EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Matamoros

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS:

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS PARA UNA PLATAFORMA DIGITAL DE EVENTOS SOCIALES”

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

PRESENTA:

MARIA GUADALUPE SANTIAGO CHIMAL

DIRECTOR DE TESIS

DRA.ILEANA GUZMAN PRINCE

H. Matamoros, Tamaulipas, México junio del 2024

Excelencia en Educación Tecnológica®
Tecnología es progreso®

EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Matamoros

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS:

“DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS PARA UNA PLATAFORMA DIGITAL DE EVENTOS SOCIALES”

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

PRESENTA:

MARIA GUADALUPE SANTIAGO CHIMAL

DIRECTOR DE TESIS:

DRA. ILEANA GUZMAN PRINCE

ASESORES:

MAI. MIGUEL ANGEL MEDINA ALVAREZ

DR. DANIEL GONZALO GALVAN RODRIGUEZ

H. Matamoros, Tamaulipas, México junio del 2024

Excelencia en Educación Tecnológica®
Tecnología es progreso®

Cesión de derechos

AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE AUTOR OTORGADO POR

Maria Guadalupe Santiago Chimal , mayor de edad, con domicilio ubicado en Campestre del rio 2, calle: Rio pilón 6, en mi calidad de titular y autor de la tesis denominada Diseño de modelo de negocios para una plataforma digital de eventos sociales quien para todos los fines del presente documento se denominará **EL AUTOR Y/O TITULAR**, suscribo el presente documento de autorización de uso de derechos patrimoniales de autor a favor del Instituto Tecnológico de Matamoros el cual se regirá por clausulas siguientes:

PRIMERA – AUTORIZACIÓN: EL AUTOR Y/O TITULAR, mediante el presente documento autoriza la utilización de los derechos patrimoniales de autor al Instituto Tecnológico de Matamoros, de la tesis denominada Diseño de modelo de negocios para una plataforma digital de eventos sociales, a través del Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México (en lo sucesivo TecNM) y en el Repositorio Nacional, que puede ser consultado en la liga electrónica: (https://www.repositorionacionalcti.mx/).

SEGUNDA - OBJETO: Por medio del presente escrito, **EL AUTOR Y/O TITULAR** Autoriza al Instituto Tecnológico de Matamoros, a través del Repositorio Institucional del Tecnológico Nacional de México (en lo sucesivo TecNM) y en el Repositorio Nacional para que de conformidad con la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de la Propiedad Industrial, use los derechos del documento antes referido, con fines exclusivamente académicos.

TERCERA - TERRITORIO: Los derechos aquí Autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna.

CUARTA – ALCANCE: La presente autorización se da tanto para formato o soporte material, y se extiende a la utilización en medio óptico, magnético, electrónico, en red, mensajes de datos o similar conocido o por conocer, del ejemplar o número respectivo de la publicación.

QUINTA – EXCLUSIVIDAD: La autorización de uso aquí establecida no implica exclusividad en favor del Instituto Tecnológico de Matamoros. Por lo tanto **EL AUTOR Y/O TITULAR** en su carácter de autor de la obra objeto del presente documento se reserva el derecho de publicar directamente, u otorgar a cualquier tercero, autorizaciones de uso similares o en los mismos términos aquí acordados.

SEXTA - DERECHOS MORALES (Créditos y mención): La Autorización de los derechos antes mencionados no implica la cesión de los derechos morales sobre los mismos por cuanto en conformidad con lo establecido en los artículos 18, 19, 20, 21, 22 y 23 de la Ley Federal de Derechos de Autor, dada la cuenta que estos derechos son inalienables, imprescriptibles, irrenunciables e inembargables. Por lo tanto, los mencionados derechos seguirán radicados en cabeza de EL AUTOR Y/O TITULAR, y siempre deberá mencionarse su nombre cuando se utilice la obra.

SÉPTIMA - AUTORIA: EL AUTOR Y/O TITULAR, declara y ratifica que el material objeto de la presente y fue realizada por él (o ella) sin violar o usurpar derechos de Propiedad Intelectual de terceros.

H. Matamoros, Tamps. a 15 días del mes de octubre de 2024.

Autor de la Tesis	**Asesor de la Tesis**
María Guadalupe Santiago Chimal	Dra. Ileana Guzmán Prince
SACG980710MTSNHD07	GUPI690621MTSZRL08
Indicar Nombre CVU o CURP	**Indicar Nombre CVU o CURP**

Carta de No Plagio

Declaración de originalidad y no plagio

El, (La) que suscribe y firma la presente carta de originalidad, **Maria Guadalupe Santiago Chimal**, autor (a) de la Tesis: **"Diseño de modelo de negocios para una plataforma digital de eventos sociales"** para obtener el Título de ***Maestro en Administración Industrial***, declara que la tesis es una **obra original** que no infringe los derechos de propiedad intelectual.

