio

3.1.1 Recursos necesarios para operación óptima

Recursos Humanos

Equipo de Planificación de Eventos

1. Gerente de eventos
2. Coordinadores de eventos
3. Asistentes de planificación

Personal de Apoyo

1. Diseñadores gráficos
2. Especialistas en marketing
3. Personal de ventas y atención al cliente

Proveedores Asociados

1. Catering
2. Decoración y floristería
3. Sonido y tecnología audiovisual

4. Fotografía y videografía

3.1.2 Recursos Materiales

Equipamiento y Herramientas

1. Computadoras y software de planificación
2. Dispositivos de comunicación (teléfonos, tablets)

Materiales de Oficina

1. Papelería
2. Impresoras y suministros de impresión

Inventario de Decoración

1. Elementos decorativos (manteles, sillas, mesas)
2. Equipos audiovisuales (proyectores, pantallas, micrófonos)

3.1.3 Recursos Financieros

Presupuesto de Operación

1. Capital inicial para cubrir gastos de establecimiento
2. Fondos para marketing y promoción

Fondo de Emergencia

1. Reservas para imprevistos durante la planificación y ejecución de eventos

3.1.4 Recursos Tecnológicos

1. Software de Gestión de Eventos

1. Herramientas para la planificación de eventos, gestión de presupuestos y seguimiento de tareas.

Plataformas de Comunicación

1. Herramientas de gestión de proyectos (como Trello o Asana) y comunicación (como Slack o Zoom).

Página Web y Redes Sociales

1. Sitio web optimizado para captar clientes y mostrar servicios
2. Presencia activa en redes sociales para promoción y marketing

3.1.5 Recursos Logísticos

Transporte

1. Vehículos para el traslado de personal y equipos.

Almacenamiento

- Espacio para guardar materiales de eventos y decoración.

3.1.6 Recursos de Marketing

Material Promocional

1. Folletos, tarjetas de presentación y merchandising.

Estrategias de Publicidad

1. Presupuesto para campañas en redes sociales y anuncios pagados.

3.1.7 Recursos de Capacitación

1. Formación Continua

- Cursos y talleres para el equipo en tendencias de eventos, gestión de proyectos y atención al cliente.

3.2 Diseño de planta (Cuando sea pertinente)

3.3 Propuesta de Valor

1. Personalización Total:

- Diseñamos eventos únicos adaptados a la visión y necesidades específicas de cada cliente. Desde la temática hasta los detalles más pequeños, cada evento es una expresión personal.

2. **Experiencia Integral:**

- Ofrecemos un servicio completo que abarca desde la concepción de la idea hasta la ejecución del evento. Nuestro equipo maneja todos los aspectos logísticos, permitiendo al cliente disfrutar del proceso sin estrés.

3. **Calidad de Proveedores:**

- Trabajamos con una red cuidadosamente seleccionada de proveedores de alta calidad en catering, decoración, tecnología y entretenimiento, asegurando resultados excepcionales en cada evento.

4. **Innovación y Creatividad:**

- Estamos siempre al tanto de las últimas tendencias en el sector de eventos, incorporando ideas frescas y creativas que sorprenden y deleitan a los asistentes.

5. **Atención Personalizada:**

1. Mantenemos una comunicación constante y clara con nuestros clientes, garantizando que sus expectativas se cumplan y superen en cada etapa del proceso.

6. **Sostenibilidad:**

1. Nos comprometemos a implementar prácticas sostenibles en la organización de eventos, promoviendo el uso de materiales reciclables y opciones de catering responsables.

7. Experiencia y Profesionalismo:

1. Contamos con un equipo de profesionales con amplia experiencia en la planificación y ejecución de eventos, lo que nos permite manejar cualquier situación con eficacia y confianza.

8. Beneficios para el Cliente:

1. **Reducción de Estrés:** Al delegar la planificación y ejecución, los clientes pueden relajarse y disfrutar de su evento.
2. **Eventos Memorables:** Creamos experiencias que quedan grabadas en la memoria de los asistentes.
3. **Optimización del Tiempo:** Los clientes ahorran tiempo al contar con un equipo que se encarga de todos los detalles.
4. **Resultados Profesionales:** La calidad y el profesionalismo se reflejan en cada aspecto del evento, desde la decoración hasta la atención al cliente.

3.4 Validación de la idea

Investigación de Mercado

- **Competencia:**

1. Analicé 5 empresas locales de organización de eventos.

2. Observé que muchas ofrecen servicios básicos, pero pocas se especializan en personalización y sostenibilidad.

Encuestas

1. **Objetivo:** Entender las preferencias de los clientes.
2. **Método:** Realicé una encuesta en línea a 80 personas interesadas en organizar eventos.

Resultados:

1. **80%** valora la personalización en eventos.
2. **70%** estarían dispuestos a pagar más por un servicio que ofrezca calidad y atención personalizada.

Validación de la Propuesta

3. **Grupos de Enfoque:** Presenté la propuesta de valor a un grupo de 10 personas.
4. **Feedback:**
 - La personalización y atención al cliente fueron los aspectos más valorados.
 - Sugerencias para incorporar tecnología, como streaming y eventos híbridos.

Análisis de Tendencias

5. **Investigación:** Consulté fuentes sobre tendencias en eventos.

6. **Conclusión:** La demanda de eventos sostenibles y experiencias inmersivas está en aumento.

Prueba de Precios

7. **Estructura de Precios:** Presenté tres rangos de precios a 50 potenciales clientes.
8. **Resultados:** Un precio medio fue el más aceptado, lo que indica que los clientes buscan calidad a un precio razonable

3.5 Prueba piloto

3.5.1 Testeo y Feedback

Es un proceso clave que se utiliza para evaluar y mejorar la calidad de los servicios ofrecidos, asegurando que los eventos sean exitosos y satisfagan las expectativas de los clientes y asistentes. (Glenn Bowdin, 2011) Este proceso incluye tanto la prueba de diferentes aspectos antes del evento como la recolección de opiniones después del mismo para aprender y ajustar lo necesario.

1. Antes del evento: Realiza pruebas de todos los aspectos para identificar posibles problemas. Asegúrate de que todo esté alineado con las expectativas del cliente.
2. Durante el evento: Mantener canales abiertos para recibir retroalimentación instantánea. Observar la reacción de los asistentes y resuelve cualquier inconveniente que surja de inmediato.
3. Después del evento: Envíar encuestas de satisfacción y organiza entrevistas con los clientes para recibir comentarios detallados.

CAPÍTULO IV Modulo Organizacional

4 Estructura Organizacional

4.1 Misión y Visión

Misión:

Estilo & Celebración se dedica a transformar sueños en experiencias inolvidables, ofreciendo servicios personalizados de organización de eventos que reflejan la esencia de cada cliente, garantizando atención al detalle y un compromiso con la calidad.

Visión:

En el año 2030 será la empresa líder en la organización de eventos en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana, será reconocida por nuestra innovación, sostenibilidad y la capacidad de crear experiencias únicas que superen las expectativas de nuestros clientes

Valores corporativos

1. **Compromiso con el Cliente:** Priorizamos la satisfacción del cliente y trabajamos para superar sus expectativas.
2. **Creatividad e Innovación:** Fomentamos un ambiente creativo para desarrollar ideas únicas y memorables.
3. **Sostenibilidad:** Implementamos prácticas responsables que minimizan el impacto ambiental de nuestros eventos.

4. **Trabajo en Equipo:** Fomentamos la colaboración y el respeto entre todos los miembros del equipo.
5. **Calidad:** Nos comprometemos a ofrecer servicios de la más alta calidad en cada evento.

4.2 Objetivos estratégicos

1. Fortalecer la satisfacción del cliente a través de la mejora continua en la personalización de los servicios
2. Innovar en la creación de experiencias únicas y memorables para nuestros clientes
3. Fortalecer la fidelización de clientes a través de programas de seguimiento post-evento híbridos, servicios de decoración temática y experiencias interactivas.
4. Fomentar una cultura organizacional orientada a la sostenibilidad y responsabilidad social

4.3 Organigrama y Perfiles

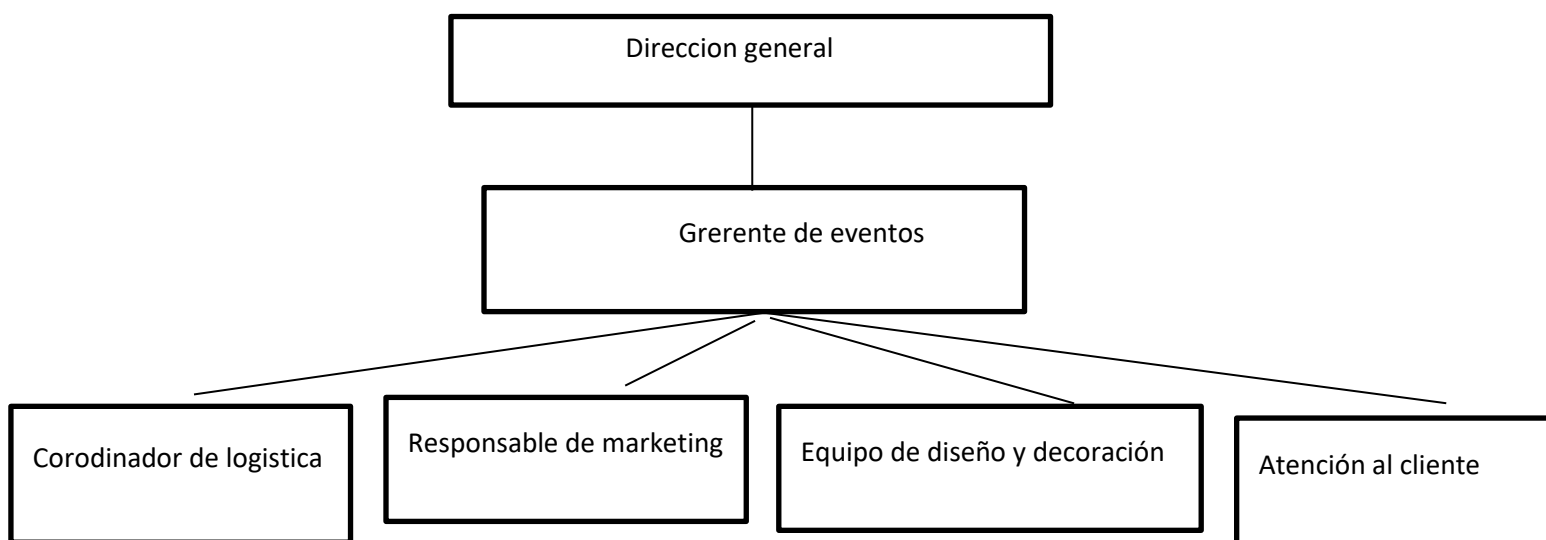


Ilustración 27 organigrama

Dirección General

- **Responsabilidades:**

- Establecer la visión y misión de la empresa.
- Tomar decisiones estratégicas y financieras.
- Supervisar todas las operaciones y el desempeño del equipo.

- **Requisitos:**

- Experiencia en gestión empresarial.
- Habilidades de liderazgo y comunicación.

Gerente de Eventos

- **Responsabilidades:**

- Planificación y ejecución de eventos.
- Supervisión del equipo de eventos y coordinación con otros departamentos.
- Asegurar la satisfacción del cliente y manejar quejas.

- **Requisitos:**

- Experiencia en organización de eventos.
- Excelentes habilidades de gestión de tiempo y resolución de problemas.

Coordinador de Logística

- **Responsabilidades:**

- Gestión de la logística de eventos, incluyendo transporte, montaje y desmontaje.
- Coordinación con proveedores y servicios externos.

- **Requisitos:**

- Habilidades organizativas y de planificación.
- Experiencia en gestión de proveedores.

Responsable de Marketing

- **Responsabilidades:**

- Desarrollo y ejecución de estrategias de marketing.
- Manejo de redes sociales y promoción de eventos.
- Análisis de mercado y tendencias.

- **Requisitos:**

- Experiencia en marketing, preferiblemente en el sector de eventos.
- Creatividad y habilidades analíticas.

Equipo de Diseño y Decoración

- **Responsabilidades:**
 - Diseño y montaje de la decoración de eventos.
 - Colaboración con el gerente de eventos para cumplir con la visión del cliente.

- **Requisitos:**
 - Experiencia en diseño y decoración de eventos.
 - Habilidades artísticas y de atención al detalle.

Atención al Cliente

- **Responsabilidades:**
 - Primer punto de contacto para los clientes.
 - Manejo de consultas, quejas y seguimiento post-evento.

- **Requisitos:**
 - Excelentes habilidades de comunicación y atención al cliente.
 - Experiencia en roles de servicio al cliente.

4.3.1 Estructura orgánica

Dirección General

- Gerente de Eventos
- Coordinador de Logística
- Responsable de Marketing
- Atención al Cliente
- Equipo de Diseño y Decoración

4.3.2 Perfiles

1. Dirección General

- **Nombre del Puesto:** Director general
- **Responsabilidades:**
 - Definir la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa.
 - Supervisar todas las operaciones y asegurar el cumplimiento de las metas.
 - Tomar decisiones financieras y de inversión.
 - Representar a la empresa en eventos y negociaciones.
- **Requisitos:**
 - Título en Administración de Empresas, Marketing
 - Mínimo 2 años de experiencia en roles de liderazgo.
 - Habilidades de comunicación y liderazgo excepcionales.
 - Capacidad para tomar decisiones estratégicas bajo presión

2. Gerente de Eventos

- **Nombre del Puesto:** Gerente de Eventos
- **Responsabilidades:**
 - Planificar, coordinar y ejecutar eventos desde la concepción hasta la finalización.
 - Gestionar el presupuesto de cada evento y asegurarse de que se mantenga.
 - Supervisar el equipo de eventos y asegurarse de que todos estén alineados con la visión del cliente.
 - Resolver problemas y atender quejas durante el evento.
- **Requisitos**
 - Título en Administración de Empresas, Marketing
 - Experiencia de 3-5 años en organización de eventos.
 - Habilidades excepcionales de gestión de tiempo y atención al detalle.
 - Capacidad para trabajar bajo presión y manejar múltiples tareas.

