



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



ANÁLISIS Y ESTUDIO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA Y ECONÓMICA PARA LA CREACIÓN DE UN EVENTO PÚBLICO UNIVERSITARIO.

ISMAEL HOMEDES SABATER
TUTOR: ANGEL TRINIDAD TORNELL
GRADO EN GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
CURSO ACADÉMICO 2020-2021

ÍNDICE

Índice de Tablas.....	3
Índice de Figuras	4
1. INTRODUCCIÓN.....	5
1.1 Objeto / Resumen	5
1.2 Objetivos	6
1.2.1 Objetivo General.....	6
1.2.2 Objetivos Específicos.....	6
2. ÁMBITO ORGANIZACIONAL.....	6
2.1 Marco normativo.....	6
2.2 Marco empresarial.....	8
2.3 Funciones de la organización	11
3. METODOLOGÍA	12
3.1 Técnicas e instrumento de recolección de información	12
3.1.1 Revisión documental.....	12
3.2 Técnicas de análisis de datos	12
3.2.1 <i>Análisis del macroentorno</i>	12
3.2.2 Análisis del microentorno.....	17
3.2.3 DAFO	19
Debilidades.....	19
Amenazas.....	19
Fortalezas.....	20
Oportunidades	20
4. PROPUESTA.....	21
4.1 Descripción de la empresa.....	21

4.2	Misión.....	22
4.3	Visión.....	22
4.4	Valores	23
4.5	Plan operativo Descripción del evento.....	23
4.6	Plan Financiero	37
5.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	42
6.	CONCLUSIONES	43
7.	BIBLIOGRAFÍA.....	45
8.	NORMATIVA LEGAL.....	47
9.	ANEXOS.....	48

Índice de Tablas

Tabla N° 1. Identificación de necesidades para el evento	26
Tabla N° 2. Presupuesto estimado.....	28
Tabla N° 3. Inversión total del evento	41
Tabla N° 4. Ingreso estimado.....	42

Índice de Figuras

Ilustración N° 1. Evolución PIB anual en España (2015-2020).....	15
Ilustración N° 2. Evolución de casos de COVID-19 en España	16
Ilustración N° 3. Porcentaje de interacción de los habitantes con las diferentes plataformas digitales en España	17
Ilustración N° 4. Esquema de la producción de un evento.....	23
Ilustración N° 5. Marina Real de Valencia.....	25
Ilustración N° 6. Montaje de escenarios.....	30
Ilustración N° 7. Diseño de Diagrama de Gantt	36

1. INTRODUCCIÓN

1.1 Objeto / Resumen

El objetivo de este proyecto es analizar y evaluar la gestión administrativa y económica de una empresa encargada de la planificación de eventos festivos y corporativos, teniendo como principal actividad la organización de un evento de carácter público en Valencia. Dicha empresa, tiene la labor de proyectar a sus clientes un alto nivel organizativo de cualquier actividad a ejecutar, dado a que cuenta con la particularidad, de poder incluir a distintos actores, debido a la gran diversidad de servicios que puede ofrecer, como lo son los servicios de catering, ambientación, seguridad, logística, entre otros.

El sector de la industria de eventos en España, ha tenido en los últimos años un considerable crecimiento, dado a que ha logrado desarrollarse en diversas áreas; destacando tanto los altos niveles sociales, como los eventos corporativos, lo cual promueve el aumento de la inserción laboral, originando fuentes de empleo para muchos, logrando así incrementar los estándares de exigencia en cuanto al profesionalismo que demanda, debido a que se requiere satisfacer las exigencias de los protagonistas de los eventos, los clientes.

Esta rama de la industria la complementa el alto sentido de la organización y comunicación, además de traer consigo la capacidad de ejecutar cada actividad planificada para poder obtener los resultados esperados; es por ello que estas empresas de eventos se logran integrar de manera cónsona, con cada fase que deseen sus clientes.

Actualmente, con la pandemia del SARS-CoV-2, son muchas las políticas que han surgido para minimizar al máximo el números de contagios en la población, por ende las empresas de eventos han tenido que reinventarse y adaptar sus políticas de servicios a esta situación, lo que ha llevado a muchos a ajustar sus actividades, y combinarlas con determinados protocolos, para no irrumpir con los requisitos

mínimos de funcionalidad, y poder así garantizar el entretenimiento y la atención esperada por sus clientes.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Analizar la gestión administrativa y económica de una empresa encargada de la planificación de eventos festivos y corporativos para su optimización.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un análisis del medio externo e interno del sector, describiendo los aspectos esenciales actuales y las posibles perspectivas del mismo.
- Realizar un análisis que determine los posibles factores internos que puedan afectar el funcionamiento de la empresa (Matriz DAFO).
- Elaborar un plan de operaciones para establecer una propuesta de un festival universitario en la comunidad Valenciana.
- Obtener un plan financiero que determine los requerimientos monetarios para la ejecución de la propuesta y la factibilidad de éste.

2. ÁMBITO ORGANIZACIONAL

2.1 Marco normativo

En la actualidad, tanto las normativas para la consolidación de una empresa de servicios destinada a la realización de eventos, como la ejecución del mismo, deben velar por el cumplimiento de cada uno de los aspectos jurídicos, legales y

administrativos necesarios para poder contar con la autorización, otorgamiento de licencias y permisos los cuales darán la formalidad tanto de la empresa como al evento. Entre ellos se tienen:

Empresa u Organización

La empresa por tener una sociedad limitada de nueva empresa, la rige la Ley 7/2003, de 01 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada, la cual estipula cada uno de los requisitos necesarios para ser presentados ante el Registro Mercantil correspondiente para su constitución.

- Adopción del carácter jurídico de las sociedades mercantiles:
 - Certificación negativa de denominación social
 - Estatus de la sociedad y otorgamiento de escritura pública de constitución
 - Inscripción en el Registro Mercantil

En cuanto a la normativa que rige las actividades económicas y la declaración de estas, está sustentada por el Real Decreto Legislativo 1175/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueban las tarifas y la instrucción del Impuesto sobre Actividades Económicas.

- Trámites en el Ministerio de Economía y Hacienda
 - Declaración del Impuesto sobre Actividades Económicas
- Trámites en el ayuntamiento
 - Licencia de Actividades e Instalaciones o Licencia de Apertura
 - Licencia de Obra

En la actualidad se conoce que la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios, ha declarado

la inexigibilidad de las licencias de ámbito municipal, las cuales estaban vinculadas a los establecimientos comerciales y las instalaciones, y a determinadas obras.

Por último, se han adoptado ciertas medidas para apoyar las actividades realizadas por los trabajadores y propietarios de las empresas emprendedoras del país, las cuales están estipuladas en la Ley 6/2017, de 24 de octubre, de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo.

- Trámite en el Ministerio de Trabajo e Inmigración
 - Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social
 - Comunicación de apertura del centro de trabajo

Eventos

- Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos.
- Real Decreto 1711/2004 del 30 de enero, de Prevención de Riesgos Laborales, en materia de coordinación de actividades empresariales

2.2 Marco empresarial

Dado que la organización posee una forma jurídica de una Sociedad Limitada de nueva empresa, obtiene ciertas ventajas que le permite ser más factible por las características que esta presenta en relación al número de los socios y la cantidad de capital aportado de cada uno. Además, la sociedad limitada de nueva empresa cuenta con la particularidad de poder considerar un objeto social genérico, tener que permita una mayor flexibilidad para desarrollar distintas actividades empresariales sin la obligación de modificar estatutos de la sociedad.

Entre las ventajas de este tipo de forma jurídica se encuentran:

- Sencillez en los órganos sociales.
- No es obligatorio el uso del libro de registro de socios.
- Durante los tres meses posteriores a la constitución se puede modificar la denominación social a coste cero.
- Los procesos contables son simplificados.
- La responsabilidad de cada uno de los está limitada a las aportaciones realizadas.
- Tienen la posibilidad de formalizar una prórroga sin la necesidad de aportar garantías sobre las posibles deudas tributarias motivadas por el pago del Impuesto de Sociedades, durante los 2 primeros períodos impositivos.
- Aplazar sin garantías el Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos documentados.
- Tienen la posibilidad de apertura cuentas de ahorro para empresas durante su constitución, que tenga un periodo de duración de 3 años. Esta cuenta contara con beneficios fiscales similares a las cuentas de ahorro para viviendas.

Con respecto a las obligaciones fiscales de la empresa, se tienen:

- Impuesto de Sociedades (IS): Este tributo grava las ganancias que obtienen las sociedades mercantiles durante su ejercicio económico, las declaraciones se realizan parciales trimestralmente en los meses de abril, julio, octubre y

diciembre, adicionalmente se hace una declaración anual que se realiza los 25 días normales, siguiente al final del ejercicio. Este gravamen se calcula sobre la base imponible de los resultados de la empresa, tomando en cuenta los gastos deducibles.