El trabajo terminado fue sometido al Software ***Turnitin***, el cual mostró un porcentaje del 15% plagio, cumpliendo con el límite permitido por la institución.

Del mismo modo, asumo frente al Tecnologico Nacional de México/Instituto Tecnológico de Matamoros cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de la falta de originalidad de su contenido.

Atentamente

María Guadalupe Santiago Chimal

Nombre y firma del alumno

H. Matamoros, Tamaulipas a 16 de octubre de 2024

Oficio de liberación

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Matamoros
División de Estudios de Posgrado e Investigación

H. Matamoros, Tamaulipas a, 15/OCTUBRE/2024
OFICIO No.: 573/2024 D.E.P.I.

M.C. CLAUDIO ALEJANDRO ALCALÁ SALINAS
JEFE DE LA DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO
E INVESTIGACIÓN
PRESENTE

Por este conducto, le comunicamos que una vez efectuada la revisión individual del trabajo de tesis de la **C. MARÍA GUADALUPE SANTIAGO CHIMAL,** cuyo título es: **"DISEÑO DE MODELO DE NEGOCIOS PARA UNA PLATAFORMA DIGITAL DE EVENTOS SOCIALES"**, y habiendo realizado las observaciones pertinentes nos reunimos en la Sala de Juntas de la División de Estudios de Posgrado e Investigación [DEPI], para emitir **DICTAMEN,** el cual es **APROBADO.** Por lo cual nos permitimos autorizarla para que proceda a la impresión de la misma y pueda continuar con los trámites correspondientes, para la obtención del grado de Maestra en Administración Industrial.

ATENTAMENTE

DRA. ILEANA GUZMÁN PRINCE
DIRECTORA DE TESIS

M.I. MIGUEL ÁNGEL MEDINA ÁLVAREZ
MIEMBRO DEL COMITÉ REVISOR

DR. DANIEL GONZALO GALVÁN RODRÍGUEZ
MIEMBRO DEL COMITÉ REVISOR

c.c.p. Interesado(a).
c.c.p Servicios Escolares
c.c.p. Comité Revisor
c.c.p. Div. Est. de Posgrado/ Coordinación

Agradecimientos

Primeramente, quiero dar gracias a Dios por permitirme lograr realizar este proyecto, por ser mi guía diariamente y poner en mi camino todos los medios y personas necesarias para ir construyendo cada parte de esta tesis.

Agradezco a mi madre amadísima María Chimal Serapio por su plena confianza y apoyo incondicional para impulsarme a cumplir mis metas además de estar siempre conmigo en todo momento.

También mi gran agradecimiento a la estimada Dra. Ileana Guzmán Prince mi directora de tesis por su profesionalismo para asesorarme en todo momento y compartir sus múltiples conocimientos para destacar en mi investigación.

Muchas gracias a mis asesores de tesis el Dr. Daniel Gonzalo Galván Rodríguez y al Dr. Miguel Ángel Medina Álvarez por su gran disposición de apoyarme.

Finalmente expreso mi gratitud al Instituto Tecnológico de Matamoros y al Departamento de estudios de Posgrado por darme la oportunidad de estudiar la Maestría de Administración Industrial y de aprovechar de todos los recursos que nos brinda para desarrollarme personal y profesionalmente.

Resumen

Esta investigación tiene como objetivo el diseño de un modelo de negocio de una plataforma digital especializada en la organización de eventos sociales en la ciudad de Matamoros Tamaulipas.

El propósito es conocer el impacto positivo en la localidad además de identificar las necesidades y oportunidades de mejora entre los clientes y proveedores de eventos sociales.

La expectativa de esta plataforma digital además de simplificar el proceso de planeación de eventos es también contribuir a fortalecer la economía local promoviendo la colaboración entre clientes y proveedores de eventos sociales.

Palabras clave:

Plataforma digital, Búsqueda y selección de servicios, Proveedores de eventos sociales.

Abstract

This investigation seeks to design a business model of current trends and design development for the creation of a digital platform specialized in the organization of social events in the city of Matamoros Tamaulipas.

The purpose is to understand the positive impact in the city besides to identify the needs and improvement opportunities between customers and providers about social events.

The expectation of this digital platform, in addition to simplifying the event planning process, is also to contribute to strengthening the local economy by promoting collaboration between customers and social event providers.

Keywords:

Digital platform, Search and selection of services, Event providers.

Introducción

Actualmente, en la ciudad de Matamoros Tamaulipas, la planeación de eventos sociales implica una serie de desafíos en relación con la logística y a la necesidad de acceder a información que sea relevante y eficiente para la realización de estos.