3. Coordinador de Logística

- **Nombre del Puesto:** Coordinador/a de Logística
- **Responsabilidades:**
 - Organizar y coordinar todos los aspectos logísticos de los eventos.
 - Gestionar relaciones con proveedores y asegurar la calidad del servicio.

- Planificar el montaje y desmontaje de eventos.
- Asegurar el cumplimiento de los plazos y presupuestos asignados.
- **Requisitos:**
 - Título en Administración de Empresas o en Marketing
 - Experiencia previa en logística o gestión de eventos.
 - Fuertes habilidades organizativas y de planificación.
 - Capacidad para resolver problemas de manera efectiva.

4. Responsable de Marketing

- **Nombre del Puesto:** Coordinador de Marketing
- **Responsabilidades:**
 - Desarrollar y ejecutar estrategias de marketing y promoción para la empresa.
 - Gestionar las redes sociales y el contenido digital.
 - Realizar análisis de mercado para identificar tendencias y oportunidades.
 - Colaborar con el equipo de eventos para crear campañas promocionales.
- **Requisitos:**
 - profesional en Marketing, Comunicación
 - Mínimo 2-3 años de experiencia en marketing, preferiblemente en el sector de eventos.
 - Habilidades creativas y analíticas.

5. Equipo de Diseño y Decoración

- **Nombre del Puesto:** Diseñador de Eventos
- **Responsabilidades:**
 - Crear y diseñar conceptos de decoración para eventos.
 - Montar y desmontar la decoración según la planificación del evento.
 - Colaborar con el gerente de eventos para asegurarse de que la decoración cumpla con la visión del cliente.
- **Requisitos**
 - Título en marketing
 - Experiencia en diseño y decoración de eventos o en un campo relacionado.
 - Habilidades creativas y atención al detalle.
 - Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.

6. Atención al Cliente

- **Nombre del Puesto:** Representante de Atención al Cliente
- **Responsabilidades:**
 - Ser el primer punto de contacto para los clientes, manejando consultas y quejas.
 - Proporcionar información sobre servicios y ayudar en el proceso de reserva.
 - Realizar seguimiento post-evento para garantizar la satisfacción del cliente.
- **Requisitos:**

- Técnico o tecnólogo en Gestión Empresarial o Gestión Administrativa.
- Excelentes habilidades de comunicación y empatía.
- Capacidad para manejar situaciones difíciles con calma.

4.4 Constitución Empresa y Aspectos Legales

4.4.1 Forma legal de la empresa

La constitución y establecimiento de una empresa dedicada a la organización de eventos en Bucaramanga implica cumplir con las normativas legales, regulatorias y fiscales correspondientes para garantizar su funcionamiento adecuado y la conformidad con la legislación vigente.

Razón social La empresa se constituirá bajo el nombre de **Estilo y Celebracion SAS**.

Objeto Social: El objeto social de Eventos y Experiencias SAS será la planificación, organización y ejecución de eventos de diversa índole, tales como corporativos, sociales, culturales y deportivos, incluyendo la gestión integral de logística, recursos, proveedores y la creación de experiencias personalizadas para los clientes.

Domicilio: El domicilio principal de la empresa será en el municipio de Bucaramanga, específicamente en el Centro de la ciudad, lo que permitirá un acceso adecuado a los clientes y proveedores de la ciudad

Duración: la empresa será indefinida, salvo que se disponga lo contrario por decisiones legales o estatutarias.

Órganos de Administración: La administración y representación legal de la empresa estará a cargo de un **Gerente General**, quien será designado por la **Junta de Socios**. La Junta de Socios será el órgano máximo de decisión de la empresa, integrada por los socios

Eventos y Experiencias SAS se registrará ante la Cámara de Comercio correspondiente y cumplirá con todas las obligaciones legales y fiscales exigidas para su operación. Se obtendrán las licencias y permisos necesarios para el funcionamiento del establecimiento comercial y se gestionarán los permisos requeridos según las normativas municipales y de seguridad para la realización de eventos en espacios públicos o privados.

Disposiciones Legales La empresa se registrará por las disposiciones legales establecidas en la legislación colombiana para las sociedades comerciales, así como por las normativas específicas aplicables al sector de organización de eventos, incluyendo las regulaciones de seguridad, protección civil, y normativas sanitarias cuando corresponda. También se adherirá a las leyes que rigen la contratación de proveedores y la protección de los derechos de los consumidores, con el fin de asegurar una operación transparente y legal.

4.4.1 Registro y constitución

La empresa **Estilo y Celebración SAS** debe cumplir con todos los reglamentos legales y regulatorios establecidos para su funcionamiento en el sector de organización de eventos, en

especial con las normativas que regulan la seguridad en eventos públicos y privados. Además, deberá ajustarse a las regulaciones fiscales y laborales pertinentes.

Reglamento de seguridad y salud en eventos públicos: Es esencial que la empresa cumpla con los requisitos de seguridad y salud en el trabajo establecidos por el Ministerio de Trabajo y las entidades competentes, en particular para la protección de los asistentes y el personal durante la realización de los eventos. Esto incluye la gestión de riesgos, primeros auxilios, y la planificación para la prevención de accidentes.

Licencias de funcionamiento: La empresa obtendrá las licencias correspondientes ante las autoridades municipales y locales para operar como organizadora de eventos, y se asegurará de cumplir con todas las normativas aplicables en materia de uso de espacios públicos, ruido y orden público, entre otros.

4.4.1 Capital social

El capital social de **Eventos y Experiencias SAS** es el monto de dinero o bienes que se aportan por los socios para constituir la sociedad y dar inicio a las operaciones de la empresa. Este capital será destinado a cubrir los gastos iniciales de infraestructura, recursos humanos, equipo y la adquisición de materiales necesarios para la organización de eventos.

Sociedad por Acciones Simplificada (SAS): En este tipo de sociedad, **Eventos y Experiencias SAS** no requiere un capital mínimo obligatorio, aunque el capital debe ser suficiente para iniciar la operación del negocio y cubrir los gastos iniciales. La ley permite flexibilidad en la determinación del monto, siempre que se asegure la viabilidad de las actividades de la empresa desde su inicio.

Sociedad por Acciones Simplificada (SAS): He decidido constituir "Estilo & Celebración" como una SAS, ya que esta opción me permite ser el único propietario de la empresa. Una de las grandes ventajas de esta forma legal es que protege mis bienes personales, limitando mi responsabilidad al capital que aporte a la empresa. Esto significa que, en caso de deudas o problemas legales, mis activos personales no se verán comprometidos.

Además, la SAS me ofrece flexibilidad en su gestión y estructura. Es ideal si en el futuro decido atraer inversionistas o si necesito una estructura más formal para crecer. Esta opción me permite adaptarme fácilmente a las necesidades cambiantes de mi negocio, mientras mantengo el control total sobre las decisiones y operaciones de "Estilo & Celebración".

Elección del Nombre Comercial:

- Verificar la disponibilidad del nombre "Estilo & Celebración" en la Cámara de Comercio correspondiente.

Redacción de los Estatutos Sociales:

- Elaborar los estatutos sociales, que incluirán información clave como la razón social, el objeto social (servicios de organización de eventos), el capital autorizado y las normas de funcionamiento interno. Esto ayudara a establecer una base sólida para la operación de la empresa.

Registro en la Cámara de Comercio:

- Presentar la documentación requerida en la Cámara de Comercio local. Esto incluirá:
 - Los estatutos sociales.
 - Mi identificación como propietario.
 - El formulario de inscripción debidamente diligenciado.
 - El comprobante de pago de los derechos de matrícula.

Obtención del NIT (Número de Identificación Tributaria):

- Una vez registrada, solicitaré el NIT ante la DIAN (Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales). Este número es esencial para el cumplimiento de mis obligaciones fiscales.

 Obtención de Licencias y Permisos:

- Finalmente, tramitar las licencias necesarias para operar legalmente.
 - Licencia de funcionamiento.
 - Permisos de salud y seguridad, dependiendo de las actividades específicas que realizaré en la organización de eventos.
 -

4.4.2 Capital social **Monto del Capital Social Inicial:**

- Para constituir la empresa como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), el capital social mínimo requerido es de **\$1.000.000** . Sin embargo, tengo la intención de aportar un monto mayor, específicamente **\$3.000.000** , para asegurar una base financiera sólida que me permita cubrir los gastos iniciales y operar de manera efectiva desde el principio.

4.4.3 Requisitos legales y regulatorios

Normatividad Laboral:

Contratación de personal:

La empresa **Estilo & Celebracion SAS** debe cumplir con las normativas laborales colombianas establecidas en el Código Sustantivo del Trabajo. Esto incluye la formalización de los contratos laborales de los empleados, ya sean fijos o por prestación de servicios, y la entrega de los beneficios correspondientes según la ley, como vacaciones, cesantías y primas

Seguridad Social: Todos los empleados deben estar inscritos en el **Sistema de Seguridad Social**, lo que implica el registro en salud, pensiones y riesgos laborales (ARL). La empresa es responsable de realizar las cotizaciones mensuales al sistema de seguridad social de acuerdo con los salarios establecidos para cada trabajador.

Reglamento interno de trabajo Es obligatorio contar con un Reglamento Interno de Trabajo que describa las normas de convivencia, conducta y las políticas que deben seguir los empleados dentro de la empresa. Este reglamento debe ser conocido y firmado por todos los empleados al inicio de su relación laboral y debe incluir, entre otras cosas, las condiciones de trabajo, procedimientos de seguridad y medidas disciplinarias.

Horario Laboral. El horario laboral de **Estilo & Celebración SAS** será de lunes a viernes, de 8:00 a.m. a 6:00 p.m., con dos de descanso para el almuerzo y el día Sabad0 de 8:30 am a 12m Y El

personal deberá cumplir con el horario establecido, siendo puntual y respetando los tiempos de descanso. En caso de eventos especiales, se podrán establecer horarios adicionales o rotativos, siempre respetando las condiciones laborales y las compensaciones correspondientes.

Relaciones Laborales: La empresa fomentará un ambiente de trabajo respetuoso y colaborativo. Se espera que todo el personal mantenga una actitud profesional y respetuosa, evitando cualquier forma de discriminación, acoso o violencia. Los conflictos o problemas laborales deberán ser reportados inmediatamente al departamento de Recursos Humanos para su resolución, siguiendo los procedimientos establecidos para garantizar una solución justa y equitativa.

4.4.3.1 Normatividad Ambiental

- **Regulaciones Ambientales:**
 - Evaluaciones de impacto ambiental si se realizan eventos en áreas naturales o de alta sensibilidad ecológica.
 - Cumplimiento de normativas sobre gestión de residuos, asegurando una adecuada disposición y reciclaje de materiales utilizados en los eventos.

4.4.3.2 Impuestos

1. Impuesto sobre la Renta:

- Como propietario de una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), debo presentar anualmente la declaración del impuesto sobre la renta, en la que se determina la utilidad gravable y se paga el impuesto correspondiente.

2. **Impuesto al Valor Agregado (IVA):**

- Dependiendo de los servicios que ofrezca, podría estar obligado a cobrar y declarar el IVA. Si mis servicios son gravados, debo incluir este impuesto en las facturas y presentarlo trimestralmente a la DIAN.

3. **Impuestos de Industria y Comercio:**

- Este impuesto es local y varía según el municipio donde se realice la actividad. Debo registrarme y pagar el impuesto de industria y comercio en la Alcaldía local, según las tarifas establecidas.

4. **Retención en la Fuente:**

- En algunos casos, estaré obligado a practicar retenciones en la fuente a proveedores o empleados, según lo estipulado por la DIAN. Esto implica descontar un porcentaje del pago y remitirlo a la entidad fiscal.

Distribución de Participaciones:

- Como soy el único propietario de "Estilo & Celebración", tendré el 100% de las participaciones. Esto significa que tengo el control total sobre las decisiones y la gestión de la empresa, lo que me permitirá implementar estrategias de acuerdo con mi visión y objetivos.

4.4.3.3 Normatividad Técnica

- **Permisos y Licencias de Funcionamiento:**
 - **Licencia de Funcionamiento:** Deberé obtener una licencia de funcionamiento emitida por la Alcaldía del municipio donde se ubicará la empresa. Este permiso asegura que mi negocio cumple con los requisitos de seguridad y salud pública.
 - **Permisos Específicos:** Dependiendo de los servicios que ofrezca, podría necesitar permisos adicionales, como permisos de uso de suelo o de eventos especiales si realizo actividades al aire libre o en lugares públicos.
- **Registros:**
 - **Registro Mercantil:** Es necesario inscribir "Estilo & Celebración" en la Cámara de Comercio correspondiente para formalizar la existencia legal de la empresa.
 - **Registro ante la DIAN:** Solicitar el NIT (Número de Identificación Tributaria) para cumplir con las obligaciones fiscales.
- **Reglamentos:**
 - Debo estar al tanto de los reglamentos locales relacionados con la organización de eventos, que pueden incluir normativas de seguridad y prevención de riesgos.

4.4.3.4 Normatividad Laboral

- **Cumplimiento de Normas Laborales:**

contratar personal, debo cumplir con la legislación laboral colombiana, que incluye:

- Registro de los empleados en el sistema de seguridad social (salud, pensiones y riesgos laborales).
- Pago de salarios conforme a la ley, incluyendo prestaciones sociales como primas, cesantías y vacaciones.
- Cumplimiento de normas sobre salud y seguridad en el trabajo.