- El Impuesto al Valor Añadido (IVA): este impuesto se le adiciona a la venta de bienes o a la prestación de los servicios. Se debe efectuar una declaración trimestral en los meses de abril, julio, octubre y enero, también una declaración anual que tiene fecha tope el 31 de enero del ejercicio siguiente.
- Retenciones del IRPF se aplican a las organizaciones que tengan recursos humanos a su cargo o que convengan los servicios de profesionales independientes. Estas retenciones se deben declarar trimestralmente con el mismo plazo de entrega que en los impuestos anteriores y realizar un resumen anual.
- Impuesto de Actividades Económicas: este impuesto es aplicable a las empresas que tengan una cifra de negocio superior al millón de euros anuales en el tercer año de existencia, el mismo se cancela el 1 de enero de cada año.
- Declaración de operaciones con terceros: es de carácter informativa que no requiere ningún tipo de pago y están obligadas aquellas sociedades limitadas que hayan tenido ingresos o gastos por monto mayor a 3.005,06 € de un solo cliente o proveedor en el mismo año natural.
- Presentación de las cuentas anuales: Todas las Sociedades tienen la obligación de presentar sus cuentas anuales en el registro mercantil pertinente. Entre los documentos a consignar se encuentran el Balance Anual, la Cuenta de Pérdidas y Ganancias, los cambios de patrimonio, los cambios de efectivo y la Memoria Anual.

- Cotizaciones a la Seguridad Social este costo laboral obliga a las sociedades a hacerse responsable de una porción de las cotizaciones de los trabajadores, mientras que se descuenta de la nómina del trabajador la parte que corresponde a éste.
- Notificar los Cambios de Domicilio Fiscal y Social: el cual, en comunicar el cambio de domicilio a la Agencia Tributaria, ya que evita sanciones ante el ente rector. Adicionalmente, también se debe formalizar el acuerdo en la Escritura Pública, modificando el artículo que corresponda en los estatutos sociales y se debe inscribir la escritura en el Registro Mercantil con los cambios.

2.3 Funciones de la organización

La empresa de eventos, tiene la finalidad de facilitar a sus clientes la planificación y organización de sus eventos tanto festivos como corporativos, los cuales serán adaptados a sus necesidades y presupuesto, brindándoles comodidad y seguridad al momento de realizarlos; creando así, un evento personalizado y especialmente único para cada tipo de cliente.

Para ello, la empresa desea consolidarse, para lograr ser referente en el ámbito de la organización de eventos en la Comunidad Valenciana, en donde se pretenda a mediano plazo ampliar tanto la zona geográfica de actuación como los servicios que ofrece la empresa, pudiendo llegar a organizar eventos de mayor envergadura a cualquier tipo de público al que se dirija.

3. METODOLOGÍA

3.1 Técnicas e instrumento de recolección de información

3.1.1 Revisión documental

Para la realización de este proyecto, se han verificado diversas fuentes digitales, para así poder recopilar la información necesaria para sustentar cada aspecto del mismo. Entre ellas se destacan:

- Se han consultado páginas web con contenidos políticos, económicos y sociales del país y de la región, para la obtención de información actualizada del sector.
- Consultas de publicaciones informativas, para conocer un poco el contexto actual de las actividades de carácter social realizadas en la actualidad por parte de diversas empresas de eventos.
- Se han consultado páginas web de empresas competidoras, con la finalidad de evaluar sus perfiles, condiciones de servicios, precios, entre otros.

3.2 Técnicas de análisis de datos

3.1.1 Análisis del macroentorno

El análisis del macroentorno da a conocer la situación política, económica, social, tecnológica del país y cómo esta realidad puede influir en este proyecto; es por ello por lo que se evalúan todos aquellos elementos generales que rodean y repercuten en la empresa y por consiguiente en toda su actividad económica, lo que permite generar situaciones de oportunidades

y amenazas que puedan aprovecharse para mejorar los procesos productivos dentro de la organización.

- En el ámbito político, dada a la actual pandemia que azota al mundo, se han creado políticas y decretos que regulan la organización y ejecución de eventos en toda España. Para ello, se menciona el Real Decreto 463/2020 de fecha 14 de marzo, el cual expone lo siguiente en su artículo 10:

“se suspende la apertura al público de los locales y establecimientos minoritas, a excepción de los establecimientos comerciales minoritas de alimentación, bebidas, productos y bienes de primera necesidad, establecimientos farmacéuticos, sanitarios, centros o clínicas veterinarias, ópticas y productos ortopédicos, productos higiénicos, prensa y papelería, combustible para la automoción, estancos, equipos electrónicos y de telecomunicaciones, alimentos para animales de compañía, comercio por internet, telefónico o correspondencia, tintorerías, lavanderías y el ejercicio profesional de la actividad de peluquería a domicilio”

Debido a la implementación de este Real Decreto, y en este artículo en particular, se condicionan ciertas actividades frecuentes en la población entre ellos las visitas a museos, bibliotecas, sitios turísticos, así como de locales y establecimientos, lo cual limitará en gran medida la libre circulación de los ciudadanos, y la recreación en diversos espacios; tal y como se explica en sus párrafos 3 y 5 del mismo artículo:

“3. Se suspende la apertura al público de los museos, archivos, bibliotecas, monumentos, así como de los locales y establecimientos en los que se desarrollen espectáculos públicos, las actividades deportivas y de ocio indicados en el anexo del presente real decreto.

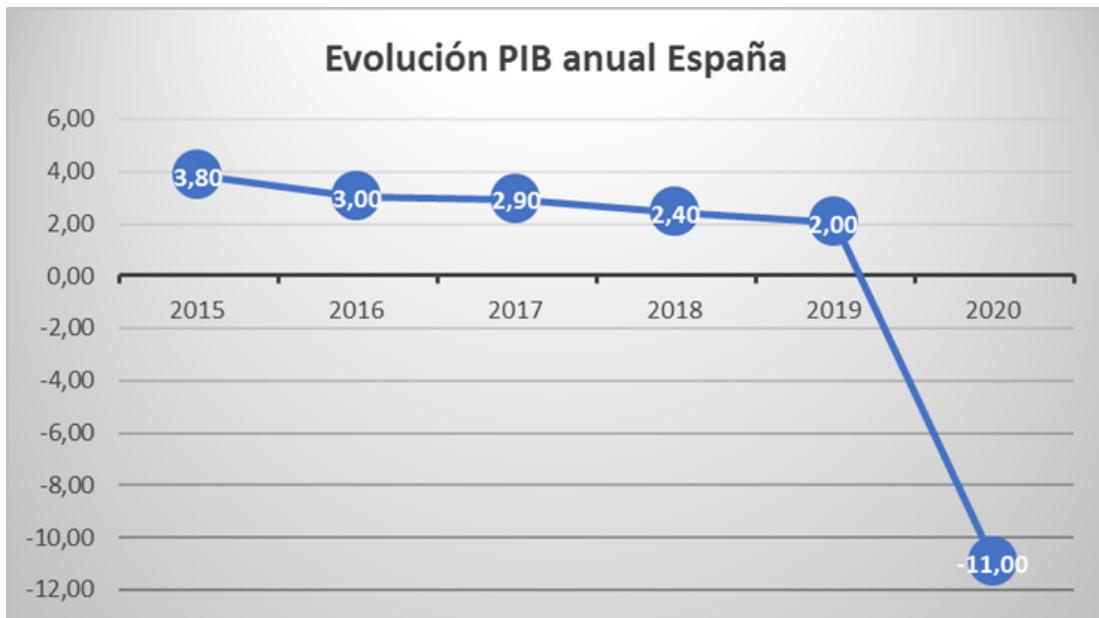
5. *Se suspenden asimismo las verbenas, desfiles y fiestas populares.”*

Por otra parte, el Gobierno español también ha estipulado una diversidad de normativas y legalidades con la que debe cumplir toda empresa de eventos, para así minimizar sus riesgos y contratiempos en sus eventos, tal es el caso de la Ley 17/1997 de fecha de 4 de julio, en donde se estipulan los requisitos para la obtención de licencias y permisos necesarios para la ejecución de espectáculos público y actividades recreativas. Así mismo, los empresarios deben cumplir con la Ley 4/1995 de fecha 10 de noviembre, para la obtención de un seguro de responsabilidad civil, que cubra toda actividad realizada. Y, por último, cumplir con el Real Decreto 171/2004 de fecha 30 de enero, para evitar o minimizar todo riesgo laboral, y salvaguardar a todo empleado o colaborador dentro y durante el evento.

Por todo esto, este sector, ha sufrido un gran impacto, dado a que disminuye la demanda normal de la solicitud de servicios, sin embargo, los empresarios se siguen reinventando para poder combatir estos altibajos y poder continuar prestando un servicio seguro a sus clientes.