En esta investigación del diseño de un modelo de negocios de una plataforma digital se presenta como un análisis sobre el impacto positivo que generaría con los clientes y proveedores de eventos sociales al contar con una, así como los rendimientos que generaría implementarla.

La plataforma digital busca consolidar una variedad de servicios y proveedores especializados en eventos sociales, asimismo proporcionar una plataforma intuitiva capaz de facilitar la toma de decisiones informadas para los clientes.

Asimismo, la integración de tecnologías actuales y la consideración de tendencias en diseño digital son aspectos clave en el desarrollo de esta solución la cual busca mejorar la eficiencia operativa, fomentar la colaboración y fortalecer la economía local impulsando la interacción entre clientes y proveedores de eventos sociales.

Este estudio tiene como visión transformar la manera en que se planifican y ejecutan los eventos sociales dentro de la región.

Índice

Contenido

Cesión de derechos 3

Carta de No Plagio 4

Oficio de liberación 5

Agradecimientos 6

Resumen 7

Abstract 8

Introducción 9

Índice 10

Contenido 10

CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL PROBLEMA 13

1.1. Descripción de la problemática 13

1.2. Planteamiento del Problema 13

1.3 Objetivos 13

1.3.1. Objetivo general 13

1.3.2. Objetivos secundarios 13

1.4. Hipótesis 14

1.4.1. Hipótesis general 14

1.4.2. Hipótesis secundarias 14

1.5. Justificación 15

1.5.1 Social 15

1.5.2 Económica 15

1.5.3 Tecnológica 15

1.5.6 Ambiental 15

1.6. Variables e indicadores 16

CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS 17

2.1. Marco Conceptual 17

2.2 Marco histórico 19

2.2.1 Inicio de las plataformas digitales 19

2.2.2 Evolución de las Plataformas digitales 19

2.2.3 Evolución de los eventos sociales 19

2.2.4 Importancia de los eventos sociales en la actualidad 20

2.2.5 Importancia de las plataformas digitales para los eventos sociales 20

2.3 Marco teórico 21

2.3.1 Características de un evento social 21

2.3.2 Tipo de eventos sociales 22

2.3.3 Importancia de realizar un evento social 23

2.3.4 Impacto del Covid-19 en la organización de eventos sociales 24

2.3.5 Marketing 25

2.3.6 Plataforma digital 29

2.3.7 Segmentación del mercado 32

2.3.8 Los millenials como clientes de eventos sociales 34

2.3.9 Proveedores de eventos sociales 35

2.3.10 Modelo de negocios 37

2.3.11 Modelo Canvas 39
2.4 Marco Legal 41
CAPÍTULO III METODOLOGÍA 42
3.1. Población o muestra 42
3.2 Tipo de estudio 42
3.3. Selección del instrumento 43
3.4. Procedimiento de recolección 43
3.5. Procedimiento de análisis de datos 44
CAPÍTULO IV RESULTADOS 45
4.1 Descripción de la propuesta de valor canvas 45
4.2 Necesidades del cliente 56
4.3 Necesidades de proveedores de eventos sociales 65
4.4 Diseño de plataforma digital 68
4.5 Estudio de factibilidad 68
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 69
5.0 Conclusión general 69
5.1 Conclusiones Clientes 69
5.2 Conclusiones Proveedor 70
5.3 Conclusiones Plataforma digital 70
5.4 Recomendaciones 71
FUENTES DE INFORMACIÓN 73
ANEXOS 75

CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la problemática

La planeación de eventos particularmente enfrenta desafíos significativos relacionados a la dispersión de la información y a la falta de acceso eficiente de servicios que sean seguros y especializados.

La inexistencia de una plataforma digital dedicada a la planeación de eventos implica la pérdida de tiempo valioso y dificultad para evaluar opciones de proveedores y servicios. Además de que la ausencia de un espacio específico que sea capaz de facilitar la relación entre organizadores y proveedores disponibles para la planeación de eventos sociales puede provocar que se pierdan oportunidades comerciales.

El estudio del impacto sobre una plataforma digital para la planeación de eventos sociales busca explorar todas estas problemáticas presentando una solución para mejorar la eficiencia en la organización de eventos sociales.

1.2. Planteamiento del Problema

¿Cuál sería el impacto de contar con una plataforma digital para eventos sociales?

1.3 Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Diseñar un modelo de negocios para una plataforma digital de eventos sociales.

1.3.2. Objetivos secundarios

1. Aplicar el uso del Modelo Canvas para identificar oportunidades y áreas de mejora entre proveedores y clientes de eventos sociales.
2.Realizar una investigación cualitativa de las necesidades para clientes de eventos sociales.
3.Realizar una investigación cualitativa de las necesidades para proveedores de eventos sociales.