4.4.3.5 Obligaciones Fiscales

1. Registro y Facturación:

- Deberé llevar un registro contable adecuado y emitir facturas por cada servicio prestado, cumpliendo con los requisitos legales de facturación.

2. Declaraciones de Impuestos:

- Presentar las declaraciones de impuestos en los plazos establecidos por la DIAN y las autoridades locales. Esto incluye la declaración anual del impuesto sobre la renta y las declaraciones periódicas del IVA.

3. Libros Contables:

- Mantener libros contables actualizados, que reflejen todas las operaciones de la empresa. Esto es fundamental para la transparencia y para cumplir con las exigencias de la DIAN.

4.4.4 Protección de propiedad intelectual

4.4.4.1 1. Registro de Marca

- **Registro de la Marca:** registrar el nombre "Estilo & Celebración" como marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Este registro protegerá la marca frente a posibles infracciones y me otorgará derechos exclusivos sobre su uso en el sector de organización de eventos.
- **Beneficios del Registro:** Al registrar la marca, tendré la capacidad de tomar acciones legales contra terceros que la utilicen sin autorización, además de aumentar la credibilidad y reconocimiento de mi empresa.

4.4.4.2 2. Derechos de Autor

- **Protección de Contenido Creativo:** Los materiales creados para los eventos, como diseños gráficos, videos, fotografías y textos promocionales, estarán protegidos por derechos de autor automáticamente al ser creados. Sin embargo, consideraré la posibilidad de registrarlos ante la Dirección Nacional de Derecho de Autor para tener una prueba formal de autoría y facilitar acciones legales en caso de plagio.

4.4.4.3. Confidencialidad y Contratos

- **Acuerdos de Confidencialidad:** Para proteger ideas y propuestas de eventos, utilizaré acuerdos de confidencialidad con empleados y colaboradores. Esto asegurará que la información sensible no sea divulgada sin la autorización.
- **Contratos:** Formalizaré contratos con proveedores y clientes que incluyan cláusulas de protección de la propiedad intelectual, especificando cómo se manejarán los derechos sobre los productos y servicios creados.

4.4.4.4. Monitoreo y Vigilancia

- **Vigilancia de la Marca:** Implementar un sistema para monitorear el uso de la marca y otros activos intelectuales en el mercado. Esto permitirá detectar infracciones a tiempo y tomar las medidas necesarias.

4.4.5 *Cumplimiento normativo y ético*

Para "Estilo & Celebración", el cumplimiento normativo y ético es fundamental para construir una reputación sólida y mantener la confianza de clientes, proveedores y la comunidad. 1.

Cumplimiento Normativo

- **Adherencia a la Legislación Local:** asegurar de que todas las operaciones de la empresa cumplan con las leyes y regulaciones locales relacionadas con la organización de eventos, la seguridad pública y la salud.

- **Actualización Continua:** Mantener un seguimiento regular de los cambios en la normativa aplicable, participando en capacitaciones y consultando a expertos legales cuando sea necesario.

4.4.5.12. Ética Empresarial

- **Código de Ética:** Desarrollar un código de ética que defina los principios y valores que guiarán todas las decisiones y acciones de "Estilo & Celebración". Este documento incluirá normas sobre transparencia, honestidad y responsabilidad social.
- **Formación del Personal:** al contratar empleados, ofrecer capacitación en ética empresarial y cumplimiento normativo para asegurar que todos entiendan y apliquen los estándares establecidos.

4.4.5.23. Responsabilidad Social

- **Prácticas Sostenibles:** Implementar prácticas sostenibles en la organización de eventos, como la reducción de residuos, el uso de materiales reciclables y la promoción de proveedores locales, contribuyendo así al bienestar de la comunidad y al medio ambiente.
- **Compromiso con la Comunidad:** Buscaré oportunidades para colaborar con organizaciones locales y participar en iniciativas que beneficien a la comunidad.

4.4.5.34. Transparencia y Rendición de Cuentas

- **Comunicación Abierta:** Fomentar una comunicación abierta y transparente con clientes y proveedores, asegurando que todos los procesos sean claros y accesibles.

- **Mecanismos de Denuncia:** Establecer un mecanismo para que los empleados y colaboradores puedan reportar cualquier irregularidad o conducta poco ética, garantizando la confidencialidad y protección de quienes hagan las denuncias.

4.4.6 Asesoramiento legal

El asesoramiento legal es crucial para el buen funcionamiento y la seguridad jurídica de "Estilo & Celebración".

1. Constitución de la Empresa

- **Asesoría en la Selección de la Forma Legal:** Consultar a un abogado especializado en derecho corporativo para asegurarme de que la elección de la forma legal (SAS o Empresario Individual) se ajuste a mis necesidades y objetivos empresariales.
- **Redacción de Estatutos Sociales:** Contar con apoyo legal para redactar los estatutos sociales de la empresa, garantizando que se cumplan todos los requisitos legales y que se protejan mis intereses.

4.4.6.12. Contratos y Acuerdos

- **Elaboración y Revisión de Contratos:** Buscar asesoramiento legal para la redacción y revisión de contratos con proveedores, clientes y colaboradores, asegurando que incluyan cláusulas claras sobre derechos y obligaciones, así como disposiciones de protección de propiedad intelectual.

- **Acuerdos de Confidencialidad:** Solicitar la asesoría de un abogado para redactar acuerdos de confidencialidad que protejan la información sensible de la empresa.

4.4.6.23. Cumplimiento Normativo

- **Actualización sobre Normativas:** Mantener una relación continua con un abogado para estar al tanto de cambios en la legislación que puedan afectar mi negocio, así como para recibir orientación sobre el cumplimiento de normativas locales y sectoriales.
- **Gestión de Riesgos Legales:** Consultar regularmente sobre las mejores prácticas para minimizar riesgos legales y asegurar el cumplimiento de todas las obligaciones fiscales y laborales.

4.4.6.34. Propiedad Intelectual

- **Registro de Marca y Derechos de Autor:** Contar con el apoyo de un abogado especializado en propiedad intelectual para gestionar el registro de la marca y asegurar la protección adecuada de los derechos de autor sobre el contenido creado por la empresa.

4.4.6.45. Resolución de Conflictos

- **Mediación y Arbitraje:** En caso de disputas con clientes, proveedores o empleados, buscar la orientación legal necesaria para resolver conflictos de manera efectiva, considerando la mediación o el arbitraje como opciones antes de recurrir a instancias judiciales.

4.5 Gastos de Puesta en Marcha

Para iniciar "Estilo & Celebración", es fundamental considerar los gastos de puesta en marcha. A continuación, se presenta un desglose de los principales costos que anticiparé:

4.5.1.1. Registro y Constitución de la Empresa

- **Honorarios Notariales:** Costos asociados con la elaboración y legalización de documentos.
- **Registro en la Cámara de Comercio:** Tarifa por la matrícula de la empresa.
- **Obtención del NIT:** Costos relacionados con la solicitud del Número de Identificación Tributaria.

4.5.1.2. Licencias y Permisos

- **Licencia de Funcionamiento:** Gastos para obtener la licencia en la Alcaldía local.
- **Permisos Adicionales:** Costos por permisos específicos según las actividades y eventos que planeo realizar.

4.5.1.3. Infraestructura y Equipamiento

- **Alquiler de Espacio:** Si necesito un lugar físico para operaciones, incluir el costo del alquiler.
- **Mobiliario y Equipos:** Gastos en la compra o alquiler de mobiliario, equipos de oficina y tecnología necesaria (computadoras, impresoras, software de gestión).
- **Materiales de Oficina:** Papelería, suministros y otros materiales necesarios para las operaciones diarias.

4.5.1.44. Marketing y Publicidad

- **Desarrollo de Marca:** Costos para diseñar el logotipo y materiales promocionales.
- **Publicidad Inicial:** Inversión en campañas de marketing digital, folletos, tarjetas de presentación y presencia en redes sociales.

4.5.1.55. Seguros

- **Seguros de Responsabilidad Civil:** Costos para asegurar la empresa contra posibles reclamaciones durante la organización de eventos.
- **Seguros de Equipos:** Cobertura para proteger los equipos y bienes de la empresa.

4.5.1.66. Asesoría Legal y Contable

- **Honorarios de Abogados:** Costos por asesoría legal para la constitución de la empresa y la redacción de contratos.
- **Consultoría Contable:** Honorarios por servicios contables y financieros al inicio de operaciones.

4.5.1.77. Capital de Trabajo

- **Fondos para Gastos Operativos:** Reservar un capital inicial para cubrir gastos operativos como servicios públicos, salarios y otros gastos administrativos durante los primeros meses.

4.6 Condiciones comerciales

4.6.1.1.1. Condiciones de Pago

- **Métodos de Pago Aceptados:** Aceptar diversas formas de pago, incluyendo transferencias bancarias, tarjetas de crédito y débito, y pagos en efectivo.
- **Plazos de Pago:** Establecer plazos claros para los pagos, como un anticipo del 30% al momento de la firma del contrato, y el saldo restante a más tardar dos días antes del evento.

4.6.1.2.2. Política de Cancelación

- **Cancelaciones por Parte del Cliente:** Definir un protocolo claro en caso de cancelaciones, especificando los plazos y posibles penalizaciones.
- **Cancelaciones por Fuerza Mayor:** Establecer que en casos de fuerza mayor (desastres naturales, pandemias, etc.), las partes podrán reprogramar el evento sin penalización.

4.6.1.3.3. Cláusulas de Responsabilidad

- **Limitación de Responsabilidad:** Incluir cláusulas que limiten mi responsabilidad por daños indirectos o pérdidas sufridas por el cliente, excepto en casos de negligencia grave o dolo.
- **Seguro de Responsabilidad Civil:** Especificar que con un seguro que cubrirá cualquier eventualidad durante la realización de los eventos.

4.6.1.44. Propiedad Intelectual

- **Derechos sobre Materiales:** Establecer que todos los materiales serán propiedad de "Estilo & Celebración", a menos que se acuerde lo contrario por escrito.

4.6.1.55. Confidencialidad

- **Protección de Información:** Incluir una cláusula de confidencialidad para asegurar que tanto el cliente como "Estilo & Celebración" protejan la información sensible compartida durante la negociación y ejecución de los servicios.

CAPÍTULO V Modulo Financiero

5 Modulo Financiero

5.1 Proyección de ventas

5.1.1.1. Análisis del Mercado

- **Segmentación del Mercado:** Identificar los principales segmentos de clientes, como empresas, particulares, y organizaciones sin fines de lucro, para enfocar mis esfuerzos de marketing y ventas.
- **Tendencias del Sector:** Considerar las tendencias actuales en la organización de eventos, como el aumento de eventos híbridos y virtuales, lo que podría impactar positivamente en la demanda.

5.1.1.2.2. Objetivos de Ventas Anuales

- **Primer Año:** Proyectar ventas iniciales de **\$20.000.000** , basándome en la realización de aproximadamente 10 eventos (con un promedio de **\$2.000.000** por evento).
- **Segundo Año:** Aumentaré las proyecciones a **\$30.000.000** , considerando un crecimiento del 50% en la cantidad de eventos y mejor reconocimiento de marca.
- **Tercer Año:** Establecer un objetivo de **\$45.000.000**, con la introducción de nuevos servicios y un incremento en la repetición de clientes.

5.1.1.3.3. Estrategias de Venta

- **Marketing Digital:** Invertir en campañas de publicidad en redes sociales y Google Ads para aumentar la visibilidad de la empresa y atraer nuevos clientes.
- **Networking:** Participar en ferias y exposiciones del sector para establecer contactos y generar leads.
- **Recomendaciones y Testimonios:** Fomentar que los clientes satisfechos recomienden mis servicios, ofreciendo descuentos o incentivos por referencias.

5.1.1.4.4. Estimación de Ingresos Mensuales

- **Distribución de Ventas Mensuales:** Basar la proyección en una distribución mensual que considere la estacionalidad del negocio, con meses pico en temporadas de bodas y eventos corporativos.
 - Por ejemplo, podría proyectar ingresos de **\$3.000.000** en meses altos (junio, diciembre) y **\$1.500.000** en meses bajos.

5.1.2 Tamaño del mercado

El tamaño del mercado es un aspecto crucial para entender el potencial de crecimiento de "Estilo & Celebración".

5.1.2.1 Análisis del Sector

- **Crecimiento del Sector de Eventos:** El sector de la organización de eventos en Colombia ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, impulsado por un aumento en la celebración de bodas, eventos corporativos y actividades sociales.
- **Tendencias:** La tendencia hacia la personalización de eventos y la demanda de experiencias únicas han generado oportunidades para empresas especializadas en la organización de eventos.

5.1.2.2 Estimación del Tamaño del Mercado

- **Número de Eventos Anuales:** Según datos del sector, se estima que se celebran alrededor de **200.000 eventos** al año en Colombia, incluyendo bodas, conferencias, ferias y otros tipos de eventos.
- **Gasto Promedio por Evento:** El gasto promedio en organización de eventos puede variar entre **\$1.000.000 COP** y **\$10.000.000** , dependiendo del tipo y tamaño del evento. Para fines de esta proyección, se considerará un promedio de **\$3.000.000** por evento.

5.1.2.3 Cálculo del Tamaño del Mercado Potencial

- **Tamaño del Mercado:** Multiplicando el número estimado de eventos por el gasto promedio, el tamaño total del mercado se puede calcular como:

Tamaño del Mercado=Numero de Eventos \times Gasto Promedio

Tamaño del Mercado=200.000 eventos \times 3.000.000 = 600.000.000.000

5.1.2.4 Oportunidades de Crecimiento

- **Segmentos en Expansión:** La demanda de eventos corporativos y sociales está en aumento, lo que ofrece oportunidades significativas para "Estilo & Celebración".
- **Eventos Virtuales e Híbridos:** La creciente aceptación de eventos virtuales y híbridos presenta una nueva área de expansión.