- En lo económico, es conocido que el Producto Interno Bruto (PIB) se ha mantenido en un descenso desde los últimos cinco años, siendo el 2020 el año con mayor impacto, producto de la crisis sanitaria que existe en todo el mundo, y a las medidas tomadas por parte del gobierno español para garantizar la salud y el bienestar de la población, lo que incide directamente en la actividad económica del país. El PIB acumuló un descenso de 11%, con respecto al año anterior, disminuyó el crecimiento económico.

Ilustración N° 1. Evolución PIB anual en España (2015-2020)



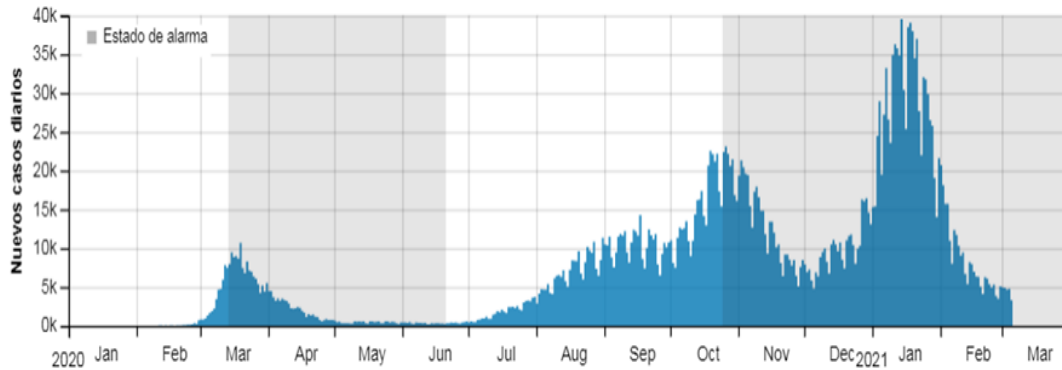
Fuente: Banco Mundial

En cuanto con la tasa de desempleo para el 2020, se ubicó en un 16%, lo cual ha conllevado a muchas personas cesantes a la búsqueda de alternativas para generar ingresos y poder sustentar a los hogares y aliviar la carga familiar.

- En el aspecto social, dado al Real Decreto 463/2020 de declaración del Estado de Alarma, el confinamiento de la población se ha mantenido por un tiempo prolongado aunque con ciertas excepciones en los sectores priorizados, sin embargo con el pasar del tiempo, se ha incrementado en duración, debido al incremento de los contagios y las tasas de mortalidad por causas del SARS-CoV-2; donde el gobierno español consideró esta medida con la finalidad de preservar y garantizar el bienestar y salud de todos. Este acto en específico, ha repercutido tanto en las actividades recreativas al aire libre, como en espacios cerrados, y por ende han disminuido la elaboración de gran número de eventos sociales públicos y privados, con la finalidad de

disminuir los altibajos que esta pandemia ha ocasionado en la población.

Ilustración N° 2. Evolución de casos de COVID-19 en España



Fuente: Datos tomados del Instituto de Salud Carlos III.

- En lo tecnológico, se encuentra muy bien consolidado en este tema, puesto que dispone de una amplia red de telecomunicaciones que permite que fluya todo tipo de circulación de información y por ende de comunicación con el mundo entero.

Así mismo, la población joven es la que repunta en cuando al uso de esta tecnología, siendo capaz de desenvolverse en la ofimática de forma fluida, lo que conlleva, a una interacción entre adultos y jóvenes, además del uso constante de redes sociales y de portales de fácil acceso para así poder llegar a todos de una forma práctica, permitiendo a las nuevas empresas (pequeñas o medianas) del sector y a los que llevan tiempo en el mercado poder posicionarse en el mercado y poder tener una competencia diaria.

Por lo tanto, podemos deducir que la población tanto en España como a nivel mundial, está acostumbrada a informarse a través de las páginas web, tanto que las han convertido en parte fundamental en la toma de decisiones, dado a que basta con consultar precios, calidad de

producto, existencias y servicios prestados, obligando al sector a mantener sus sitios web para así mantener la imagen de nuestro negocio frente a ese gran público, permitiendo mantenerse en el mercado que hoy día es tan competitivo.

Ilustración N° 3. Porcentaje de interacción de los habitantes con las diferentes plataformas digitales en España



Fuente: Tomado de página web <https://yiminshum.com/social-media-espana-2020/>

3.1.2 Análisis del microentorno

El modelo de Porter, muestra de forma sintetizada como lo característico de un país puede garantizar su competitividad, y como esto puede influir en una determinada industria para ser más competitiva que otras en otros países.

- El nivel de rivalidad entre los competidores y la compañía, es considerable, debido a que la mayoría de las empresas de eventos, ofrecen los mismos servicios, paseándose desde los eventos familiares, como corporativas y educativos, debido a que el fin de las mismas es

ofrecer la organización y planificación de todas las ideas que puedan tener sus clientes a la hora de un evento en particular. Es por ello que, una de las estrategias que se considera es que, para resaltar nuestra empresa, es destacar la calidad de servicio, brindándole cierta exclusividad y trato personalizado e innovador; además de considerar precios accesibles en todo el paquete que se ofrezca, para poder incrementar la cuota establecida de atención en este mercado. Así mismo, se debe también focalizar en ofrecer llenar los vacíos en cuanto a ofertas, promociones y servicios que ninguna otra empresa cubra, pudiendo así garantizar la expansión de su abanico de posibilidades, dentro de los servicios que ya cuenta.

- En cuanto al poder de negociación con los proveedores, debe ser primordial para la ejecución de un evento, dado a que éste es el que provee a la empresa de los elementos, materiales, insumos al momento de la planificación, organización y ejecución del acto social. Para ello, la compañía debe emplear el tiempo necesario para poder contar y seleccionar una cartera de proveedores de calidad, para poder así cumplir con cada exigencia de los clientes que soliciten el servicio.
- En cuanto al grado de negociación con clientes, la empresa cuenta con un ajustado catálogo de servicios que presta, por ende, los clientes están muy disgregados y por ende las negociaciones son esporádicas, y muy distantes.
- La entrada de nuevos competidores está ligada actualmente al entorno digital, por ende, se requiere de una plataforma actualizada con la información necesaria para poder brindarle una mejor atención a los clientes; para ello se considera poder contar con un personal con capacitado para el manejo de redes y portales web, así como de medios informáticos acordes a las demandas de la empresa.

- La amenaza latente en el sector espectáculos no es solo la sustitución del servicio, sino el mercado emergente con nuevas estrategias en cuanto a patrocinios, logística, ambientación, decoración, lo que conlleva a una competencia con las empresas ya establecidas, las cuales cuentan con una trayectoria considerable, es por ello que esta amenaza es tan alta en la actualidad.

3.1.3 DAFO

Debilidades

- Escasos equipos de computación para el establecimiento de un entorno digital.
- Empresa con poco tiempo en el mercado, y por ende poco reconocida en el público.
- Personal y equipos reducidos, lo que conlleva a una reducción de operaciones.
- Lista reducida de proveedores.
- Lista reducida de clientes existentes.

Amenazas

- Poca diversidad de servicios a ofrecer a los clientes.
- Debido a la situación económica y de salud pública, se ven disminuido el gasto por concepto de celebraciones o eventos considerablemente.

- La empresa no cuenta con una cartera de clientes fidelizados, y a su poca variedad de servicios limita la captación de nuevos clientes.
- No poseen una plataforma digital, ni redes sociales que les permita ofrecer sus servicios de modo online.
- Poca publicidad con la cuenta la empresa, limita el conocimiento de los servicios que pueda ofrecer la organización a los clientes, lo que repercute en los ingresos obtenidos por tal servicio prestado.

Fortalezas

- Limitado personal que labora en la empresa, por ende, sus costes fijos son escasos.
- Su personal ambos son profesionales de la rama de la Administración de empresas, por ende, sus costes por concepto de asesorías son nulos.
- Cuenta con un trato personalizado que tiene la empresa con sus clientes, se adecúan a las necesidades y gustos de los mismos.

Oportunidades

- Puede rápidamente involucrarse en el entorno digital, dado a su personal es dinámico y pueden adaptarse a las nuevas tecnologías digitales.

- La empresa desea insertar nuevos servicios, que previo estudio, no los tengan sus competidores; puede anexar a su catálogo de ofertas, nuevas propuestas.
- Empresa joven, y se puede adaptar a los cambios, tanto estructurales como la inserción de nuevo personal que le dé un mejor ambiente al equipo de trabajo, así como de suministrar nuevas ideas o proyectos a la compañía.

4. PROPUESTA

4.1 Descripción de la empresa

La empresa tiene como finalidad la planificación y organización de eventos tanto festivos como corporativos en la Comunidad Valenciana, siendo pionera en la escogencia de lugares de distinción, así como de ejecutar y satisfacer de manera precisa los gustos y necesidades del cliente.