4.Elaborar un Diseño de la Plataforma digital.

5.Presentar un estudio de factibilidad financiera de una plataforma digital.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

El diseño de un Modelo de negocios para la plataforma digital de eventos sociales facilita tener una mejor perspectiva de las necesidades de los clientes y proveedores, así como su factibilidad financiera que permitirá conocer el impacto positivo.

1.4.2. Hipótesis secundarias

1.El uso del modelo canvas ayuda a identificar oportunidades y áreas de mejora entre proveedores y clientes de eventos sociales con una mayor satisfacción de ambas partes, lo que resultará en una mejora en la calidad de los servicios.

2.La aplicación de una investigación cualitativa a los clientes de eventos sociales, permite conocer las necesidades específicas de los mismos.

3.La aplicación de una investigación cualitativa a los proveedores de eventos sociales permite conocer las necesidades específicas de los mismos.

4. La elaboración del diseño de la plataforma digital permite cumplir las expectativas y necesidades de los clientes.

5.La elaboración de un estudio de factibilidad financiera proporciona información relevante para conocer los rendimientos sobre la plataforma digital. (Ver anexo 4 y 5)

1.5. Justificación

1.5.1 Social

Una plataforma digital será un canal efectivo para dar a conocer y respaldar iniciativas locales y proyectos emergentes. Esto no solo impulsará la visibilidad de emprendedores locales sino también enriquecerá la oferta de servicios para los clientes de eventos sociales.

1.5.2 Económica

Una plataforma digital podrá aumentar la demanda y contratación de servicios locales generando flujo constante de ingresos en la localidad.

Los proveedores podrán destacar y competir en un mercado más amplio el cual los motivara a estar mejorando sus servicios continuamente siendo participes de una competencia amigable.

1.5.3 Tecnológica

El uso de tecnologías avanzadas que simplifiquen y agilicen los procesos de planificación de eventos sociales permitirá aumentar la eficiencia operativa para clientes y proveedores de eventos sociales.

Acceso en tiempo real donde los clientes podrán tomar decisiones informadas basadas en datos precisos y actualizados.

Una plataforma digital garantizara la seguridad la privacidad y la integridad de los datos.

1.5.6 Ambiental

La existencia de una plataforma digital reducirá la necesidad de publicidad impresa, también reducirá los desplazamientos físicos para reuniones y consultas lo que contribuirá a la disminución de gases contaminantes que se producen con el uso del transporte.

1.6. Variables e indicadores

Variable	Dimensión	Indicador
Independiente Diseño de plataforma digital	• Facilidad de acceso. • Interfaz de Usuario. • Inversión e ingresos.	• Tiempo promedio de carga. • Accesibilidad de la plataforma. • Estudio de factibilidad financiera.
Dependiente Aceptación por parte de proveedores y clientes.	• Relación entre clientes y proveedores. • Necesidades de clientes y proveedores.	• Modelo Canvas. • Encuestas.

CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Marco Conceptual

Plataforma Digital: : Una plataforma digital es un modelo de negocios habilitado por la tecnología que crea valor al facilitar intercambios entre dos o más grupos interdependientes.(F. Da Silva y G. Núñez et al., 2021)

Plataforma intuitiva: Tienen como objetivo ser comprendidas por el usuario instantáneamente sin necesidad de que este tenga que revisar una guía de inicio para usar la aplicación, programa, sistema, entre otros; esto mejora su experiencia y genera que él visite el sistema más seguido además de recomendárselo a sus conocidos, de esta manera el sistema crecerá y tendrá mayor cantidad de usuarios lo cual beneficia a los creadores.(Labrin, 2020)

Búsqueda y selección de proveedores: El propósito es establecer una lista de las empresas que fabrican los productos que nos interesan para solicitarles información y, luego, elegir la más adecuada a nuestros intereses.(MHEDUCATION, 2016)

Proveedores: Las personas o empresas que suministran productos o servicios a otras empresas. (MHEDUCATION, 2016)

Marketing Digital: Son acciones y estrategias publicitarias que se ejecutan en canales de internet, para potenciar tu negocio o marca de manera eficiente. (Torres, 2021)

Tendencia: Es una preferencia que se destaca hacia un fin y suele dejar su marca durante un periodo de tiempo.(Torres, 2021)

Personalización: Es el conjunto de estrategias y acciones que nos permiten ofrecer una oferta de productos y servicios personales y diferenciados para cada cliente.(Requena, 2022)

Intermediarios: Son aquellos que dan acceso, alojan, transmiten e indexan contenido, productos y servicios originados por terceros en internet o brindan servicios basados en internet a terceros.(PEREZ, 2021)