5.1.3 Tabla de proyección de ventas y Justificación

Tabla 5 proyección de ventas

Año	Número de Eventos	Promedio por Evento	Ventas Totales
2do Año	15	2.000.000	30.000.000
3er Año	20	2.250.000	45.000.000

Fuente propia

5.1.4 Justificación de la Proyección

1. Crecimiento Gradual:

- En el primer año, se proyecta realizar 10 eventos, lo que refleja un inicio prudente que permite establecer una base sólida de clientes y mejorar la visibilidad de la marca.
- En el segundo año, se anticipa un crecimiento del 50% en el número de eventos, impulsado por la reputación construida y la promoción activa de servicios.

- En el tercer año, se espera que el promedio por evento aumente ligeramente debido a la introducción de servicios adicionales y paquetes personalizados, alcanzando un total de 20 eventos.

2. Aumento del Gasto Promedio:

- Se considera un aumento en el promedio de ventas por evento en el tercer año, pasando de **\$2.000.000** a **\$2.250.000**. Esto se debe a la diversificación de la oferta, que incluirá opciones más premium y servicios complementarios.

3. Marketing y Promoción:

- La inversión en marketing digital y networking se traducirá en un aumento en la captación de clientes, facilitando el crecimiento proyectado. Se prevé que las campañas de publicidad y la participación en ferias del sector generen leads y nuevas oportunidades de negocio.

4. Fidelización de Clientes:

- La calidad del servicio y la atención al cliente son prioritarias. Se espera que la satisfacción del cliente contribuya a un aumento en la repetición de clientes, lo que incrementará el número de eventos en los años siguientes.

5. Tendencias del Mercado:

- El análisis del sector indica que el mercado de eventos sigue en expansión, lo que respalda la viabilidad de las proyecciones. La creciente demanda de eventos personalizados y únicos es una tendencia que "Estilo & Celebración" está bien posicionada para aprovechar.

5.1.5 Participación del mercado

La participación del mercado es un indicador clave que permite evaluar el posicionamiento de "Estilo & Celebración" en el sector de organización de eventos

5.1.5.1 Cálculo de la Participación del Mercado

- **Tamaño Total del Mercado:** Como se mencionó anteriormente, el tamaño del mercado de la organización de eventos en Colombia se estima en aproximadamente **\$600.000 millones** anuales.
- **Proyección de Ventas:** Se proyecta que "Estilo & Celebración" alcanzará ventas totales de **\$20.000.000 COP** en el primer año, **\$30.000.000** en el segundo año, y **\$45.000.000** en el tercer año.

5.1.5.2 Cálculo de la Participación del Mercado

$$\text{Participación del Mercado} = \left(\frac{\text{Ventas de la Empresa}}{\text{Tamaño del Mercado}} \right) \times 100$$

- **Primer Año:**

$$\text{Participación} = \left(\frac{20.000.000}{600.000.000.000} \right) \times 100 \approx 0.0033\%$$

- **Segundo Año:**

$$\text{Participación} = \left(\frac{30.000.000}{600.000.000.000} \right) \times 100 \approx 0.005\%$$

- **Tercer Año:**

$$\text{Participación} = \left(\frac{45.000.000}{600.000.000.000} \right) \times 100 \approx 0.0075\%$$

5.1.5.3 Análisis de la Participación del Mercado

- **Posicionamiento Inicial:** En el primer año, la participación de mercado es relativamente baja, lo que es esperado para una nueva empresa que está construyendo su reputación y base de clientes.
- **Crecimiento Gradual:** Se proyecta un crecimiento en la participación del mercado a medida que la empresa gana reconocimiento y se expande. La participación del 0.0075% en el tercer año, aunque aún pequeña, refleja un avance significativo.
- **Competencia:** El mercado de organización de eventos en Colombia es competitivo, con diversas empresas establecidas. Sin embargo, la especialización y la oferta de servicios únicos pueden permitir que "Estilo & Celebración" capture un segmento específico del mercado.

5.1.5.44. Oportunidades para Aumentar la Participación

- **Diferenciación de Servicios:** Ofrecer paquetes personalizados y experiencias únicas puede atraer a más clientes y aumentar la cuota de mercado.
- **Estrategias de Marketing Efectivas:** Incrementar la visibilidad a través de marketing digital y redes sociales ayudará a captar la atención de potenciales clientes y aumentar la participación.
- **Colaboraciones y Alianzas:** Establecer alianzas estratégicas con proveedores locales y otras empresas del sector puede facilitar el acceso a un mayor número de eventos y clientes.

5.1.6 Política de cartera

5.1.6.1 Definición de Términos de Crédito

- **Plazos de Pago:** Establecer términos de pago claros para los clientes, como un anticipo del 30% al momento de la firma del contrato, y el saldo restante a más tardar dos días antes del evento.
- **Condiciones de Crédito:** Para clientes recurrentes o aquellos que demuestren una buena relación comercial, consideraré la posibilidad de ofrecer condiciones de crédito más flexibles, como plazos de 15 a 30 días después del evento.

5.1.6.2.2. Gestión de Cuentas por Cobrar

- **Seguimiento Activo:** Implementar un sistema para hacer seguimiento de las cuentas por cobrar, con recordatorios automáticos y seguimiento personal a los clientes que no hayan cumplido con los plazos establecidos.
- **Cobranzas Efectivas:** Desarrollar un protocolo para gestionar cobros, que incluya comunicaciones amistosas en las primeras instancias y acciones más formales si las cuentas permanecen impagas.

5.1.6.3.3. Evaluación de Clientes

- **Análisis de Riesgo:** Antes de extender crédito, realizaré un análisis de riesgo del cliente, considerando su historial de pagos, situación financiera y referencias.
- **Clasificación de Clientes:** Clasificar a los clientes en categorías (alta, media, baja) según su fiabilidad en los pagos, y ajustaré las condiciones de crédito en consecuencia.

5.1.6.44. Incentivos por Pronto Pago

- **Descuentos:** Ofrecer descuentos por pronto pago (por ejemplo, un 5% de descuento si el saldo se paga dentro de los 5 días posteriores al evento) para incentivar a los clientes a cumplir con los plazos de pago.

5.1.6.55. Revisión Periódica de la Cartera

- **Auditorías Internas:** Realizar revisiones periódicas de la cartera de cuentas por cobrar para identificar tendencias y problemas, ajustando la política según sea necesario.
- **Informes de Gestión:** Preparar informes trimestrales sobre el estado de las cuentas por cobrar, lo que ayudará a tomar decisiones informadas sobre la gestión de la cartera.

5.2 Inversión y financiación

La inversión y financiación son fundamentales para el lanzamiento y crecimiento de "Estilo & Celebración"..

5.2.1.1. Inversión Inicial

- **Costos de Puesta en Marcha:** La inversión inicial estimada es de aproximadamente **\$50.000.000 COP**, que incluye:
 - **Registro y Constitución de la Empresa:** \$5.000.000
 - **Licencias y Permisos:** \$3.000.000
 - **Infraestructura y Equipamiento:** \$20.000.000
 - **Marketing y Publicidad:** \$10.000.000

- **Seguros:** \$2.000.000
- **Asesoría Legal y Contable:** \$5.000.000
- **Capital de Trabajo:** \$5.000.000

5.2.1.2.2. Opciones de Financiación

- **Ahorros Personales:** Se destinará un porcentaje de los ahorros personales para cubrir parte de la inversión inicial.
- **Préstamos Bancarios:** Se considerará la opción de solicitar un préstamo a una entidad financiera. Para esto, se preparará un plan de negocio sólido que justifique la inversión y proyecte la capacidad de pago.
 - **Monto Estimado:** Aproximadamente **\$30.000.000** con un interés competitivo.
 - **Plazo de Pago:** 3 a 5 años, dependiendo de las condiciones del préstamo.
- **Inversionistas Externos:** Se explorará la posibilidad de atraer inversionistas interesados en el sector de eventos, ofreciendo un porcentaje de participación en la empresa a cambio de capital.
- **Subvenciones y Apoyos Gubernamentales:** Investigaré programas gubernamentales y de organizaciones que ofrezcan subvenciones o financiamiento para emprendedores en el sector de eventos.

5.2.1.3.3. Plan de Retorno de Inversión

- **Proyecciones de Ventas:** Las proyecciones indican que se alcanzará el punto de equilibrio en el primer año, con un crecimiento de ventas en los años siguientes.

- **Margen de Ganancia:** Se espera un margen de ganancia bruto del 40%, lo que permitirá reinvertir en el negocio y cubrir los costos operativos.
- **Reinversión:** Se planificará la reinversión de un porcentaje de las ganancias en marketing y expansión de servicios para acelerar el crecimiento y aumentar la cuota de mercado.

5.2.2 *Plan de inversión*

La inversión total se estima en **\$50.000.000**, distribuida de la siguiente manera:

Tabla 6 plan de inversión

Concepto	Monto
Registro y Constitución de la Empresa	5.000.000
Licencias y Permisos	3.000.000
Infraestructura y Equipamiento	20.000.000
Marketing y Publicidad	10.000.000
Seguros	2.000.000
Asesoría Legal y Contable	5.000.000
Capital de Trabajo	5.000.000
Total	50.000.000

Fuente propia

5.2.2.1 Desglose de Inversiones

- **Registro y Constitución de la Empresa:**
 - Gastos relacionados con la legalización de la empresa, incluyendo honorarios de notaría y registro en la Cámara de Comercio.
- **Licencias y Permisos:**
 - Obtención de las licencias necesarias para operar en el sector de eventos, así como permisos locales específicos según la naturaleza de los eventos organizados.
- **Infraestructura y Equipamiento:**
 - Compra de mobiliario, equipo audiovisual, herramientas de y cualquier otro material necesario para la organización y ejecución de eventos.
- **Marketing y Publicidad:**
 - Inversión en campañas publicitarias en redes sociales, diseño de página web, creación de contenido digital y promociones para atraer a los primeros clientes.
- **Seguros:**
 - Adquisición de pólizas de seguro que cubran la responsabilidad civil y otros riesgos asociados a la organización de eventos.
- **Asesoría Legal y Contable:**
 - Honorarios para la consultoría legal y servicios contables iniciales, necesarios para asegurar el cumplimiento normativo y la correcta gestión financiera.

- **Capital de Trabajo:**
 - Fondos destinados a cubrir los costos operativos iniciales y permitir el funcionamiento diario de la empresa, incluyendo gastos como alquiler, servicios públicos y sueldos.

Cronograma de Inversión

Tabla 7 cronograma de inversión

Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Registro y Constitución de la Empresa	x		
Licencias y Permisos	X		
Infraestructura y Equipamiento	X	X	
Marketing y Publicidad		X	X
Seguros		X	
Asesoría Legal y Contable	X		
Capital de trabajo	X	X	

Fuente propia

5.2.3 Estrategias de financiamiento

5.2.3.1 Ahorros Personales

- **Inversión Propia:** Utilizar una parte de mis ahorros personales para financiar el capital inicial. Esta inversión personal no solo aportará liquidez, sino que también demostrará compromiso ante posibles inversionistas y entidades financieras.

5.2.3.2. Préstamos Bancarios

- **Solicitud de Préstamo:** Se explorará la opción de solicitar un préstamo a una entidad bancaria. Para ello:
 - **Prepararé un Plan de Negocio Sólido:** Detallaré las proyecciones financieras, la estrategia de mercado y el plan operativo.
 - **Monto Aproximado:** Se considerará un préstamo de aproximadamente **\$30.000.000 COP.**
 - **Condiciones:** Negociaré tasas de interés competitivas y un plazo de pago adecuado (3 a 5 años).

5.2.3.3. Inversionistas Externos

- **Búsqueda de Inversionistas:** Consideraré la posibilidad de atraer inversionistas que estén interesados en el sector de eventos:
 - **Presentaciones y Pitch:** Preparar presentaciones para mostrar la propuesta de valor de "Estilo & Celebración" y el potencial de retorno de inversión.
 - **Participación Accionaria:** Ofrecer un porcentaje de participación en la empresa a cambio de capital, lo que puede facilitar la obtención de recursos adicionales.

5.2.3.44. Subvenciones y Apoyos Gubernamentales

- **Investigación de Programas de Apoyo:** Identificar programas gubernamentales y organizaciones que ofrezcan subvenciones o financiación para emprendedores:
 - **Solicitudes:** Preparar las solicitudes necesarias y cumpliré con los requisitos específicos de cada programa.

5.2.3.55. Crowdfunding

- **Plataformas de Crowdfunding:** Considerar el uso de plataformas de crowdfunding para recaudar fondos:
 - **Campañas en Línea:** Diseñaré campañas que resalten la visión y misión de "Estilo & Celebración", así como las recompensas para los contribuyentes.
 - **Construcción de Comunidad:** Este enfoque no solo ayudará a obtener financiamiento, sino también a construir una base de clientes potenciales y seguidores.

5.2.3.66. Alianzas Estratégicas

- **Colaboraciones con Proveedores:** Negociar alianzas estratégicas con proveedores de servicios y productos relacionados con eventos, lo que podría incluir:
- **Condiciones de Pago Flexibles:** Pedir condiciones de pago que permitan financiar parte de los costos iniciales a través de acuerdos con proveedores.

5.2.3.7 Fuentes de financiamiento

5.2.3.81. Ahorros Personales

- **Descripción:** Utilizar mis propios ahorros como una fuente inicial de financiamiento.
- **Ventajas:** No incurre en deudas y demuestra compromiso con la inversión.