Cuando surge la necesidad de festejar algún evento, el responsable de la idea debe dedicar gran tiempo a la elección de todo lo necesario para poder llevarlo a cabo, por ello, la empresa se dedica a la búsqueda de las opciones dentro del presupuesto de los clientes, así como del seguimiento y control de cada detalle durante la ejecución del evento, garantizando el cumplir con cada uno de los requerimientos específicos y para tener un evento a la perfección.

Es por ello, que, con los servicios prestados por la empresa, se logra aliviar al cliente final de lo detallista de la planificación y organización de todo tipo de eventos, en donde solo deberá escoger el plan con las estrategias que se adapte a su presupuesto, y que le de ese toque personalizado y exclusivo que su evento requiere.

La empresa, funciona de la siguiente manera:

Al momento de tener un requerimiento específico se contacta a la empresa bien dirigiéndose a las oficinas administrativas o bien vía electrónica, en donde por ambas opciones se canalizará su petición con agente especializado encargado el cual gustosamente le atenderá y tomará en consideración cada una de las exigencias que tenga el cliente. Una vez procesada la solicitud, el agente le ofertará las diversas estrategias y opciones que se tienen disponible para llevar a cabo el evento a realizar; y el cliente ajustándose a su presupuesto, tomará la decisión la opción y lo extras en cuanto a servicios, que más se adapten al evento que tiene en mente. Al momento de tomar la decisión, la empresa procederá a la planificación y organización del evento, cumpliendo a cabalidad todos los servicios contratados por el cliente, con el compromiso y la responsabilidad de notificar al cliente cualquier novedad que se suscite al momento del desarrollo de este.

4.2 Misión

La empresa tiene la misión de facilitar a todos sus clientes desde la planificación y organización hasta la ejecución de forma simple y personalizada sus eventos, bien festivos o corporativos, brindándoles la comodidad y seguridad al momento de poner en manos de expertos la puesta en marcha de sus ideas de eventos; dado a que se le da el toque personalizado y único que necesita para hacerlo inolvidable.

4.3 Visión

La empresa desea ser pionera en el ámbito de la organización de eventos en la Comunidad Valenciana, con el fin de poder a mediano plazo ampliar de forma paulatina las zonas de actuación; así como de los servicios que ofrece, logrando llegar a organizar eventos que consoliden su labor y la distinga antes la competencia.

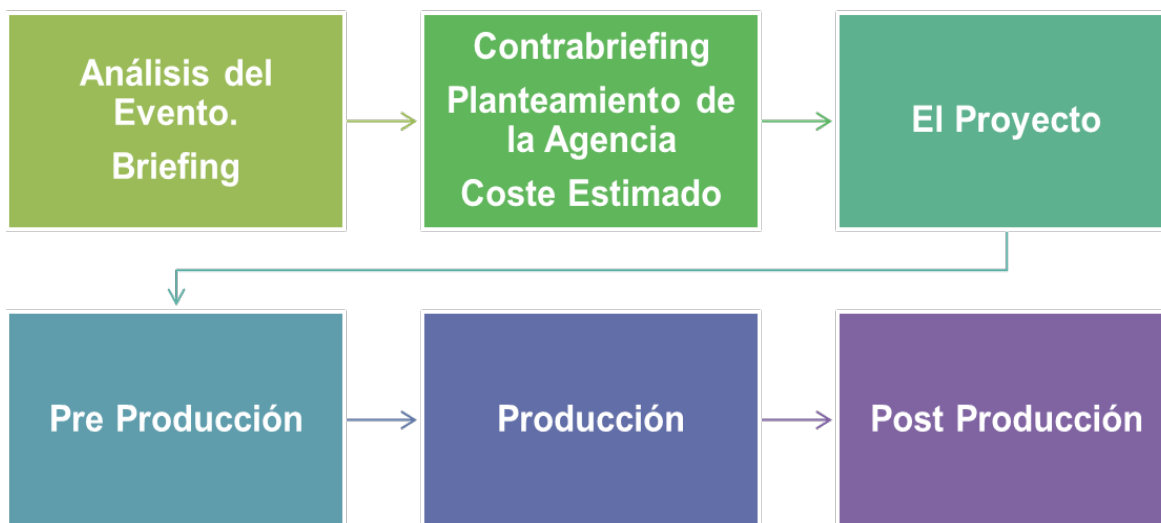
4.4 Valores

- Responsabilidad
- Puntualidad
- Calidad de servicio
- Adaptabilidad a las exigencias de los clientes
- Criterio
- Cultura organizativa

4.5 Plan Operativo Descripción del evento

Uno de los eventos próximos a realizar por la empresa sería un festival universitario, el cual tendría locación en la Marina Real de Valencia, y se estima albergar unas 25.000 personas en su aforo.

Ilustración N° 4. Esquema de la producción de un evento



Fuente: "Así se construye un evento minuto a minuto". Recuperado de:

<https://www.youtube.com/watch?v=xjKILEjwfw>

La preproducción de los eventos comienza desde que se recepciona el briefing, que no es más que un documento escrito, por de más claro y conciso, elaborado por el cliente para comunicar y hacer conocer sus necesidades, y cuál es su planteamiento estratégico; siendo este el primer contacto entre la agencia o empresa de eventos y el cliente. Una vez realizada la valoración del cliente y sus requerimientos a cumplir, se reúne el equipo para la relaboración del contrabriefing, que no es más que la contraparte donde se le sugieren y se le aporta al cliente ciertas estrategias para mejorar su idea, dado a que cada empresa maneja una serie de procesos, su línea creativa, y filosofía y por ende, para lograr la satisfacción plena del cliente, se deben adecuar la creatividad de las propuestas del cliente, donde no se le condicione en su totalidad su idea, pero no alejarse de sus requerimientos.

Así mismo, ya estando establecidas las estrategias a cumplir por parte de la agencia, se tendrá un panorama más claro del evento a ejecutar, y donde será el momento de ejecutar la fase creativa, teniendo como base de información el briefing, contrabriefing y la reunión de equipos, para poder así encontrar un concepto sobre el cual desarrollar la idea, una estrategia comunicacional que permita captar la atención del público y sus posibles aplicaciones.

Dentro de la fase de preproducción se procede a la planificación propia del evento, donde se hace fundamental el dominar los recursos con los cuales se cuenta, la ejecución y uso del tiempo y sobre todo el presupuesto para llevar a cabo tal evento. Así mismo, en este apartado se considera la elaboración por parte de la agencia, del proyecto técnico, el cual es un documento que plantea las condiciones del evento y se explica todo lo necesario para la ejecución del mismo; éste debe estar visado y nos indicará la viabilidad de la realización del evento. Dentro de esta fase se encuentran las siguientes etapas:

- Conocer al cliente
- Estudio y análisis del briefing

- Desarrollo y la creación de la idea, usando la creatividad para la elaboración de diversos bocetos, planos con la documentación necesaria que servirá de guía para tener una propuesta de la escenografía a usar.
- Elección de la localización; que en el caso particular se consideran espacios abiertos, dado a la cantidad de personas que se desean concentrar, además de considerar las medidas de seguridad sanitaria cumpliendo cabalmente con los protocolos de seguridad y desinfección de los espacios. En este caso en particular; se consideró la locación de la Marina Real de Valencia, España, lo cual, por tener espacios abiertos como el Auditorio de la Marina Sur, permite respetar y hacer cumplir las normas y protocolo de seguridad para la realización del evento.

Ilustración N° 5. Marina Real de Valencia



Fuente: Recuperado de: <https://www.diarioelcanal.com/el-puerto-de-valencia-inicia-el-estudio-de-la-propuesta-de-balearia-para-la-nueva-terminal-de-pasajeros/>

Así mismo, para este evento se considerará la ubicación de los participantes según el valor de entrada, lo cual se verá reflejado en Anexo N° 1.

- Identificar las necesidades propias de este evento (estructuras, materiales, equipos, mobiliarios, decoraciones, materiales fungibles, permisos, proyectos y licencias, varias de producción), realizando un checklist de producción, así como la de los proveedores que son los que cubrirán estas necesidades.