SEO: Corresponde a las siglas de Search Engine Optimization. Es la disciplina que analiza cómo una plataforma digital logra y conserva posiciones destacadas en las páginas de resultados naturales de los motores de búsqueda, conocidos también como resultados orgánicos o algorítmicos. (Iglesias-garc, 2016)

SEM: El marketing en motores de búsqueda, conocido como "Search Engine Marketing" (SEM), está relacionado con los procesos de búsqueda. Se define como un conjunto de acciones cuyo objetivo es mejorar la visibilidad de las páginas web en los resultados de búsqueda, utilizando como estrategia el SEO junto con otros instrumentos.(Juan y Alvarez, 2023)

Evento social: Un evento social es una reunión planificada de personas para disfrutar de algún tipo de acontecimiento, que puede incluir una amplia variedad de actividades sociales, como aniversarios, conferencias, fiestas, graduaciones, entre otros.(Agueda, 2022)

2.2 Marco histórico

2.2.1 Inicio de las plataformas digitales

En los años 90, comenzó la consolidación de lo que hoy conocemos como plataformas digitales. En esa fase inicial, el acceso y la creación de contenidos digitales por parte de los ciudadanos fueron los factores clave que impulsaron su rápida expansión y adopción social, especialmente entre el público joven.

2.2.2 Evolución de las Plataformas digitales

Durante la primera etapa de adopción de las plataformas digitales, se produjo la rápida expansión de empresas como eBay y Amazon, que consolidaron el comercio electrónico entre particulares e introdujeron los primeros sistemas de evaluación y calificación, posteriormente adoptados por diversas plataformas.

Según (Ferrer, 2018) los años 90 fueron cruciales en la evolución de las plataformas digitales, destacando la participación ciudadana, la generación colaborativa de contenidos y la apertura en el intercambio digital, factores que marcaron el rumbo de la tecnología en esa época y que continúan influyendo en la actualidad.

2.2.3 Evolución de los eventos sociales

Los primeros eventos de cumpleaños ocurrieron alrededor de 3000 años A.C y fueron las de los faraones. En 1681, en Roma, se llevó a cabo el primer congreso internacional de medicina, marcando el origen de las convenciones y congresos modernos por ser el primer evento bien organizado y estructurado. Tanto en la antigua Grecia como en el Imperio Romano, los banquetes eran eventos de la clase alta, principalmente por ocio y diversión, destacando las fiestas bacanales. Esto marcó la transición de comer solo en familia a reunirse con más invitados. En la Europa medieval, los eventos buscaban demostrar el alto estatus social. Los banquetes contaban con una mesa principal, otras mesas alrededor y un buffet central decorado con tapicería.

2.2.4 Importancia de los eventos sociales en la actualidad

Hoy en día, los eventos están presentes en todas las etapas de la vida. Se celebran eventos desde el nacimiento de una persona, como baby showers y bautizos, hasta su fallecimiento, con entierros y velatorios. La importancia de los eventos ha llevado a la proliferación de numerosas empresas especializadas en su organización, muchas de las cuales se enfocan en nichos específicos como bodas, eventos deportivos, y viajes de incentivo. Además, los eventos se han convertido en una fuente de riqueza para muchos países.

2.2.5 Importancia de las plataformas digitales para los eventos sociales

Las plataformas digitales ofrecen amplias opciones para la personalización de eventos. Los clientes pueden elegir entre una variedad de temas, decoraciones y actividades, adaptando cada detalle a sus preferencias personales. Las herramientas en línea permiten visualizar el evento y colaborar en tiempo real con otros miembros del equipo o proveedores, lo que enriquece la creatividad y precisión en la planificación.

La comunicación también se ha vuelto más eficiente gracias a las plataformas digitales ya que facilitan la coordinación con proveedores, invitados y otros participantes. Esto permite mantener a todos informados y hacer ajustes de última hora de manera rápida y efectiva.

En términos de promoción y marketing, las plataformas digitales son esenciales para llegar a un público más amplio

2.3 Marco teórico

Desde sus inicios, los eventos han sido esenciales para el crecimiento y desarrollo natural de la sociedad. Ya sea una fiesta, un concierto o una reunión, los eventos sociales permiten compartir momentos, conectar con otros. La importancia de los eventos ha llegado a tal punto que, hoy en día, pueden considerarse la columna vertebral de lo que entendemos como "vida social".

2.3.1 Características de un evento social

Como en cualquier tipo de evento, contar con una excelente capacidad de planificación, organización y coordinación es esencial. Además, los diversos tipos de eventos sociales requieren una gran creatividad y atención meticulosa a los detalles.