5.2.3.92. Préstamos Bancarios

- **Descripción:** Solicitar un préstamo a una entidad bancaria.
- **Ejemplo:** Préstamos personales o líneas de crédito para pequeñas empresas.
- **Ventajas:** Puede proporcionar una suma considerable de capital a bajo costo si se negocian buenas tasas de interés.

5.2.3.10 3. Inversionistas Ángeles

- **Descripción:** Buscar inversionistas ángeles interesados en financiar nuevas empresas.
- **Ventajas:** Además del capital, estos inversionistas suelen aportar experiencia y redes de contactos.

5.2.3.11 4. Capital de Riesgo

- **Descripción:** Considerar la posibilidad de atraer fondos de capital de riesgo.
- **Ventajas:** Proporcionan capital significativo y pueden ayudar en la expansión, aunque generalmente buscan una participación accionaria alta.

5.2.3.12 5. Subvenciones Gubernamentales y Programas de Apoyo

- **Descripción:** Investigar programas de subvenciones disponibles para emprendedores en el sector de eventos.
- **Ejemplo:** Programas de fomento a la creación de empresas o apoyo a la innovación.
- **Ventajas:** No se requiere reembolso y puede aliviar la carga financiera inicial.

5.2.3.13 7. Alianzas Estratégicas con Proveedores

- **Descripción:** Negociar condiciones de pago favorables con proveedores de servicios y productos.
- **Ejemplo:** Acuerdos de pago diferido o descuentos por volumen.
- **Ventajas:** Reduce la presión financiera inicial y puede mejorar el flujo de caja.

5.2.3.14 8. Préstamos de Familia y Amigos

- **Descripción:** Considerar préstamos de familiares o amigos que confíen en el proyecto.
- **Ventajas:** Generalmente tienen condiciones más flexibles y tasas de interés más bajas.

5.2.3.15 Plan de financiamiento

5.2.3.16 1. Objetivo del Financiamiento

- **Capital Necesario:** Obtener un total de **\$50.000.000** para cubrir los costos iniciales y operativos del primer año.

5.2.3.17 2. Fuentes de Financiamiento

- **Ahorros Personales:** Se destinarán aproximadamente **\$10.000.000** de mis ahorros personales como inversión inicial.
- **Préstamos Bancarios:** Solicitar un préstamo de **\$30.000.000** de una entidad financiera.
- **Inversionistas Externos:** Buscar financiamiento adicional de inversionistas ángeles o capital de riesgo por un monto de **\$10.000.000**.
- **Subvenciones:** Investigar y solicitar al menos **\$5.000.000** en subvenciones gubernamentales disponibles para emprendedores.

Distribución de los Fondos

Tabla 8 distribución de los fondos

Concepto	Monto
Registro y Constitución de la Empresa	5.000.000
Licencias y Permisos	3.000.000
Infraestructura y Equipamiento	20.000.000
Marketing y Publicidad	10.000.000
Seguros	2.000.000
Asesoría Legal y Contable	5.000.000
Capital de Trabajo	5.000.000
Total	50.000.000

Fuente propia

5.2.3.18 4. Cronograma de Financiamiento

- **Mes 1:** Utilización de ahorros personales para gastos iniciales y registro.
- **Mes 2:** Solicitud del préstamo bancario y búsqueda de inversionistas.
- **Mes 3:** Confirmación de fondos de inversionistas y obtención de subvenciones.
- **Mes 4:** Inicio de operaciones con capital disponible.

5.2.3.19 5. Estrategias de Repago

- **Préstamo Bancario:** Establecer un plan de pagos que se ajuste al flujo de caja proyectado. Se buscará pagar el préstamo en un plazo de 3 a 5 años.
- **Participación de Inversionistas:** Definir claramente las expectativas de retorno de inversión para los inversionistas, con opciones de participación en las ganancias.

5.2.3.20 6. Monitoreo y Evaluación

- **Informes Financieros:** Realizar revisiones trimestrales de la situación financiera para asegurar que el financiamiento se utilice de acuerdo con el plan.
- **Ajustes:** Estaré preparado para ajustar el plan de financiamiento según la evolución del negocio y las condiciones del mercado.

5.2.3.21 Tabla de amortización de crédito (opcional)

5.2.4 Costos y gastos de operación

5.2.4.1 Costos Fijos

Tabla 9 costos fijos

Concepto	Monto
Alquiler de oficina/espacio	2.000.000
Servicios públicos (agua, luz, internet)	500.000
Sueldos y salarios (personal administrativo)	3.000.000
Seguros (responsabilidad civil, etc.)	200.000
Asesoría legal y contable	300.000
Mantenimiento de equipo	150.000
Total, Costos Fijos	6.300.000
Fuente propia	

Tabla 10 costos variables

concepto	Monto Estimado
Insumos y materiales para eventos	1.500.000
Honorarios de proveedores (catering, decoración, etc.)	2.000.000
Marketing y publicidad	1.000.000
Transporte y logística	500.000
Total, costos variables	5.000.000
Fuente propia	

Tabla 11 gastos marketing

concepto	Monto
Publicidad en redes sociales	500.000
Creación de contenido (fotografía, video)	300.000
Diseño y mantenimiento de página web	200.000
Eventos promocionales	400.000
Total, Gastos de Marketing	1.400.000
fuentes propia	

Tabla 12 costos totales de operación

Concepto	Monto
Total, Costos Fijos	6.300.000
Total, Costos Variables	5.000.000
Total, Gastos de Marketing	1.400.000
Total, Costos y Gastos de Operación	12.700.000
Fuente propia	

5.2.5 Costo variable unitario

El costo variable unitario es el costo asociado a la producción de cada unidad de servicio que ofrece "Estilo & Celebración". Este costo incluye todos los gastos que cambian directamente con el volumen de eventos organizados. A continuación, se desglosan los principales componentes del costo variable unitario:

5.2.5.1 1. Insumos y Materiales

Estos son los costos asociados con los materiales que se utilizan en la realización de eventos.

Tabla 13 Insumos y materiales

Concepto	Costo Unitario	Cantidad Promedio	Costo Total
Decoración (flores, centros de mesa)	100.000	1	100.000
Material audiovisual (proyector, sonido)	150.000	1	150.000
Papelería (invitaciones, menús)	20.000	100	2.000.000
Catering (comida y bebida)	50.000	50	2.500.000
Total Insumos y Materiales			4.750.000
Fuente propia			

5.2.5.1 Honorarios de Proveedores

Estos son los costos asociados a la contratación de servicios externos para cada evento.

Table 14 Honorarios proveedores

Concepto	Costo Unitario	C/P	Costo Total
Coordinador de evento	200.000	1	200.000

Fotografía y video	300.000	1	300.000
Música en vivo o DJ	500.000	1	500.000
Total Honorarios de Proveedores			1.000.000
Fuente propia			

Gastos de Transporte y Logística

Tabla 15 gastos de transportes y logística

Concepto	Costo Unitario	C/P	Costo Total
Transporte de equipo	150.000	1	150.000
Transporte de catering	100.000	1	100.000
Total, Gastos de Transporte			250.000

Fuente propia

Sumando todos los costos variables, se obtiene el costo variable total por evento.

Tabla 16 total costo variable unitario

Concepto	Monto
Total Insumos y Materiales	4.750.000
Total Honorarios de Proveedores	1.000.000
Total Gastos de Transporte	250.000
Total Costo Variable Unitario	6.000.000

Fuente propia

5.2.6 Costos fijos

Estos costos son esenciales para el funcionamiento de "Estilo & Celebración" y deben considerarse en la planificación financiera

5.2.6.1 Alquiler de Oficina/Espacio

- **Descripción:** Costo mensual por el alquiler de la oficina donde se llevará a cabo la planificación y coordinación de eventos.
- **Monto: \$2.000.000**

5.2.6.2 Servicios Públicos

- **Descripción:** Costos de agua, electricidad e internet necesarios para el funcionamiento de la oficina.
- **Monto: \$500.000**

5.2.6.3 Sueldos y Salarios

- **Descripción:** Pagos mensuales al personal administrativo y de apoyo.
- **Desglose:**
 - Administrador: **\$1.500.000**
 - Asistente administrativo: **\$1.200.000**
 - Total: **\$3.000.000**

5.2.6.4. Seguros

- **Descripción:** Costos de seguros para proteger la empresa contra posibles riesgos (responsabilidad civil, accidentes)

- **Monto: \$200.000**

5.2.6.5 . Asesoría Legal y Contable

- **Descripción:** Honorarios mensuales para servicios legales y contables.
- **Monto: \$300.000 COP**

5.2.6.6 Mantenimiento de Equipo

- **Descripción:** Gastos de mantenimiento y reparación de equipos de oficina y materiales utilizados en la planificación de eventos.
- **Monto: \$150.000**

5.2.6.7 Publicidad y Marketing

- **Descripción:** Gastos fijos en publicidad y promoción de la marca, independientemente de las campañas específicas.
- **Monto: \$400.000**

Resumen de Costos Fijo

Tabla 1 Resumen de costo fijo

Tabla 17 resumen de costo fijo

Alquiler de Oficina/Espacio	2.000.000
Servicios Públicos	500.000
Sueldos y Salarios	3.000.000
Seguros	200.000
Asesoría Legal y Contable	300.000

Mantenimiento de Equipo	150.000
Publicidad y Marketing	400.000
Total Costos Fijos	6.550.000
Fuente propia	

5.3 Proyección de ingresos, costos y gastos

La proyección de ingresos, costos y gastos es fundamental para evaluar la viabilidad financiera de "Estilo & Celebración".

5.3.1.1 Proyección de Ingresos

Se estima que "Estilo & Celebración" realizará una serie de eventos durante el primer año. La proyección de ingresos se basa en un precio promedio por evento y el número de eventos organizados.

- **Precio promedio por evento:** \$10.000.000 COP
- **Número de eventos proyectados:** 20

Tabla 18 proyección de ingresos

Concepto	Monto
Ingresos por Eventos	20 eventos x 10.000.000 = 200.000.000
Fuente propia	

5.3.1.2 Proyección de Costos Variables

Los costos variables por evento, como se mencionó anteriormente, se estiman en **\$6.000.000**

Tabla 19 variables totales

Concepto	Costo Variable Total
Costos Variables Totales	20 eventos x 6.000.000 = 120.000.000
Fuente propia	

5.3.2.3 Proyección de Costos Fijos

Los costos fijos mensuales se estiman en **\$6.550.000** . Para el año, esto se proyecta como sigue:

Tabla 20 proyección costos fijos

Concepto	Monto Anual
Costos Fijos Totales	6.550.000 x 12 meses = 78.600.000
Fuente propia	

5.3.2.4 Proyección de Gastos de Marketing

Se destinarán gastos de marketing mensuales de **\$1.400.000**, lo que equivale a:

Tabla 21 proyección de gastos marketing

Concepto	Monto Anual
Gastos de Marketing Totales	1.400.000 x 12 meses = 16.800.000
Fuente propia	

Resumen de Proyección de Ingresos, Costos y Gastos

Tabla 22 resumen de proyección de ingresos, costos y gastos

Concepto	Monto
Ingresos Totales	200.000.000
Costos Variables Totales	120.000.000
Costos Fijos Totales	78.600.000
Gastos de Marketing Totales	16.800.000
Total, Costos y Gastos	$120.000.000 + 78.600.000 + 16.800.000 = 215.400.00$
Fuente propia	

Proyección de Resultado

Tabla 23 proyección de resultado

Concepto	Monto
Ingresos Totales	200.000.000
Total Costos y Gastos	215.400.000
Resultado Neto	$200.000.000 - 215.400.000 = 15.400.000$
Fuente propia	

5.4 Estados financieros

El estado de resultados muestra la rentabilidad de la empresa durante un periodo específico.

Tabla 2 Estados financieros

Tabla 24 Estado financieros

Concepto	Monto
Ingresos Totales	200.000.000
Costos Variables	-120.000.000
Contribución Bruta	80.000.000
Costos Fijos	-78.600.000
Gastos de Marketing	-16.800.000
Resultado Neto	-15.400.000
Fuente propia	

5.4.1.1 Balance General Projectado

El balance general proporciona una instantánea de los activos, pasivos y patrimonio de la empresa en un momento determinado

Tabla 25 balance general proyectado

Concepto	Monto
Activos	
Activos Corrientes	
- Efectivo	5.000.000
- Cuentas por Cobrar	10.000.000
Total Activos Corrientes	15.000.000
Activos No Corrientes	

- Mobiliario y Equipo	20.000.000
Total Activos	35.000.000
Pasivos	
Pasivos Corrientes	
- Cuentas por Pagar	5.000.000
Total Pasivos Corrientes	5.000.000
Pasivos No Corrientes	
- Deuda a Largo Plazo	10.000.000
Total Pasivos	15.000.000
Patrimonio	
- Capital Social	20.000.000
- Resultado Neto	-15.400.000
Total Patrimonio	4.600.000
Total Pasivos y Patrimonio	35.000.000

3. Flujo de Efectivo Proyectado

El flujo de efectivo muestra cómo se mueve el efectivo dentro y fuera de la empresa durante un periodo.

Concepto	Monto
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación	
Ingresos por Ventas	200.000.000
Gastos Operativos	-215.400.000
Flujo Neto de Actividades de Operación	-15.400.000
Flujo de Efectivo de Actividades de Inversión	
Compra de Mobiliario y Equipo	-20.000.000
Flujo Neto de Actividades de Inversión	-20.000.000
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiamiento	
Aumento de Capital	20.000.000
Flujo Neto de Actividades de Financiamiento	20.000.000

Cambio Neto en Efectivo	$(15.400.000) + (20.000.000) - (20.000.000) =$ $(15.400.000)$
Efectivo Inicial	5.000.000
Efectivo Final	$5.000.000 - 15.400.000 = (10.400.000)$
Fuente propia	

5.4.2 Balance General (proyectado a 5 años)

5.4.3 Proyecciones Financieras Básicas

1. Proyección de Ingresos:

- Año 1: 200,000,000
- Supongamos un crecimiento del 10% anual en ingresos.