Tabla N° 1. Identificación de necesidades para el evento

Equipos Necesarios	Descripción
Sonido	Dispositivos de Entrada
	Amplificadores
	Altavoces
	Consolas de Audio
	Monitores
Audiovisual	Ciclorama
	Pantallas
Iluminación	Followspot
	Pc
	Cegadora o Blinder
	Spot
Escenografía	Plataforma
	Torres
	Truss
	Escaleras
Otros	Brazaletes
Materiales Fungibles	Agua
	Materiales de ferretería
Varios Producción	Personal
	Vehículos de Producción
	Almacén de Producción
	Herramientas de Producción
	Intercomunicadores de Producción
Mobiliario	Mesas, sillas, sofás
Electricidad	Instalaciones eléctricas
	Generadores
Logística	Transporte
	Alojamiento
Permisos y Licencias	Costes para la permisología y licencias

Fuente: Elaboración propia

- Elaboración de un presupuesto, el cual debe ser aprobado por el cliente y que pueda con esos recursos cumplir cabalmente lo planificado, sin tener contratiempos. Al planificar un evento y desarrollar su presupuesto, tenemos 2 tipos de costos:
 - **Costos Fijos:** Son los que se cubren indistintamente de la cantidad de los asistentes al evento, entre ellos:
 - Producción pre-evento, gastos de personal designado y papelería.
 - Difusión, promoción del evento, publicidad y rueda de prensa.
 - Diseño, impresión y costo de envío de entradas.
 - Locación o lugar dónde se realizará el evento. Éste suele ocupar un porcentaje mayor de los costes totales.
 - Equipo técnico de sonido, audiovisual, decoración, escenografía.
 - Transporte y alojamiento de los anfitriones del evento.
 - Contratación de show extras al evento (teloneros).
 - Seguros de equipamiento y personal.
 - Honorarios de servicios profesionales, contadores, abogados, arquitectos, etc.

- Servicio de fletes, transporte, montaje y desmontaje.
- **Costos Variables:** Los determina la cantidad de asistentes al evento, entre ellos:
- Brazaletes.
 - Materiales fungibles.
 - Personal de seguridad y limpieza
- **Imprevistos:** Se debe solicitar un 10-15 por ciento por encima del presupuesto debido a los posibles imprevistos que puedan surgir durante la organización del evento; así como que le confiere un poco de flexibilidad al momento de cubrir cualquier necesidad específica y que no esté en los planes iniciales. Todo este tipo de ajustes, deben ser planteados al cliente, para evitar confusiones y de manera que esté al tanto de que la empresa, cumpliendo con sus valores deber ser responsable de los ajustes necesarios

Tabla N° 2. Presupuesto estimado

Concepto	Gasto
Espacio para el evento	
Alquiler	€
Aspecto Legales y Administrativos	
Seguros	€

Legalidades	€
Personal Técnico	
Personal de Desinfección	€
Personal montaje y desmontaje	€
Personal para limpieza	
Personal de protocolo	€
Personal de Seguridad	
Músicos	€
Materiales	
Materiales Varios	€
Gastos Varios	
Alojamiento	€
Transporte	
Total de Inversión Evento	€

Fuente: Elaboración Propia

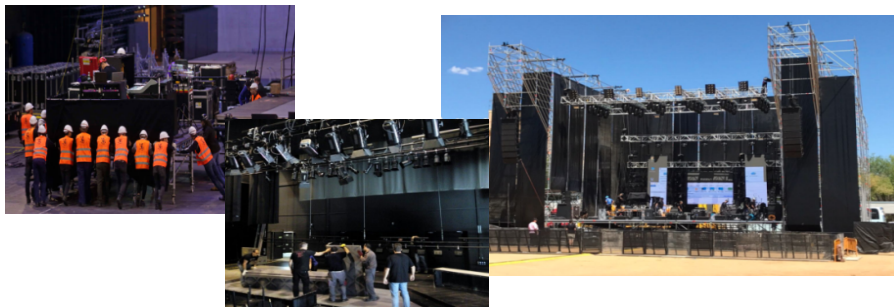
- Y una vez aprobado, lo anterior, se procede a la etapa de producción, donde se trata de la organización real de la propuesta final.

Una vez presentado el proyecto y es aprobado por el cliente, todo previsto en el presupuesto y ajustado a todas las necesidades de la agencia de evento, se comienza la etapa de producción. Todo lo que una vez fue diseñado en la fase creativa y de preproducción debe estar contemplado con los recursos, proveedores, presupuesto y el tiempo disponible para su ejecución. La producción, es la puesta en marcha y/o ejecución de las actividades definidas en la planificación.

Este período o fase está compuesto por el montaje, realización del evento y el desmontaje del mismo, en donde el cliente ha aceptado el proyecto planteado y firmado el presupuesto. La producción se divide en:

- Cierre de proveedores; que en este caso en particular se debe confirmar a los colaboradores y la renegociación del presupuesto, dado a que por ser una empresa nueva contará con un capital reducido, y por ende también se requiere el patrocinio por parte de proveedores o empresas de gran trayectoria.
- Montaje; aquí se habla de ejecutar todo lo planeado y preparado con anterioridad, en donde se requerirá de maquinarias y equipos especiales, así como de contar con todo el personal para ejecutar el paso a paso del plan. Se considera tener un espacio que sea para reunir al personal y donde se pueda controlar lo que suceda, como los montajes de escenarios, backstage, camerinos, oficinas, sonido e iluminación, entre otros.

Ilustración N° 6. Montaje de escenarios



Fuente: Escenarios. Recuperado de: <https://www.eventfri.com/servicios-alquiler/escenarios/>

- Evento; es el plan puesto en marcha, donde se dispone de todo para la ejecución de lo solicitado por el cliente, es donde se debe tener el tiempo disponible para poder solucionar cualquier tipo de incidencia que pueda surgir durante el evento.
- Desmontaje; en donde se deshace lo hecho, donde se deja el espacio tal y como fue entregado, se realizan el mismo día del evento, aunque por la magnitud del evento puede demorar un máximo de dos días. Para ello se debe considerar disponer del personal de desmontaje, carga y descarga para poder almacenar todo el equipo y utilería usada.
- Conclusión – Cierre – Post Producción; una vez finalizado el evento y ya con unos días de diferencia es donde se tiene la realimentación o feedback por parte del cliente; para ello es necesario comunicarlo tanto a los proveedores como al equipo de colaboradores. Es el cierre definitivo del presupuesto y la relación con el cliente.

En cuanto a la parte jurídica o legal, todo evento debe consignar cierta documentación para la obtención de licencias y permisos para poder ejecutarlo; para ello se debe considerar las normativas y leyes de cada comunidad autónoma, para el caso en particular se debe considerar lo siguiente:

- Contrato entre la agencia de eventos y el lugar o recinto para la ejecución de evento.
- Certificado de seguro de responsabilidad civil; según ley 14/2010 de 03 de diciembre, de espectáculo públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos, correspondiente a la comunidad Valenciana.

- Certificado de fin de obra de seguridad de la instalación eléctrica.
- Plan de autoprotección, en donde por ejecutar el evento en espacio libre, se requiere un análisis de riesgo, implementación de seguridad o medios de protección, además de la puesta de atención de emergencias al público.

Así mismo, la administración del establecimiento que se utilizara para el evento solicitara ciertos requisitos que la empresa encargada en el mismo debe consignar, entre los cuales tenemos:

Mínimo 30 días antes del inicio del montaje:

- Datos del autorizado (Razón social, CIF, domicilio, entre otros.).
- Escritura de poderes del representante del autorizado.
- Fotocopia del DNI del firmante.

Mínimo 20 días antes del inicio del montaje:

- Póliza de seguro de Responsabilidad Civil (clausulado y justificante de pago del período vigente, se adjuntará documento que especifica condiciones que debe de tener el seguro en función del montaje).
- Memoria técnica del evento y/o proyecto visado (que entre otras cosas deberá incluir detalle de la organización y celebración del evento, descripción del montaje, listado de empresas que participan en la organización, horarios de montaje, evento y desmontaje, plan de autoprotección, plan de emergencias).

Mínimo 10 días antes del inicio del montaje:

- Documento que acredite la contratación de los servicios de limpieza y gestión de residuos detallando los servicios contratados.
- Justificante de pago de la tarifa y de la fianza (la fianza se establecerá en función del montaje).

Antes del evento:

- Licencia de actividad emitida por el órgano competente.

En términos generales la administración de la Marina de Valencia cuenta con una normativa a ser aplicada en todos sus espacios y deben ser cumplidas por todos los arrendatarios que deseen gozar de las instalaciones. Las condiciones generales que tiene la marina de valencia son:

Aforo

El aforo vendrá determinado por la superficie útil del local o espacio, diferenciada por usos y los coeficientes de ocupación que resulten de aplicación del Código Técnico de la Edificación, Documento Básico SI.

Horario

El alquiler de los espacios empieza a las 8:00 horas y se extiende hasta la 1:30 horas si al día siguiente es un día festivo o 00:30 si al día siguiente el laborable.

Limpieza y gestión de residuos

Los espacios se entregan limpios y se tienen que devolver en las mismas condiciones de limpieza. El promotor del evento podrá contratar con la empresa que considere, pero deberá entregar documento que acredite la contratación de los servicios de limpieza y gestión de residuos detallando los servicios contratados, (personal, horarios, frecuencias) para la limpieza y gestión de residuos generados el evento.