1. **Planificación previa**: Requiere una organización detallada y anticipada para asegurar que todos los aspectos del evento se desarrollen sin contratiempos.
2. **Objetivo claro**: Cada evento social tiene un propósito específico, como celebrar, educar, promover una causa, fortalecer relaciones, o comunicar un mensaje.
3. **Interacción social**: Facilita la interacción entre los asistentes, creando oportunidades para conocer a otras personas y establecer nuevas conexiones.
4. **Variedad de actividades**: Puede incluir diferentes tipos de actividades como discursos, presentaciones, entretenimiento, comidas y bebidas, y actividades recreativas.
5. **Creatividad**: Los eventos sociales suelen ser diseñados de manera creativa para atraer y mantener el interés de los asistentes.
6. **Atención a los detalles**: Los organizadores deben tener en cuenta todos los detalles, desde la decoración y el catering hasta la música y el programa de actividades.
7. **Ambiente adecuado**: El lugar y la atmósfera del evento son esenciales para crear la experiencia deseada para los asistentes.
8. **Comunicación eficaz**: Es fundamental comunicar claramente los detalles del evento a los invitados, incluyendo la fecha, hora, lugar y cualquier otra información relevante.

2.3.2 Tipo de eventos sociales

Bodas: Bodas con temáticas modernas o personalizadas, fiestas previas a la boda como despedidas de soltero/a.

Cumpleaños y Fiestas de Aniversario: Eventos de cumpleaños y aniversarios con un enfoque en la experiencia, como fiestas temáticas, cenas elegantes o eventos con entretenimiento en vivo.

Baby Showers y Eventos de Nacimiento: Son eventos para celebrar el próximo nacimiento de un bebé, con decoraciones y actividades creativas que reflejan las tendencias actuales.

Graduaciones: Son eventos de graduación con fiestas temáticas, cenas o eventos al aire libre que conmemoran logros académicos y profesionales.

Fiestas de Fin de Año y Eventos Estacionales: Eventos para celebrar el Año Nuevo, festividades locales y otros eventos estacionales con fiestas, conciertos o eventos comunitarios.

Días de San Valentín y Otros Días Festivos: Eventos especiales como cenas románticas para San Valentín, fiestas temáticas para Halloween o eventos festivos para Navidad.

Eventos de Reuniones y Reencuentros: Son eventos para reunir a amigos y familiares, como fiestas de reencuentro, reuniones de antiguos compañeros de escuela o de trabajo.

Eventos de Éxitos Personales y Profesionales: Son eventos para conmemorar logros personales, como aperturas de negocios, lanzamientos de proyectos o promociones laborales.

Eventos de Inspiración Cultural: Eventos que destacan y celebran la cultura local, como festividades tradicionales, eventos con música y danza folklórica, y ferias culturales.

Clasificación de los eventos

- **Evento pequeño** (entre 50 y 250 participantes)
- **Evento mediano** (entre 250 y 500)
- **Gran evento** (entre los 500 y hasta 2.000 participantes) y
- **Mega eventos** (más de 2.000 participantes)
- **Los mini eventos** (entre 35 y 45 participantes)

2.3.3 Importancia de realizar un evento social

Estas festividades fortalecen la comunidad al fomentar un sentido de pertenencia y cohesión entre los residentes, creando oportunidades para que las personas se conecten y colaboren. Además, al organizar eventos locales, se impulsa la economía regional al promover el gasto en negocios locales como restaurantes, tiendas y proveedores de servicios, lo que contribuye al desarrollo económico de la zona.

Los Eventos también juegan un papel crucial en la preservación y promoción de la cultura y las tradiciones locales. Al destacar y mantener vivas las prácticas y valores culturales, se asegura la continuidad de las tradiciones que definen la identidad de la comunidad.

2.3.4 Impacto del Covid-19 en la organización de eventos sociales

El impacto del COVID-19 en los eventos y eventos sociales fue profundo y transformador. Las restricciones impuestas para frenar la propagación del virus llevaron a la cancelación o posposición de muchos eventos importantes, como bodas, festivales y reuniones sociales, que solían ser grandes ocasiones de congregación.

Como señala la (Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), 2021)Para adaptarse a estas restricciones, muchos eventos se trasladaron al formato virtual, utilizando plataformas de videoconferencia para permitir a los participantes conectarse de manera remota. Esta transición al ámbito digital cambió considerablemente la experiencia de los eventos, ya que se implementaron nuevas normas de seguridad en los eventos presenciales, incluyendo el uso de mascarillas, medidas de sanitización, y reconfiguración de espacios para mantener el distanciamiento social.