2. Costos Variables: se mantiene en un 60% de los ingresos

- Año 1: 120,000,000 (60% de los ingresos)
- Año 2 132.000.000
- Año 3 145.200.000
- Año 4 159.720.000
- Año 5 175.692.000

3. Costos Fijos: Los costos fijos aumentan moderadamente, asumiendo un 5% de crecimiento anual (gastos administrativos, salarios fijos, alquiler de oficina).

- Año 1: 78,600,000
- Año 2 82.530.000
- Año 3 86.656.500

- Año 4 91.089.325
- Año 5: 95,643,791

4. Gastos de Marketing:

- Año 1: 16,800,000
- Se mantendrán constantes al 8% de los ingresos

Estado de Resultados Proyectado (A 5 Años)

Tabla 26 estado de resultados proyectado a 5 años

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Totales	200,000,000	220,000,000	242,000,000	266,200,000	292,820,000
Costos Variables	-	-132,000,000	-145,200,000	-	-
Contribución Bruta	120,000,000	88,000,000	96,800,000	159,720,000	175,692,000
Costos Fijos	80,000,000	88,000,000	96,800,000	106,480,000	117,128,000
Gastos de Marketing	-78,600,000	-82,530,000	-86,656,500	-91,089,325	-95,643,791
Resultado Neto	-16,800,000	-17,600,000	-19,360,000	-21,296,000	-23,425,600
Fuente propia	-15,400,000	-12,130,000	-9,216,500	-5,905,325	-2,941,391

5.4.4 Balance General Proyectado (A 5 Años)

Supuestos para el Balance General:

- **Activos Corrientes:** Crecimiento del 10% anual.

- **Activos No Corrientes:** Mobiliario y equipo crece un 10% anual.
- **Pasivos Corrientes y No Corrientes:** Crecimiento del 5% anual.
- **Capital Social:** Se mantendrá constante.
- **Resultado Neto:** Se acumula en el patrimonio.

Balance General proyectado

Tabla 27 balance general proyectado

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos					
Activos Corrientes					
Efectivo	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
Cuentas por Cobrar	10,000,000	11,000,000	12,100,000	13,310,000	14,641,000
Total Activos Corrientes	15,000,000	16,000,000	17,100,000	18,310,000	19,641,000
Activos No Corrientes					
Mobiliario y Equipo	20,000,000	22,000,000	24,200,000	26,620,000	29,282,000
Total Activos	35,000,000	38,000,000	41,300,000	44,930,000	48,923,000
Pasivos					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	5,000,000	5,250,000	5,512,500	5,788,125	6,078,531
Total Pasivos Corrientes	5,000,000	5,250,000	5,512,500	5,788,125	6,078,531
Pasivos No Corrientes					

Deuda a Largo Plazo	10,000,000	10,500,000	11,025,000	11,576,250	12,155,062
Total Pasivos	15,000,000	15,750,000	16,537,500	17,364,375	18,233,593
Patrimonio					
Capital Social	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000	20,000,000
Resultado Neto	-15,400,000	-27,530,000	-36,746,500	-42,651,825	-45,593,216
Total Patrimonio	4,600,000	-7,530,000	-16,746,500	-22,651,825	-25,593,216
Total Pasivos y Patrimonio	35,000,000	38,000,000	41,300,000	44,930,000	48,923,000
Fuente propia					

5.4.5 Consideraciones Finales

1. **Resultados Negativos Acumulativos:** El resultado neto negativo se refleja en el patrimonio, lo que puede indicar la necesidad de ajustar costos o buscar estrategias para aumentar ingresos.
2. **Estrategias de Mejora:** Es fundamental considerar acciones para aumentar la rentabilidad, como optimizar costos, aumentar el número de eventos o incrementar el precio promedio por evento.
3. **Revisión Continua:** Asegurarse de revisar estas proyecciones anualmente para ajustar en función del rendimiento real.

5.4.6 Estado de Resultados (proyectado a 5 años)

Supuestos:

- **Crecimiento de Ingresos:** 10% anual.
- **Costos Variables:** 60% de los ingresos.
- **Costos Fijos:** Crecimiento del 5% anual.
- **Gastos de Marketing:** 8% de los ingresos.

5.4.6.1 Proyección Anual

Tabla 28 proyección anual

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Totales	200,000,000	220,000,000	242,000,000	266,200,000	292,820,000
Costos Variables	-120,000,000	-132,000,000	-145,200,000	-159,720,000	-175,692,000
Contribución Bruta	80,000,000	88,000,000	96,800,000	106,480,000	117,128,000
Costos Fijos	-78,600,000	-82,530,000	-86,656,500	-91,089,325	-95,643,791
Gastos de Marketing	-16,800,000	-17,600,000	-19,360,000	-21,296,000	-23,425,600
Resultado Operativo	-15,400,000	-12,130,000	-9,216,500	-5,905,325	-2,941,391
Otros Ingresos/Gastos	0	0	0	0	0
Resultado Neto	-15,400,000	-12,130,000	-9,216,500	-5,905,325	-2,941,391

Fuente propia

5.4.7 Notas sobre el Estado de Resultados

1. **Resultado Neto:** Aunque se proyecta un aumento en los ingresos, la empresa continúa con resultados negativos. Esto indica la necesidad de ajustes en costos o estrategias de crecimiento.

2. **Contribución Bruta:** Se mantiene positiva, lo que es un buen indicador de la capacidad para cubrir los costos fijos y gastos de marketing en el futuro.
3. **Revisión y Ajustes:** Es recomendable revisar las proyecciones anualmente y ajustarlas según el desempeño real y las condiciones del mercado.

5.4.8 Flujo de caja (proyectado a 5 años)

5.4.8.1 Supuestos:

1. **Ingresos por Ventas:** Crecimiento del 10% anual.
2. **Gastos Operativos:** Incluyen costos variables, costos fijos y gastos de marketing.
3. **Inversiones:** Se asume una compra de mobiliario y equipo de 20,000,000 COP en el primer año, sin inversiones adicionales en los años siguientes.
4. **Financiamiento:** Aumento de capital de 20,000,000 COP en el primer año.

Flujo de Caja Anual

Tabla 29 flujo de caja anual

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo de Efectivo de Actividades de Operación					
Ingresos por Ventas	200,000,000	220,000,000	242,000,000	266,200,000	292,820,000
Gastos Operativos	-215,400,000	-234,780,000	-256,164,000	-280,000,000	-305,200,000
Flujo Neto de Actividades de Operación	-15,400,000	-14,780,000	-14,164,000	-13,800,000	-12,380,000
Flujo de Efectivo de					

Actividades de Inversión					
Compra de Mobiliario y Equipo	-20,000,000	0	0	0	0
Flujo Neto de Actividades de Inversión	-20,000,000	0	0	0	0
Flujo de Efectivo de Actividades de Financiamiento					
Aumento de Capital	20,000,000	0	0	0	0
Flujo Neto de Actividades de Financiamiento	20,000,000	0	0	0	0
Cambio Neto en Efectivo	-15,400,000	-14,780,000	-14,164,000	-13,800,000	-12,380,000
Efectivo Inicial	5,000,000	-10,400,000	-25,180,000	-39,344,000	-53,144,000
Efectivo Final	-10,400,000	-25,180,000	-39,344,000	-53,144,000	-65,524,000

Fuente propia

5.4.9 Notas sobre el Flujo de Caja

1. **Flujo Neto de Actividades de Operación:** Muestra que a pesar del aumento en ingresos, la empresa enfrenta pérdidas significativas, lo que afecta el flujo de caja general.
2. **Inversiones:** La compra de mobiliario y equipo solo se realiza en el primer año. No se prevén más inversiones significativas.
3. **Efectivo Final:** Se proyecta un saldo negativo de efectivo a partir del segundo año, lo que indica que la empresa podría enfrentar problemas de liquidez si no se toman medidas correctivas.
4. **Recomendaciones:** Es fundamental buscar formas de mejorar la rentabilidad, ajustar costos y/o aumentar ingresos para evitar problemas de flujo de caja.

5.5 Evaluación del proyecto

5.5.1.1 Análisis de Rentabilidad

- **Ingresos Proyectados:** A pesar de un aumento del 10% anual en ingresos, la empresa presenta resultados negativos durante los primeros cinco años, lo que sugiere que no está cubriendo sus costos y gastos.
- **Contribución Bruta Positiva:** La contribución bruta es positiva, lo que indica que los ingresos por evento son suficientes para cubrir los costos variables, pero los costos fijos y gastos de marketing son demasiado altos en relación con los ingresos.

5.5.1.2 Análisis de Costos

- **Costos Fijos Elevados:** Los costos fijos representan una parte significativa de los gastos totales. Se recomienda revisar estos costos para identificar áreas de reducción.
- **Control de Costos Variables:** Mantener los costos variables en el 60% de los ingresos es un buen inicio, pero es crucial explorar maneras de optimizar estos costos.

5.5.1.3 Flujo de Caja

- **Problemas de Liquidez:** El flujo de caja proyectado muestra un saldo negativo significativo a partir del segundo año, lo que puede llevar a problemas de liquidez. Es fundamental desarrollar estrategias para mejorar la generación de efectivo, como reducir gastos o aumentar el volumen de eventos.
- **Inversiones Limitadas:** La única inversión significativa se realiza en el primer año. No se prevén más inversiones, lo que podría limitar el crecimiento futuro.

5.5.1.4 Riesgos Identificados

- **Dependencia de Ingresos Variables:** La empresa depende de la organización de eventos para generar ingresos. Cualquier disminución en la demanda podría afectar gravemente la viabilidad financiera.
- **Condiciones del Mercado:** La situación económica, la competencia y las tendencias en la industria de eventos pueden impactar en la rentabilidad.

5.5.1.5 Recomendaciones

- **Revisión de Estrategias de Marketing:** Incrementar la visibilidad y atraer más clientes puede ser clave para aumentar los ingresos.
- **Diversificación de Servicios:** Considerar la posibilidad de diversificar la oferta de para atraer a un público más amplio.
- **Control de Costos:** Implementar un programa de revisión de costos que identifique áreas de ahorro, tanto en costos fijos como variables.

5.5.1.6 Proyecciones Futuras

- **Revisión Anual:** Es crucial revisar y ajustar las proyecciones anualmente en función del rendimiento real y las condiciones del mercado.
- **Estrategia de Crecimiento:** Desarrollar una estrategia de crecimiento a largo plazo que contemple la posibilidad de financiamiento externo, si es necesario.

5.5.2 VAN

5.5.2.1 Contexto del Proyecto

Objetivo: Evaluar la viabilidad de las acciones propuestas para mejorar la rentabilidad de "Estilos & Celebración" a través del análisis del VAN.

5.5.2.2 Supuestos para el Cálculo del VAN

- **Flujos de Efectivo Proyectados:** Utilizaremos los flujos de efectivo derivados de las acciones propuestas.
- **Tasa de Descuento:** Se asumirá una tasa del 10% para reflejar el costo de capital.
- **Inversión Inicial:** Se plantea una inversión inicial de 20,000,000 COP para mejorar las operaciones (mobiliario, marketing, etc.).

Flujos de Efectivo Proyectados

Tabla 30 flujos de efectivo proyectados

Año	Flujo de Efectivo
1	-10,000,000
2	5,000,000
3	15,000,000
4	25,000,000
5	35,000,000

Fuente propia

Cálculo del VAN

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos de Efectivo}}{(1+r)^t} - \text{Inversión Inicial}$$

Ilustración 28 formula VAN

Donde:

- rrr = tasa de descuento (10% o 0.10)
- ttt = año

Cálculo de los flujos descontados:

$$VAN = \left(\frac{-10,000,000}{(1+0.10)^1} \right) + \left(\frac{5,000,000}{(1+0.10)^2} \right) + \left(\frac{15,000,000}{(1+0.10)^3} \right) + \left(\frac{25,000,000}{(1+0.10)^4} \right) + \left(\frac{35,000,000}{(1+0.10)^5} \right) - 20,000,000$$

Ilustración 29 calculo de los flujos desconcedos

2. **Cálculo de cada flujo descontado:**

- Año 1:

$$-10,000,000/(1 + 0.10)^1 \approx -9,090,909$$
- Año 2:

$$5,000,000/(1 + 0.10)^2 \approx 4,132,231$$
- Año 3:

$$15,000,000/(1 + 0.10)^3 \approx 11,392,145$$
- Año 4:

$$25,000,000/(1 + 0.10)^4 \approx 17,071,324$$
- Año 5:

$$35,000,000/(1 + 0.10)^5 \approx 21,896,657$$

Ilustración 30 calculo de cada descontado

Suma de los Flujos Descontados

$$VAN = -9,090,909 + 4,132,231 + 11,392,145 + 17,071,324 + 21,896,657 - 20,000,000$$

Calculando el total:

$$VAN \approx 5,401,448$$

Ilustración 31 Suma de los Flujos Descontados

5.5.3 TIR

5.5.3.1 1. Contexto del Proyecto

Objetivo: Calcular la TIR del plan de acción de "Estilos & Celebración" para evaluar su viabilidad financiera

Flujos de Efectivo Proyectados

Tabla 31 flujo de efectivos proyectados

Año	Flujo de Efectivo
0	-20,000,000
1	-10,000,000
2	5,000,000
3	15,000,000
4	25,000,000
5	35,000,000

Fuente propia

Cálculo de la TIR

$$0 = \sum \frac{\text{Flujos de Efectivo}}{(1+r)^t}$$

Ilustración 32 fórmula de TIR

$$0 = -20,000,000 + \frac{-10,000,000}{(1+r)^1} + \frac{5,000,000}{(1+r)^2} + \frac{15,000,000}{(1+r)^3} + \frac{25,000,000}{(1+r)^4} + \frac{35,000,000}{(1+r)^5}$$

5.5.4 Punto de equilibrio

5.5.4.1.1. Conceptos Clave

- **Costos Fijos (CF):** Son aquellos que no cambian con el nivel de producción o ventas. En el caso de "Estilos & Celebración", estos podrían incluir:
 - Alquiler de oficinas
 - Sueldos del personal administrativo
 - Gastos de marketing fijos
 -

- **Costos Variables (CV):** Son aquellos que varían directamente con el nivel de producción o ventas. Para "Estilos & Celebración", estos podrían incluir:
 - Costos asociados a la organización de eventos (decoración, catering, logística, etc.).
 -
- **Precio de Venta (PV):** Es el ingreso que se obtiene por cada evento organizado.