En casi todos los espacios existen puntos de recogida de residuos en el entorno, a nivel general, es en estos puntos donde se deberá establecer el punto de recogida del evento. La empresa contratada para la gestión de residuos deberá proveer al evento contenedores para dicho punto.

Condiciones para el montaje

El montaje tiene que ajustarse a la documentación aportada para la firma de la autorización. En ningún caso se podrán sujetar elementos a la estructura del edificio y no se podrá perforar, pintar o realizar cualquier otra modificación a las infraestructuras en ninguno de los espacios.

El montaje y el desmontaje tendrán que hacerse siguiendo las instrucciones de acceso, carga y descarga del Consorcio Valencia 2007. No se podrá manipular ningún cuadro técnico, cualquier variación, conexión, la cual deberá hacerla el personal de mantenimiento de la marina previo consentimiento del CV07.

En los eventos que así se determine, antes de iniciarse el montaje, el responsable del evento revisará el espacio a usar junto con personal de mantenimiento del

Consortio Valencia 2007 acordando en un acta el estado de las instalaciones, lo mismo se hará una vez finalice el desmontaje para determinar los desperfectos derivados del evento.

Seguridad

La seguridad supone un coste adicional al alquiler del espacio. Podrá contratarse con la empresa que el promotor decida siempre que cumpla con la legislación en materia de seguridad privada, pero deberá informar al CV07 de la empresa que vaya a realizar el servicio. El contratista será responsable de la seguridad de sus instalaciones durante el evento, su montaje y desmontaje.

Tipo de eventos

Los eventos podrán ser de empresa, de fomento del emprendimiento, culturales, vecinales, deportivos, náuticos y familiares.

Música

La emisión de música deberá ajustarse a la legislación vigente, la cual está regulada bajo la Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido, la cual tiene como objetivo el de prevenir, vigilar y reducir la contaminación acústica, para disminuir las consecuencias que los decibeles puedan generar en la salud humana, bienes y medio ambiente.

Así mismo, cabe mencionar que cualquier irregularidad denunciada por parte de los vecinos (barcos amarrados, locales vecinos y vecinos residentes), el Consorcio Valencia 2007 podrá obligar al responsable del evento a apagar la música de manera inmediata.

Subcontratación de servicios

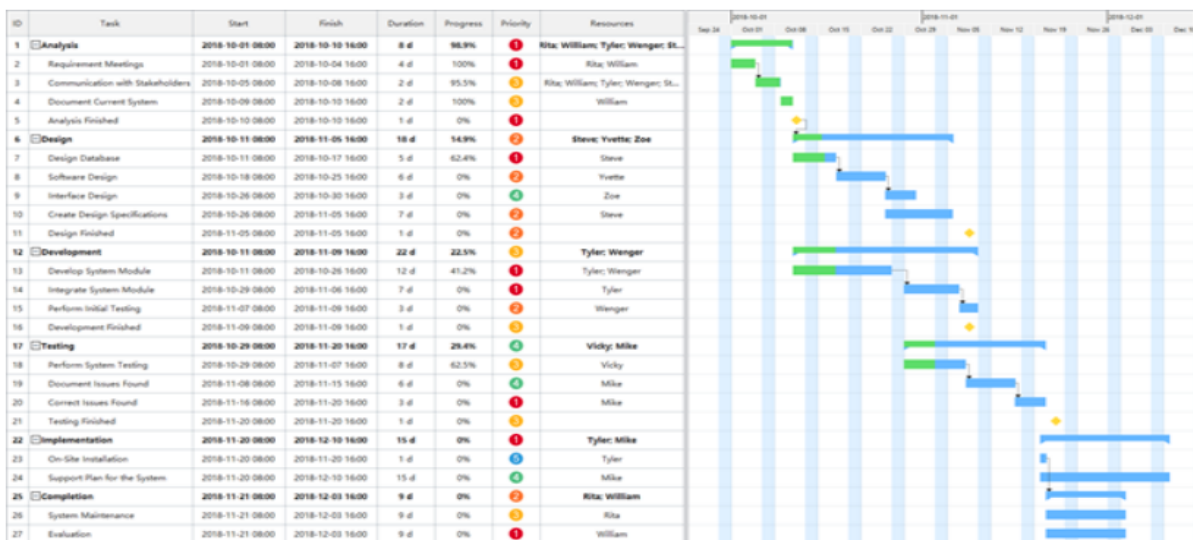
Se podrá contratar a cualquier empresa para la prestación de cualquier servicio necesario (catering, iluminación, imagen y sonido).

Plan de autoprotección y emergencias

La marina de Valencia dispone de un plan de autoprotección a disposición del organizador de los eventos para poder adaptar su plan de autoprotección y emergencias caso de necesidad.

Para lograr una mejor y detallada planificación se debe tener presente un cronograma de ejecución para recoger el plan de trabajo o el denominado retrotiming; siendo el más adecuado los Diagramas de Gantt, dado a que es adaptable a cualquier proyecto. Es una línea de tiempo, que hace sencillo la toma de decisiones y cumplimiento de los objetivos trazado.

Ilustración N° 7. Diseño de Diagrama de Gantt



Fuente: Ejemplo sencillo de Diagrama de Gantt. Recuperado de:

<https://www.edrawsoft.com/es/gantt-chart-examples.html>

4.6 Plan Financiero

En relación a los recursos necesarios para llevar a cabo este evento se debe tener en cuenta el costo de alquiler en donde se realizará el mismo, la adecuación de las zonas para que este cuente con las condiciones mínimas de funcionamiento y los equipos técnicos necesarios para mantener un evento de alta calidad.

Se ha determinado que la zona donde se realizara es la Marina de Valencia, la cual cuenta con condiciones especiales y muy específicas para la realización de eventos músicas y festivales como es el caso. Entre las tarifas que se manejan por concepto de arrendamiento para conciertos y festivales tenemos:

Tarifa para conciertos y festivales

- Se considerará concierto el espectáculo con 4 horas de emisión de música y se le aplicarán las tarifas y descuentos como hasta la fecha. La tarifa de conciertos y festivales incluye 4 días en total para montaje y desmontaje. Cualquier día adicional se pagará a la mitad de la tarifa.
- Se considerará festival el espectáculo musical con más de 4 horas de emisión musical.

En el caso de ser considerado el evento como festival se partirá de la tarifa de concierto y se añadirán dos consideraciones más:

Tarifa de concierto

- 0,5€ por m² como canon fijo y 0,5€ por entrada vendida descontando la parte satisfecha por concepto fijo, no pudiendo ser <0.

Extra por festival:

Horas de duración del festival por día

En este caso se calculará un suplemento por cada hora adicional de emisión musical por encima de 4 horas que se calculará en función de los m2 de ocupación y horas de emisión musical:

- 0,05€/m2/hora adicional desde 4 hasta 8 horas.
- 0,075€/m2/hora adicional desde 8 a 12horas.
- Más de 12 horas de música no está permitido.

La emisión musical no podrá finalizar más tarde de la 1,30h de la madrugada.

Aforo del festival:

En este caso se calculará suplemento en función del aforo solicitado.

- Hasta 4.000 personas no hay suplemento.
- Entre 4.000 y 8.000 personas 0,5€ por persona (por el exceso sobre 4.000).
- Entre 8.000 y 12.000 personas 0,75€ por persona (por el exceso sobre 8.000).
- Entre 12.000 y 18.000 personas 1€ por persona (por el exceso sobre 12.000).

Se incluye en la tarifa 4 días de montaje/desmontaje. Cualquier día adicional se pagará a la mitad de la tarifa.

Forma de pago

Se abonará el 10% para la reserva en firme, un mes antes del evento se formalizará el contrato abonando el 50% del presupuesto a la firma del mismo y en la semana anterior al evento se abonará el 40% restante.

Política de cancelación

- El 10% correspondiente a la reserva si se cancela antes de tres meses del evento.
- El 25% a partir de 3 meses antes del evento.
- El 50% 1 mes antes del evento.
- Tal indemnización ascenderá hasta el 75% en caso de cancelación dos semanas antes de la fecha del comienzo del acto o evento.
- Y a 100% en caso de la cancelación una semana antes de tal fecha.

Por otra parte, para la realización de este tipo de eventos o festivales se debe considerar el uso de Seguros de Responsabilidad Civil de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas, lo cual está contemplado bajo la Ley 14/2010, de 3 de diciembre; en donde se estipula que las personas físicas o jurídicas, públicas o privadas, promotoras que organicen espectáculos públicos de forma ocasional deberán suscribir el oportuno contrato de seguro de responsabilidad civil. Esta ley es aplicable a todas aquellas actividades que se consideren espectáculos públicos, incluyendo el uso de especies animales, teniendo la única excepción las fiestas taurinas, las cuales se rigen por una normativa específica.