El impacto económico también fue notable, con la cancelación y reducción de eventos afectando a numerosos proveedores de servicios relacionados, como catering, decoración y planificación de eventos. Estos negocios enfrentaron pérdidas económicas y desafíos financieros significativos debido a la disminución en la demanda.

Además, la pandemia llevó a un cambio en las prioridades de los organizadores, que ahora debían enfocarse más en la seguridad y salud de los participantes. Esta nueva realidad impulsó la adopción de eventos híbridos, combinando formatos virtuales y presenciales para llegar a una audiencia más amplia y adaptarse a las restricciones de capacidad.

Hubo un aumento en la preferencia por eventos más pequeñas e íntimas, que permitieron a las personas mantener conexiones personales significativas mientras cumplían con las normativas de distanciamiento social. Este cambio también promovió la innovación en la planificación de eventos, con la adopción de nuevas tecnologías y estrategias para asegurar una experiencia segura y significativa para los asistentes.

Finalmente, la pandemia hizo que muchas personas valoraran más los eventos simples y personales, enfocándose en el significado y la conexión humana en lugar de la magnitud del evento. Sin embargo, la imposibilidad de reunirse con amigos y familiares durante momentos importantes también tuvo un impacto en el bienestar emocional de muchas personas, generando sentimientos de aislamiento y tristeza para algunos.

2.3.5 Marketing

De acuerdo con (Castañeda y Zambrano Rocha, 2018) el marketing es el conjunto de actividades y estrategias diseñadas para promover y vender productos o servicios. Su objetivo principal es entender las necesidades y deseos de los consumidores para ofrecerles soluciones adecuadas y crear valor para ambas partes

Su objetivo es atraer y retener clientes, aumentar las ventas y la satisfacción del cliente, y construir una marca sólida.

Marketing digital

Es la rama del marketing que utiliza canales digitales para promover productos y servicios. Incluye SEO (optimización en motores de búsqueda), SEM (marketing en motores de búsqueda), marketing en redes sociales, marketing de contenidos, y email marketing.

Enfoque del marketing

- Personalización: Adapta los mensajes y ofertas a las preferencias individuales de los consumidores.
- Automatización: Utiliza herramientas y software para automatizar tareas de marketing como el envío de correos electrónicos y la gestión de redes sociales.
- Marketing de Influencers: Colabora con personas influyentes para promover productos y llegar a audiencias específicas.
- Experiencia del Cliente: Se centra en ofrecer experiencias excepcionales que fomenten la lealtad y el boca a boca positivo.

Uso de marketing digital para generar ventas.

Según LinkedIn, los vendedores y profesionales de ventas que utilizan las plataformas digitales generan un 45% más de oportunidades de venta.

Las ventas en plataformas digitales abarcan todos los procesos que una empresa emplea para comercializar sus productos o servicios a través de canales digitales e internet, incluyendo el uso de redes sociales para potenciar las oportunidades de negocio.

Con el aumento global en el uso de la tecnología, realizar ventas de manera efectiva se ha convertido en una prioridad para las empresas. Por eso, es crucial aprovechar todos los canales comerciales disponibles, siendo internet uno de los más eficaces en la actualidad.

Beneficios del Marketing Digital para plataformas digitales dedicadas a Eventos Sociales

1.Alcance Ampliado

El marketing digital permite llegar a un público mucho más amplio que los métodos tradicionales. Permite que el evento sea visible para personas de diferentes lugares y demografías, incluso a nivel internacional.

2.Mayor Participación y Compromiso

Facilita la interacción constante con los potenciales asistentes. Publicar contenido atractivo y mantener una comunicación activa puede aumentar la participación y el compromiso del público.

3.Costos Reducidos

Comparado con la publicidad tradicional (como anuncios en televisión, radio o prensa), el marketing digital suele ser más económico.

4.Medición y Análisis en Tiempo Real

Las herramientas de análisis digital, como Google Analytics y las métricas de redes sociales, permiten medir la efectividad de las campañas en tiempo real. Esto facilita hacer ajustes inmediatos para optimizar los resultados y obtener un mejor rendimiento de la inversión (ROI).

5.Segmentación Precisa del Público Objetivo

El marketing digital permite segmentar audiencias con gran precisión, basándose en datos demográficos, intereses y comportamientos. Esto asegura que los esfuerzos de marketing lleguen a las personas que realmente están interesadas en el evento.

6.Fomento de la Interacción y la Comunidad

El uso de hashtags, encuestas, concursos y transmisiones en vivo fomenta la creación de una comunidad alrededor del evento. Esto no solo aumenta la participación, sino que también crea un sentido de pertenencia y lealtad entre los asistentes.

7.Disponibilidad y Accesibilidad

La información sobre el evento está disponible en línea 24/7, lo que permite a las personas registrarse, obtener detalles y planificar su asistencia en cualquier momento, sin restricciones de horario.