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio (en unidades)} = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio de Venta} - \text{Costos Variables por Unidad}}$$

Ilustración 33 punto de equilibrio formula

5.5.4.1.1 Supuestos para el Cálculo

1. **Costos Fijos (CF):** Supongamos que los costos fijos anuales son de 78,600,000 COP.
2. **Costos Variables (CV):** Si los costos variables son el 60% de los ingresos y el precio de venta promedio por evento es de 10,000,000 COP, los costos variables por evento serían:

$$CV = 10,000,000 \times 0.60 = 6,000,000$$

Precio de Venta (PV): 10,000,000 COP por evento.

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{78,600,000}{10,000,000 - 6,000,000}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{78,600,000}{4,000,000} \approx 19.65$$

Ilustración 34 Precio de Venta (PV)

5.5.5 Razones Financieras

5.5.6 Razones de Rentabilidad

5.5.6.1 a. Margen de Utilidad Neto

- **Fórmula:**

$$\text{Margen de Utilidad Neto} = \left(\frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Ingresos Totales}} \right) \times 100$$

- **Cálculo:**

$$\text{Margen de Utilidad Neto} = \left(\frac{-15,400,000}{200,000,000} \right) \times 100 \approx -7.7\%$$

Ilustración 35 margen de utilidad neto

Retorno sobre la Inversión (ROI)

- **Fórmula:**

$$\text{ROI} = \left(\frac{\text{Ganancia Netas}}{\text{Inversión Total}} \right) \times 100$$

- **Cálculo:**

$$\text{ROI} = \left(\frac{-15,400,000}{50,000,000} \right) \times 100 \approx -30.8\%$$

Ilustración 36 resumen sobre la inversión

Razones de Liquidez

a. Razón Corriente

- Fórmula:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{\text{Activos Corrientes}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

- Cálculo:

$$\text{Razón Corriente} = \frac{15,000,000}{5,000,000} = 3.0$$

Ilustración 37 Razon corriente

b. Prueba Ácida

- Asumiendo que no hay inventarios:
- Fórmula:

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{\text{Activos Corrientes} - \text{Inventarios}}{\text{Pasivos Corrientes}}$$

- Cálculo:

$$\text{Prueba Ácida} = \frac{15,000,000 - 0}{5,000,000} = 3.0$$

Ilustración 38 prueba acida

Razones de Eficiencia

a. Rotación de Activos

- Fórmula:

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{\text{Ingresos Totales}}{\text{Total Activos}}$$

- Cálculo:

$$\text{Rotación de Activos} = \frac{200,000,000}{35,000,000} \approx 5.71$$

Ilustración 39 Rotacion de activos

5.5.6.1 b. Rotación de Cuentas por Cobrar

- **Fórmula:**

$$\text{Rotación de Cuentas por Cobrar} = \frac{\text{Ventas}}{\text{Cuentas por Cobrar}}$$

- **Cálculo:**

$$\text{Rotación de Cuentas por Cobrar} = \frac{200,000,000}{10,000,000} = 20$$

Ilustración 40 rotacion de comprar por cobrar

3. Razones de Solvencia

a. Razón de Deuda

- **Fórmula:**

$$\text{Razón de Deuda} = \frac{\text{Total Pasivos}}{\text{Total Activos}}$$

- **Cálculo:**

$$\text{Razón de Deuda} = \frac{15,000,000}{35,000,000} \approx 0.43$$

Ilustración 41 Racon de deuda

Resumen de Razones Financieras

Tabla 32 resumen de razones financiera

Razón Financiera	Cálculo	Resultado
Margen de Utilidad Neto	$\approx -7.7\%$	Negativo

Retorno sobre la Inversión (ROI)	$\approx -30.8\%$	Negativo
Razón Corriente	$\frac{15,000,000}{5,000,000} = 3.0$	3.0
Prueba Ácida	$\frac{15,000,000}{5,000,000} = 3.0$	3.0
Rotación de Activos	$\frac{200,000,000}{35,000,000} \approx 5.71$	≈ 5.71
Rotación de Cuentas por Cobrar	$\frac{200,000,000}{10,000,000} = 20$	20
Razón de Deuda	$\frac{15,000,000}{35,000,000} \approx 0.43$	≈ 0.43
Razón de Cobertura de Intereses Fuente propia	N/A	No calculable

5.5.7 Interpretación y Acciones

1. **Rentabilidad:** La empresa enfrenta resultados negativos, indicando la necesidad urgente de revisar costos y aumentar ingresos.
2. **Liquidez:** Las razones de liquidez son sólidas, lo que significa que la empresa puede cumplir con sus obligaciones a corto plazo.
3. **Eficiencia:** La rotación de activos y cuentas por cobrar es alta, lo que sugiere una buena gestión de recursos, aunque esto debe complementarse con un aumento en ingresos.
4. **Solvencia:** La razón de deuda es razonable, pero hay que estar atento a la acumulación de pérdidas que afecta el patrimonio.

5.5.8 *Acciones Recomendadas*

- **Optimización de Costos:** Evaluar y reducir costos fijos y variables donde sea posible.
- **Incremento de Ingresos:** Desarrollar estrategias de marketing y diversificación de servicios para atraer más clientes.
- **Monitoreo Financiero:** Implementar un sistema de seguimiento de estas razones financieras de forma trimestral para ajustar estrategias en tiempo real.

5.5.8.1 *Liquidez*

5.5.8.2.1. *Objetivos de Liquidez*

- **Asegurar la Capacidad de Pago:** Mantener una razón corriente de al menos 2.0 para garantizar que siempre haya suficiente liquidez para cubrir los pasivos corrientes.
- **Minimizar el Riesgo de Insolvencia:** Evitar que los saldos negativos en efectivo afecten la operación de la empresa.

5.5.8.3.2. *Estrategias para Mejorar la Liquidez*

5.5.8.3.1 *a. Monitoreo del Flujo de Caja*

- **Acción:** Implementar un sistema de seguimiento mensual del flujo de caja que incluya previsiones de ingresos y gastos.
- **Resultado Esperado:** Identificar rápidamente períodos de escasez de efectivo y actuar en consecuencia.

5.5.8.3.2 *b. Gestión Eficiente de Cuentas por Cobrar*

- **Acción:** Establecer políticas claras sobre los plazos de pago y aplicar descuentos por pronto pago para incentivar a los clientes a pagar más rápido.
- **Resultado Esperado:** Reducir el tiempo promedio de cobro, mejorando el flujo de efectivo.

5.5.8.3.3 *c. Control de Costos*

- **Acción:** Realizar auditorías trimestrales de los costos operativos y de marketing para identificar áreas donde se pueden reducir gastos.
- **Resultado Esperado:** Aumentar el margen de beneficio y liberar efectivo para otras necesidades.

5.5.8.3.4 *d. Diversificación de Ingresos*

- **Acción:** Introducir nuevos servicios, como planificación de eventos corporativos o servicios de catering, para atraer a diferentes segmentos de clientes.
- **Resultado Esperado:** Aumentar la base de ingresos y mejorar la estabilidad financiera.

5.5.8.4.3. Indicadores de Liquidez

- **Razón Corriente:** Establecer un objetivo de mantener esta razón por encima de 2.0.
Revisar trimestralmente.
- **Prueba Ácida:** Evaluar la prueba ácida al menos una vez al año para asegurarse de que la empresa pueda cubrir sus obligaciones sin depender de la venta de inventarios.

5.5.8.54. Plan de Acción Específico

1. **Mes 1-3:** Implementar un sistema de seguimiento del flujo de caja.
2. **Mes 4-6:** Revisar y ajustar políticas de crédito a clientes.
3. **Mes 7-9:** Realizar una auditoría de costos operativos.
4. **Mes 10-12:** Desarrollar e implementar nuevos servicios para diversificar ingresos.

5.5.8.65. Evaluación y Ajuste

- **Revisiones Trimestrales:** Evaluar el desempeño en liquidez y ajustar el plan según sea necesario.
- **Informe Anual:** Preparar un informe anual que detalle el estado de liquidez, así como las medidas adoptadas y sus resultados.

5.5.8.7 Rentabilidad

5.5.8.81. Objetivos de Rentabilidad

- **Aumentar el Resultado Neto:** Lograr un resultado neto positivo en los próximos cinco años mediante la optimización de costos y el aumento de ingresos.
- **Mejorar el Margen de Contribución:** Aumentar el margen de contribución por evento, buscando que al menos el 50% de los ingresos cubra los costos fijos y gastos de marketing.

5.5.8.92. Indicadores de Rentabilidad

5.5.8.9.1 a. Margen de Contribución

- **Cálculo:**

$$\text{Margen de Contribución} = \frac{\text{Contribución Bruta}}{\text{Ingresos Totales}} \times 100$$

Ilustración 42 margen de contribucion

Meta: Aumentar el margen de contribución del 40% actual al 50% en cinco años, lo que permitirá cubrir mejor los costos fijos.

b. Rentabilidad sobre Ventas (ROS)

- **Cálculo:**

$$\text{ROS} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Ingresos Totales}} \times 100$$

Ilustración 43 rentabilidas sobre ventas

Meta: Pasar de un -7.7% actual a un 5% en cinco años, lo que indicaría un mejor control de costos y un aumento en la eficiencia.

5.5.8.9.1 c. Rentabilidad sobre Activos (ROA)

- **Cálculo:**

$$\text{ROA} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Activos Totales}} \times 100$$

Ilustración 44 Resumen de Razones Financieras

Meta: Mejorar el ROA a través de una gestión más eficiente de los activos y el aumento del resultado neto.

d. Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE)

- **Cálculo:**

$$\text{ROE} = \frac{\text{Resultado Neto}}{\text{Patrimonio}} \times 100$$

Ilustración 45 rentabilidad sobre patrimonio

Meta: Lograr una rentabilidad positiva, pasando de un patrimonio negativo a un porcentaje positivo en cinco años.

5.5.8.10 3. Estrategias para Mejorar la Rentabilidad

1. Ajuste de Precios:

- **Acción:** Realizar un estudio de mercado para ajustar los precios de servicios en función de la competencia y la demanda.
- **Resultado Esperado:** Aumentar los ingresos sin perder competitividad.

2. Reducción de Costos:

- **Acción:** Implementar un programa de control de costos que revise los gastos operativos y busque alternativas más económicas.
- **Resultado Esperado:** Disminuir los costos fijos en un 10% en el primer año.

3. Optimización de Procesos:

- **Acción:** Capacitar al equipo en técnicas de planificación eficiente y uso de herramientas tecnológicas.

- **Resultado Esperado:** Aumentar la productividad y reducir el tiempo y costo por evento.

4. **Diversificación de Servicios:**

- **Acción:** Introducir nuevos servicios como asesoría en eventos corporativos y paquetes de servicios todo incluido.
- **Resultado Esperado:** Aumentar la base de clientes y las fuentes de ingresos.

5. **Fidelización de Clientes:**

- **Acción:** Crear un programa de fidelización que ofrezca descuentos o beneficios a clientes recurrentes.
- **Resultado Esperado:** Incrementar la tasa de retención de clientes y asegurar ingresos constantes.

5.5.8.11 4. **Plan de Acción Específico**

1. **Mes 1-3:** Realizar un análisis de precios y ajustar las tarifas de servicios.
2. **Mes 4-6:** Implementar un programa de revisión de costos y buscar proveedores más económicos.
3. **Mes 7-9:** Capacitar al equipo en herramientas tecnológicas para la gestión de eventos.
4. **Mes 10-12:** Desarrollar y lanzar nuevos paquetes de servicios diversificados.

5.5.8.12 5. **Evaluación y Ajuste**

- **Revisiones Trimestrales:** Evaluar el desempeño en rentabilidad utilizando los indicadores establecidos y ajustar las estrategias según los resultados.

- **Informe Anual:** Preparar un informe que analice el desempeño en rentabilidad, identificando áreas de mejora y proponiendo nuevas iniciativas para el año siguiente.

CAPÍTULO VI Impactos

6 Impactos

6.1 Impacto económico

El impacto económico de una empresa de organización de eventos como "Estilos & Celebración" puede ser significativo, tanto para la propia empresa como para la comunidad en la que opera.

6.1.1.1. Generación de Empleo

- **Creación de Empleos Directos:** La empresa generará puestos de trabajo para planificadores de eventos, personal de catering, decoradores, técnicos de sonido y otros profesionales necesarios para la realización de eventos.
- **Empleos Indirectos:** La actividad de la empresa también estimulará la creación de empleos en sectores relacionados, como transporte, servicios de catering, y proveedores de decoración y tecnología.