Para este estudio en específico se consideran las pólizas de carácter temporal, en donde las mismas se contratan para cubrir un espectáculo concreto, en donde se cubre específicamente el evento, coberturas y ámbito geográfico contratado para tal fin.

Estas pólizas tienen cobertura para lo siguiente:

- La responsabilidad civil de explotación de la actividad de la compañía.
- La responsabilidad civil patronal, es decir los Accidentes laborales de los empleados de la empresa.
- El uso de maquinaria, aparatos e instalaciones de carga y descarga propiedad del riesgo asegurado, siempre que sean utilizados por personal empleado.
- Los gastos de defensa jurídica y fianzas judiciales.
- Responsabilidad Civil Subsidiaria de Subcontratistas.

Para la realización del evento se deben contemplar otra serie de gastos que son necesarios, para poder ofrecer unas condiciones óptimas para el público y los artistas que han de presentarse en el evento. Entre estas actividades destacan: Seguros, Personal Técnico, Personal de Desinfección, Personal de montaje y desmontaje, Personal para limpieza, Personal de protocolo, Personal de Seguridad, Músicos, Alojamiento y Transporte; las cuales tendrán un costo aproximado que se detallara en la tabla 3.

Tabla N° 3. Inversión total del evento

Concepto	Inversión Total
Espacio para el evento	
Sanitarios	2.000,00 €
Alquiler de espacios	18.030,00 €
SUB-TOTAL	20.030,00 €
Aspecto Legales y Administrativos	
Seguros	1.500,00 €
Legalidades	1.250,00 €
SUB-TOTAL	2.750,00 €
Personal Técnico	
Personal de Desinfección	1.000,00 €
Personal montaje y desmontaje	1.000,00 €
Personal para limpieza	1.600,00 €
Personal de protocolo	1.600,00 €
Personal de Seguridad	2.560,00 €
Músicos	5.000,00 €
SUB-TOTAL	12.760,00 €
Materiales	
Materiales Varios	180.000,00 €
SUB-TOTAL	180.000,00 €
Gastos Varios	
Transporte	1.500,00 €
SUB-TOTAL	1.500,00 €
Total de Inversión Evento	217.040,00 €

Fuente: Elaboración Propia (2021)

Las entradas del evento tendrán un valor específico, y dependerá de la zona en donde se encontrará ubicado el público asistente, quedando las zonas clasificadas de la siguiente manera:

Tabla N° 4. Ingreso estimado

Localidad	Cantidad de entradas	Precio unitario	Total
GOLDEN CIRCLE	2000	20,00 €	40.000,00 €
PISTA	3000	17,00 €	51.000,00 €
GRADA 0	8000	15,00 €	120.000,00 €
GRADA 1	12000	10,00 €	120.000,00 €
TOTAL			331.000,00 €

Fuente: Elaboración Propia (2021)

5. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En cuanto a los gastos se observa que el costo del arrendamiento del espacio es elevado con respecto a los demás gastos generados para la ejecución del evento; lo cual se debe a las condiciones estipuladas, de índole administrativas por parte las autoridades de la Marina de Valencia. Por otra parte, los gastos a ser generados por parte del personal técnico, materiales, legalidades y pólizas, representan un presupuesto de menor impacto, dado a que sus montos pueden ser manejados de forma más sencilla por parte de la empresa, así como los posibles aportes obtenidos por parte de los patrocinadores y/o los servicios que puede prestar la locación para mitigar estos gastos.

En relación con los ingresos, se obtuvieron cifras significativas gracias a la cantidad de aforo ofertado, lo que genera una cifra manejable para subsanar los costos que

generaría la ejecución del evento, obteniendo una ganancia por parte de la empresa de un 30% aproximadamente.

Para aumentar los niveles de ingresos, se puede contemplar la posibilidad de la búsqueda de un agente patrocinador, el cual pueda generar un aporte un pequeño ingreso bien monetario y/o otorgándole al evento la publicidad necesaria para lograr un mayor impacto en la población, así como poder publicitar los diversos servicios o productos que oferte.

6. CONCLUSIONES

Para finalizar el estudio realizado se destacan las siguientes conclusiones:

- En cuanto al macroentorno, mediante el análisis realizado, los factores tanto políticos como económicos representan una amenaza, debido a la situación de crisis que se ha mantenido en el país y sumado a la situación de la pandemia del SARS-CoV 2.

Todo esto ha repercutido en gran porcentaje al sector, dejándolo en un punto que requiere modificar sus principios básicos para poder apuntalar a un crecimiento potencial. Entre ellos, está:

- Considerar ciertos protocolos de seguridad para disminuir el número de contagios en la población.
 - Adecuarse a ciertas tecnologías, las cuales permitan a los usuarios o a la población en general de disfrutar de una sana recreación sin menospreciar el talento que requiere el sector.
- Por otra parte, el microentorno menciona que este tipo de crisis bien económicas y/o políticas, originan ciertos emprendimientos por parte de pequeñas y medianas empresas que aportan cierto porcentaje de actividad a pesar de las condiciones mencionadas en el macroentorno.

Es por ello por lo que las empresas ya existentes y las emergentes se valen de ciertas estrategias para convencer al público y a la población en general de apostar por los servicios que las mismas pueden ofrecer.

En el caso particular de este estudio, la planificación y organización de eventos se puede dar estando en diversas situaciones en las que se encuentre el cliente en específico.

Así mismo, este proyecto respondió a las necesidades existentes en el campo de la planificación de un evento específico, en donde se planteó la necesidad de conocer qué tipo de cliente se presentaba, las características y aspectos básicos para el montaje de dicho evento, así como de los aspectos financieros necesarios para la realización de este, bajo las condiciones otorgadas por el cliente.

- Una vez conocida la matriz DAFO, se puede concluir que el establecimiento de una empresa de eventos debe cumplir con ciertos aspectos necesarios para la consolidación de esta.

La forma jurídica de la empresa es de gran importancia, debido a que desde este punto se da a conocer el tipo de sociedad, el capital con el que contarán los socios, las responsabilidades de los mismos, así como las responsabilidades tributarias y otras legalidades que deben tener al momento de la puesta en marcha de las actividades económicas de la empresa.

- A nivel de la propuesta establecida en dicho estudio, se conoce que la ejecución de un evento cuenta con ciertas etapas o niveles que se deben cumplir para tener éxito en el mismo, y así poder satisfacer las necesidades que presenta el cliente. Se requiere de una planificación estratégica, en donde la empresa debe presentar sus opciones y que estas se adecuen al presupuesto del usuario, entre ellos está la selección del lugar para el evento,

cantidad de materiales necesarios para la puesta en marcha, el aporte necesario que deben realizar cada uno de los que conforman el personal de apoyo para la pre y producción del evento, así como la elaboración y adecuación del presupuesto necesario para la ejecución, y por último contar con la etapa de la realimentación para la empresa, donde se conoce lo acertado que fueron las decisiones tomadas por parte de la organización.

- A nivel financiero, se denotaron los aspectos más resaltantes para la puesta en marcha del evento, los cuales se obtuvieron en la etapa de planificación, en donde se plantean los costos fijos y variables necesarios para llevar a cabo dicho evento.

Además, se obtuvo la cantidad de ingresos estimados por concepto de la cantidad de entradas que se deciden vender al momento del evento.

7. BIBLIOGRAFÍA

Cordero, G. (2016) La organización de eventos como herramienta de comunicación interna: Avon Cosmetics España. Recuperado de: https://www.academia.edu/42904590/TRABAJO_FIN_DE_GRADO_LA_ORGANIZACION_DE_EVENTOS_COMO_HERRAMIENTA_DE_COMUNICACION_INTERNA_AVON_COSMETICS_ESPAÑA_Alumna_Lucy_Cordero_Lpez_Tutora_Gloria_Jimenez_Mar_12_de_Septiembre_de_2016

Emprendedores. (2012). El análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro. (En línea). Disponible en: <http://www.emprendedores.es/gestion/como-hacer-un-dafo>

Instituto de Salud Carlos III. «COVID-19 - Documentación y datos». Recuperado de:
<http://www.cnecovid.isciii.es>

Marigil, A. (2016). Plan de Empresa: Empresa de Organización de eventos. España.
Recuperado de: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/72097/MARIGIL%20-%20Plan%20de%20empresa%3A%20Agencia%20de%20organizaci%C3%B3n%20de%20eventos.pdf?sequence=3>

Ministerio de Industria, Comercio y Turismo de España (2020) Empresa: Creación y puesta en marcha. Recuperado de:
<http://www.ipyme.org/Publicaciones/CreacionEmpresas.pdf>

Núñez, J. (2011). La Aplicación del Marketing en los despachos de Abogados. Revista De Derecho UNED, (9), 237-243.
<http://revistas.uned.es/index.php/RDUNED/article/download/11076/10604>