6.1.1.2. Aumento del Consumo Local

- **Inyección Económica en la Comunidad:** Los eventos organizados por la empresa requerirán la compra de productos y servicios locales, lo que beneficiará a otros negocios en la zona, como restaurantes, hoteles, floristerías y proveedores de equipos.

- **Turismo de Eventos:** La organización de eventos puede atraer a personas de otras localidades, lo que incrementa el gasto en alojamiento, transporte y alimentación en la comunidad

6.1.1.33. Desarrollo de la Infraestructura

- **Mejora de Espacios Públicos y Privados:** La organización de eventos puede incentivar la mejora y mantenimiento de espacios para eventos, como salones, centros de convenciones y áreas al aire libre.
- **Inversiones en Tecnología y Servicios:** La necesidad de equipos de sonido, iluminación y otros servicios tecnológicos puede fomentar inversiones en infraestructura y tecnología en la comunidad.

6.1.1.44. Promoción Cultural y Social

- **Fomento de la Cultura Local:** A través de eventos temáticos, ferias y festivales, la empresa puede contribuir a la promoción de la cultura local y el talento de artistas y artesanos de la región.
- **Fortalecimiento de Redes Sociales:** La organización de eventos puede servir para crear y fortalecer comunidades y redes sociales, aumentando la cohesión social.

6.1.1.55. Impacto Fiscal

- **Contribuciones Fiscales:** La empresa generará ingresos que contribuirán a los impuestos locales y regionales, apoyando el financiamiento de servicios públicos y desarrollo comunitario.

- **Tasas e Impuestos por Eventos:** Cada evento organizado puede generar tasas por permisos y uso de espacio público, lo que también beneficiará a la administración local.

6.1.1.6.6. Sostenibilidad Económica

- **Fomento de Prácticas Sostenibles:** La empresa puede adoptar prácticas de sostenibilidad en la organización de eventos, como el uso de materiales reciclables y la reducción de residuos, contribuyendo a la economía circular.
- **Responsabilidad Social Empresarial (RSE):** Implementar iniciativas de RSE, como apoyo a comunidades locales o proyectos educativos, puede mejorar la imagen de la empresa y su relación con la comunidad.

6.2 Impacto social

El impacto social de "Estilos & Celebración" abarca diversas áreas que pueden beneficiar a la comunidad y mejorar la calidad de vida de sus habitantes:

6.2.1.1.1. Fomento de la Cohesión Social

- **Eventos Comunitarios:** La organización de eventos locales, como festivales y ferias, puede fortalecer los lazos entre los miembros de la comunidad, promoviendo la interacción social y el sentido de pertenencia.

6.2.1.2.2. Apoyo a la Cultura Local

- **Promoción de Talentos:** Al incluir artistas y proveedores locales en sus eventos, la empresa apoya la cultura y las tradiciones de la ciudad, contribuyendo a la preservación del patrimonio cultural.

6.2.1.3.3. Desarrollo de Habilidades

- **Capacitación y Formación:** Ofrecer oportunidades de formación para el personal y colaboradores puede mejorar las habilidades de la fuerza laboral local, aumentando sus oportunidades de empleo.

6.2.1.4.4. Inclusión Social

- **Accesibilidad en Eventos:** Implementar prácticas que aseguren la inclusión de personas con discapacidad y de diversos grupos sociales puede promover la equidad y la diversidad en la comunidad.

6.2.1.5.5. Responsabilidad Social Empresarial

- **Iniciativas Sociales:** Participar en proyectos comunitarios, como donaciones o patrocinios a organizaciones locales, puede mejorar la calidad de vida y crear un impacto positivo en la comunidad.

6.3 Impacto ambiental

El impacto ambiental de "Estilos & Celebración" se refiere a cómo las operaciones de la empresa influyen en el medio ambiente, así como las estrategias que puede implementar para minimizar su huella ecológica. Aquí se describen las principales áreas de impacto y medidas que se pueden considerar:

6.3.1.1. Consumo de Recursos Naturales

- **Uso de Materiales:** La organización de eventos implica el uso de varios materiales, desde decoración hasta suministros de catering. Es importante optar por productos sostenibles y reciclables.
- **Agua y Energía:** Los eventos pueden requerir un considerable consumo de agua y energía. Implementar prácticas de eficiencia energética y conservación del agua puede reducir este impacto.

6.3.1.2. Generación de Residuos

- **Desperdicio de Alimentos:** La planificación adecuada del catering puede ayudar a minimizar el desperdicio de alimentos, donando excedentes a organizaciones benéficas.
- **Desechos Sólidos:** Fomentar el uso de recipientes reutilizables y compostables puede reducir la cantidad de residuos generados durante los eventos.

6.3.1.3. Emisiones de Carbono

- **Transporte:** El desplazamiento de invitados y proveedores puede contribuir a la huella de carbono. Promover el uso de transporte compartido o opciones sostenibles (como bicicletas) puede mitigar este efecto.
- **Logística Eficiente:** Planificar la logística de manera eficiente para minimizar viajes innecesarios puede reducir las emisiones asociadas al transporte de materiales y personal.

6.3.1.4. Efectos en la Biodiversidad

- **Selección de Locaciones:** Elegir lugares para eventos que no afecten hábitats naturales o áreas protegidas es esencial para preservar la biodiversidad local.
- **Prácticas de Sostenibilidad:** Colaborar con proveedores que sigan prácticas de sostenibilidad y que minimicen su impacto ambiental.

6.3.1.5. Educación Ambiental

- **Conciencia Ecológica:** Incluir prácticas sostenibles en la organización de eventos puede servir como plataforma para educar a los asistentes sobre la importancia de cuidar el medio ambiente.
- **Iniciativas de Limpieza:** Organizar actividades de limpieza y reforestación puede no solo compensar el impacto, sino también involucrar a la comunidad en la protección del entorno.

6.4 Riesgos (Técnico, comercial, TTHH, normativo, ambiental, otros)

La empresa de organización de eventos "Estilos & Celebración" enfrenta diversos riesgos que pueden afectar su operación y éxito.

6.4.1.1. Riesgos Técnicos

- **Fallas Técnicas:** Problemas con equipos de sonido, iluminación o tecnología pueden afectar la calidad de los eventos.
- **Dependencia de Proveedores:** La empresa depende de proveedores para el montaje y el suministro de materiales, lo que puede resultar en retrasos o falta de disponibilidad.

6.4.1.2. Riesgos Comerciales

- **Competencia:** Un aumento en la competencia puede reducir la cuota de mercado y afectar los ingresos.
- **Variabilidad en la Demanda:** La demanda de eventos puede ser estacional o afectar por factores externos como crisis económicas o pandemias, lo que puede impactar las ventas.

6.4.1.3. Riesgos de Recursos Humanos (TTHH)

- **Rotación de Personal:** La alta rotación de empleados puede afectar la calidad del servicio y generar costos adicionales de capacitación.
- **Falta de Capacitación:** Empleados no capacitados pueden afectar la ejecución de eventos, resultando en insatisfacción del cliente.

6.4.1.44. Riesgos Normativos

- **Cumplimiento Legal:** Cambios en regulaciones relacionadas con la seguridad, permisos y normativas locales pueden generar complicaciones en la organización de eventos.
- **Responsabilidad Civil:** La empresa puede enfrentarse a demandas si ocurre un accidente durante un evento, lo que podría implicar costos legales y daños a la reputación.

6.4.1.55. Riesgos Ambientales

- **Impacto Ecológico:** La falta de prácticas sostenibles puede resultar en una percepción negativa por parte del público y generar sanciones por parte de autoridades ambientales.
- **Desastres Naturales:** Eventos imprevistos como tormentas o desastres naturales pueden afectar la realización de eventos planificados.

6.4.1.66. Otros Riesgos

- **Reputación:** La mala gestión de un evento puede dañar la reputación de la empresa, afectando futuras contrataciones.
- **Riesgos Financieros:** La falta de flujo de efectivo y la acumulación de deudas pueden comprometer la viabilidad de la empresa.

CAPÍTULO VII Conclusiones

7 Conclusiones

La creación de "Estilo & Celebración", una empresa dedicada a la organización de eventos personalizados, responde a una necesidad identificada en Bucaramanga de servicios que combinen creatividad, personalización y sostenibilidad. Este proyecto no solo plantea soluciones innovadoras para la gestión integral de eventos, sino que también promueve la adopción de prácticas empresariales responsables, lo que lo convierte en un modelo atractivo y relevante para el mercado local.

Este proyecto de grado constituye un académico al integrar conocimientos teóricos en un contexto práctico. Su enfoque disciplinario, que combina administración, sostenibilidad y marketing, ofrece una guía para futuros estudios relacionados con la creación y gestión de empresas en el sector de servicios.

CAPÍTULO VIII Recomendaciones

8 Recomendaciones

Referencias

9 Referencias

(s.f.).

(DANE), D. A. (2024). *Proyecciones de Población 2024*. Bucaramanga: DANE.

(IDDE), I. d. (2023). *Tendencias en Eventos Sociales en Bucaramanga*. Bucaramanga: [No aplica, ya que es un informe institucional].

(PMI), P. M. (2017). *A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)*. Project Management Institute. Newtown Square, PA: Project Management Institute.

Bucaramanga, C. d. (2023). *Informe sobre eventos corporativos en Bucaramanga, trimestre Q4 2023*. Bucaramanga: Cámara de Comercio de Bucaramanga.

Bucaramanga, O. d. (2023). *Informe de Crecimiento del Sector de Eventos*. Bucaramanga, Colombia: [No aplica, ya que es un informe institucional].

Castellanos Nieves, J. F. (2023). *Desarrollar plan estratégico de internacionalización de servicios hoteleros, gastronómico y turísticos del Hotel Serenity Suites de Santander*. Bucaramanga: Francia: Un Estudio de su Gobierno Semipresidencialista. Editorial Francia.

Castro Milán, J. (2020). *El concepto de gamificación aplicado a la experiencia del cliente en el turismo de eventos*. Islas Baleares: Editorial misconduct: the case of online predatory journals. .

Christopher, M. (2016). *Logistics and Supply Chain Management*. Harlow, UK: Pearson.

Colombia, C. d. (2011). *"Ley 1493 de 2011"*. Bogota: no está especificada directamente en el sitio, ya que se trata de una ley del Congreso de Colombia.

Concha, G. N. (2024). *Rol de las TIC en la gestión pública y en la planificación para un desarrollo sostenible en América Latina y el Caribe*. AMERICA LATINA Y EL CARIBE: son de exclusiva.

- Elkington, J. (1994). *Triple Bottom Line Concept*. Gabriola Island, BC, Canada: No aplicable (es un concepto ampliamente difundido en la literatura sobre sostenibilidad). regalame la ciudad.
- Fernando, C. H. (2021). *Diseño de un puesto de trabajo digital basado en una solución Cloud Computing tipo SaaS bajo los lineamientos del concepto Modern Workplace como parte de la estrategia de transformación digital en una empresa del sector minero en el Perú*. peru: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).
- Getz, D. (2012). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Routledge. . Abingdon, UK: Routledge.
- Glenn Bowdin, J. A. (2011). *"Event Management: A Professional and Developmental Approach"*. Abingdon, Reino Unido: Routledge.
- Glover, T. D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. London, UK: Routledge.
- Glover, T. D. (2005). *Event Management: A Professional and Developmental Approach*. London, UK: Routledge.
- Grunig, J. E. (1984). *Managing Public Relations*. Fort Worth, TX: Harcourt Brace Jovanovich.
- Guarneros, I. (2014). *Mas competitivas que équeñas*. Mexico: Grupo Editorial Patria.
- Juan Carlos Alcaide. (2015). *Fidelizacion de Clientes*. Madrid: Esic Editorial.
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management*. Pearson: Harlow, UK.
- Kotler, P. B. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism (7ª ed.)*. Pearson Education. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- legislativo), C. d. (2012). *Ley 1523 de 2012: Por la cual se adopta la Política Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres y se establece el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres*. Bogota: Congreso de la República de Colombia.

- Márquez Delgado, D. L. (2021). *La educación ambiental: evolución conceptual y metodológica hacia los objetivos del desarrollo sostenible*. Revista Universidad y sociedad. Brasil: Revista Universidad y sociedad.
- Martínez Bastidas, D. (2004). *Plan de negocio para la creación de una empresa de posicionamiento de marca en redes sociales para Pymes*. bogota: Webster's New World College Dictionary.
- Ministerio de Comercio, I. y. (2023). *MIPYMES en Colombia*. Bogota: Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Osterwalder, A. &. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ, USA: Wiley.
- Panta Rosas, J. M. (2019). *Estrategias de marketing digital para mejorar el posicionamiento de la empresa MBN exportaciones Lambayeque y Cía*. Peru: SRL Lambayeque.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Boston, MA, USA: Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theater & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press. Boston: Harvard Business School Press.
- Pine, B. J. (2011). *The Experience Economy: Updated Edition*. Boston, MA: Harvard Business Review Press.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*.

New York, NY: Free Press.

Schmitt, B. H. (1999). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, Relate*.

New York, NY, USA: Free Press.

Silvers, J. R. (2017). *Planning Successful Events*. Hoboken, NJ, USA: Wiley.

Survey Monkey. (2024). *Calculadora del tamaño de muestra*. Obtenido de

<https://es.surveymonkey.com/mp/sample-size-calculator/>

Verde, B. (2023). *Encuesta sobre prácticas sostenibles en la organización de eventos en Bucaramanga*.

Bucaramanga: Bucaramanga Verde.

Zambrano Arcos, M. d. (2018). *Modelo de turismo en el medio urbano: turismo médico, una alternativa*

sostenible en Colombia. Bogota: Gredos.

Anexos