Retos Directivos. (2015). El análisis PEST, una herramienta para planificar tu estrategia. (En línea). Disponible en: <http://retos-directivos.eae.es/el-analisis-pestuna-herramienta-para-planificar-tu-estrategia/>

Secretaria General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. (2009). Elección de la forma jurídica. Disponible en:
<http://www.ipyme.org/esES/DecisionEmprender/FormasJuridicas/Paginas/FormasJuridicas.aspx>

Retos directivos. (2015). Habilidades directivas imprescindibles para la empresa. Disponible en: <http://retos-directivos.eae.es/habilidades-directivasimprescindibles/>

Tapia, J. (2010) Plan de negocios para una empresa de Organización de Eventos y Recepciones. Ecuador. Recuperado de:
<https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2907/1/td4380.pdf>

8. NORMATIVA LEGAL

Ley 14/2010, de 3 de diciembre, de espectáculos públicos, actividades recreativas y establecimientos públicos. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-20014-consolidado.pdf>

Ley 37/2003, de 17 de noviembre, del Ruido. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2003/BOE-A-2003-20976-consolidado.pdf>

Ley 7/2003, de 01 de abril, de la sociedad limitada Nueva Empresa por la que se modifica la Ley 2/1995, de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. Recuperado de: <https://www.boe.es/boe/dias/2003/04/02/pdfs/A12679-12689.pdf>

Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios. Recuperado de: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-15595

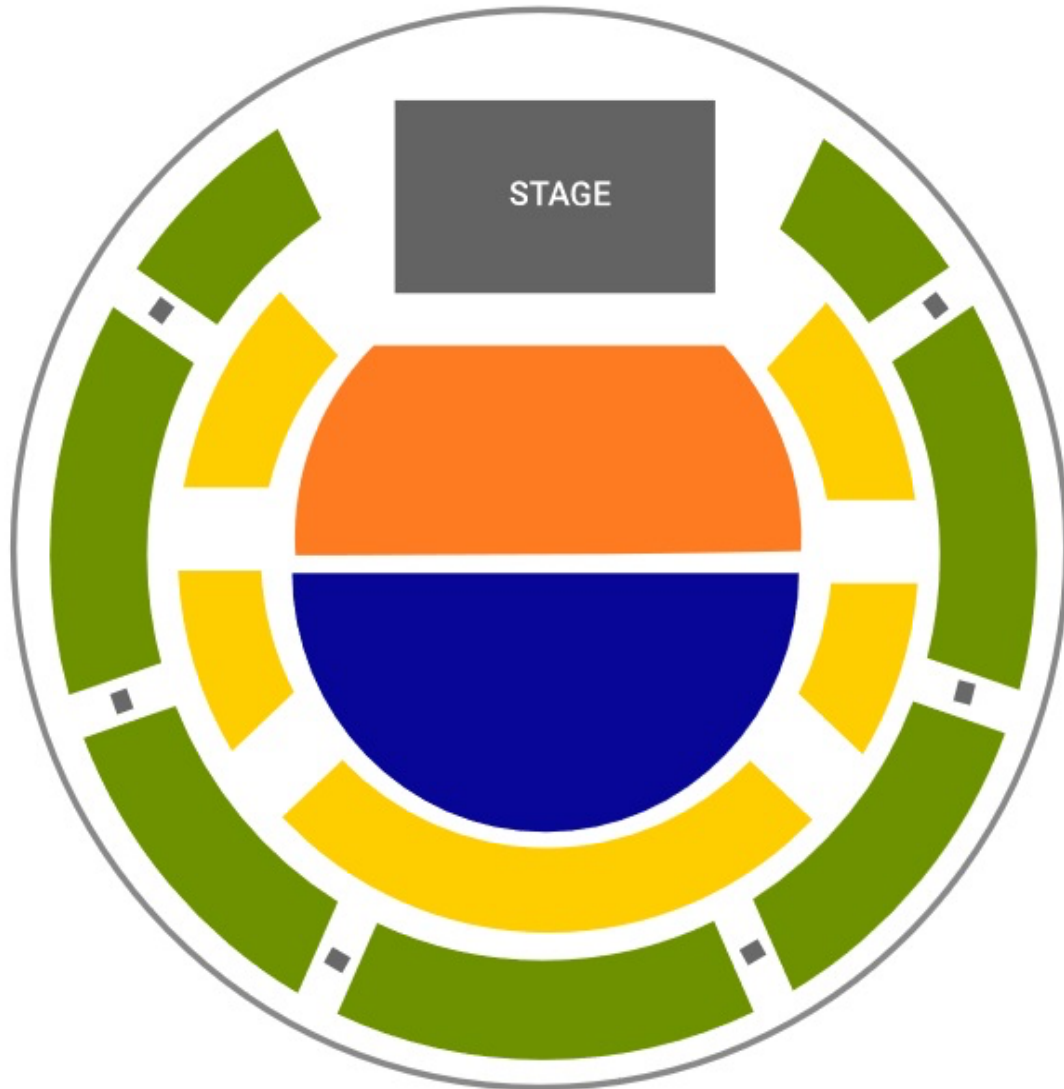
Ley 6/2017, de 24 de octubre, de Reformas Urgentes del Trabajo Autónomo. Disponible en: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2017-12207

Real Decreto 171/2004 del 30 de enero, de Prevención de Riesgos Laborales, en materia de coordinación de actividades empresariales. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2004/BOE-A-2004-1848-consolidado.pdf>

Real Decreto 463/2020, de 14 de marzo, Estado de alarma para la gestión de la situación de crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19. Recuperado de: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2020/03/14/463/dof/spa/pdf>

Real Decreto legislativo 1175/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueban las tarifas y la instrucción del Impuesto sobre Actividades Económicas. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1990-23930>.

9. ANEXOS



GOLDEN CIRCLE
PISTA
GRADA 0
GRADA 1

ANEXO

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



Reflexión sobre la relación del TFG con los ODS en general y con el/los ODS más relacionados.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 objetivos aprobados por la ONU en el año 2015, los cuales forman la Agenda 2030.

El objetivo principal de los ODS es avanzar en la sociedad mediante la ayuda de todos los ciudadanos para erradicar la pobreza, combatir contra el cambio climático, lograr una mejora de la educación y conseguir la igualdad de la mujer, entre otros factores.

En la actualidad, dichos objetivos no avanzan a la velocidad esperada, aunque existen muchas zonas en las que se está progresando adecuadamente para poder cumplirlos a tiempo.

En relación con el presente trabajo, los ODS relacionados con el mismo son:

- Objetivo 8 (Trabajo decente y crecimiento económico): Promover el crecimiento económico inclusivo y sostenible, el empleo y el trabajo decente para todos

Un trabajo decente y un crecimiento económico, ayuda a originar empleos y esto conlleva a una mejora en el modelo de vida de las personas.

El COVID-19 ha puesto en peligro la economía de muchos países, el Fondo Monetario Internacional (FMI) pronostica una recesión a nivel mundial igual de mala o peor que la que sucedió en 2009.

Las consecuencias de dicha situación las están sufriendo y continuarán sufriendolas en un futuro las personas más pobres. Por este motivo, es necesario poner en prácticas unas ayudas públicas a estas personas para que no caigan en la marginación y exclusión social y colaboren con el desarrollo del crecimiento económico del país mediante la contratación y desempeño de un empleo digno.

- Objetivo 11 (Ciudades y comunidades sostenibles): Lograr que las ciudades sean más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles

Las ciudades son centros primordiales del crecimiento económico y cada vez se encuentra más abarrotada de gente.

La rápida urbanización está provocando un aumento de habitantes en los barrios pobres, infraestructuras y servicios inadecuados y sobrecargados (como las carreteras), lo cuál esta empeorando la contaminación del aire y el crecimiento urbano

Las ciudades se encuentran en la primera línea de la lucha contra el COVID-19 y sus efectos a largo plazo. Por ello, el impacto de la pandemia será mayor en las zonas urbanas pobres y altamente pobladas.

- Objetivo 12 (Producción y consumo responsables): Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

El progreso económico y social conseguido durante muchos años ha estado acompañado de una degradación medioambiental que pone en peligro los mismos sistemas de los que depende el desarrollo de nuestro futuro.

La pandemia de la COVID-19 ofrece a los países la oportunidad de elaborar planes de recuperación que reviertan las tendencias actuales y cambien nuestras pautas de consumo y producción hacia un futuro más sostenible.

El consumo y la producción sostenibles consisten en hacer más y mejor con menos. Se trata también de desvincular el crecimiento económico de la degradación medioambiental, promover estilos de vida sostenibles y aumentar la eficiencia de recursos.

El consumo y la producción sostenibles también pueden contribuir de manera sustancial a la moderación de la pobreza y a la transición hacia economías sostenibles y con bajas emisiones de carbono.