8.Flexibilidad y Adaptabilidad

Las campañas de marketing digital pueden ajustarse rápidamente en función de los resultados obtenidos y de los cambios en las circunstancias externas. Esta flexibilidad permite responder de manera eficiente a los desafíos y oportunidades que puedan surgir.

9.Fortalecimiento de la Marca

Una estrategia bien ejecutada puede fortalecer la imagen de la marca. Compartir contenido valioso y relevante, y mostrar el éxito de eventos anteriores, puede construir una percepción positiva y confiable de la organización.

10.Optimización de Recursos

Al utilizar herramientas digitales, las empresas pueden optimizar sus recursos humanos y financieros. La automatización de tareas como el envío de correos electrónicos, la gestión de redes sociales y la recolección de datos permite concentrar esfuerzos en áreas más estratégicas y creativas.

Importancia de los clientes para el marketing digital

Los clientes son el corazón del marketing. Entender sus necesidades, preferencias y comportamientos permite a las empresas desarrollar estrategias efectivas, personalizar sus ofertas y construir relaciones duraderas. La capacidad de adaptarse a las demandas del cliente y responder a sus comentarios es crucial para el éxito continuo y el crecimiento de cualquier negocio.

2.3.6 Plataforma digital

Desde el punto de vista de (Salgado Monar, 2023) una plataforma digital es un sistema en línea que permite la interacción, comunicación, intercambio y colaboración entre usuarios, facilitando la realización de diversas actividades y servicios a través de internet. Estas plataformas suelen integrar diferentes herramientas, servicios y recursos digitales, proporcionando una base común para el desarrollo y funcionamiento de aplicaciones y servicios en plataformas digitales.

Características

- Permiten una alta interactividad, ya que conectan a los usuarios a través de comentarios, foros y chats en tiempo real. Esto fomenta una comunicación constante y eficiente.
- Son altamente accesibles, disponibles en computadoras, tabletas y smartphones, lo que permite a los usuarios utilizarlas en cualquier momento y lugar, sin restricciones.
- Ofrecen integración de servicios, combinando múltiples aplicaciones y funcionalidades como pagos en línea, almacenamiento en la nube y gestión de contenidos, proporcionando un ecosistema completo y conveniente.
- Destacan por su escalabilidad, pudiendo manejar un creciente número de usuarios y datos sin perder rendimiento, lo que las hace ideales para crecer junto con la demanda.
- Permiten una personalización del entorno de usuario, adaptando la interfaz y las funciones según las necesidades y preferencias individuales, mejorando la experiencia del usuario.
- Implementan fuertes medidas de seguridad para proteger los datos de los usuarios, asegurando la privacidad y la integridad de la información.

Importancia de las plataformas digitales

Las plataformas digitales son esenciales ya que amplían su alcance al permitirles llegar a una audiencia global a través de redes sociales y plataformas digitales. Facilitan la gestión eficiente de eventos al ofrecer herramientas para coordinar detalles, vender entradas y comunicarse con los asistentes. También permiten una promoción personalizada mediante campañas de marketing dirigidas y análisis de resultados. Durante los eventos, las plataformas digitales facilitan la interacción en tiempo real y la recopilación de datos valiosos para evaluar el éxito y mejorar futuras estrategias. Además, ofrecen oportunidades para incorporar innovaciones, como transmisiones en vivo y experiencias virtuales, adaptándose a las nuevas tendencias y mejorando la experiencia del usuario.

Características del diseño de una plataforma digital

1.Interfaz Intuitiva y Amigable

- Simplicidad: El diseño debe ser claro y fácil de usar, evitando la sobrecarga de información y elementos innecesarios.
- Navegación Fluida: Los clientes deben poder encontrar fácilmente lo que buscan, con menús y opciones bien organizados.

2.Accesibilidad y Adaptabilidad

- Responsivo: El diseño debe adaptarse a diferentes dispositivos y tamaños de pantalla, como computadoras, tabletas y smartphones.
- Accesibilidad: Debe cumplir con estándares de accesibilidad para personas con discapacidades, incluyendo opciones de contraste alto y navegación mediante teclado.

3. Velocidad y Rendimiento

- Optimización: Las páginas deben cargar rápidamente para evitar la frustración del usuario y mejorar la retención.

- Rendimiento: La plataforma debe funcionar de manera eficiente incluso bajo alta demanda.

4. Estética Atractiva y Coherente

- Diseño Visual: Utilizar una paleta de colores y tipografías que reflejen la identidad de la marca y sean agradables a la vista.
- Consistencia: Mantener una apariencia y comportamiento coherentes en todas las páginas y secciones.

5.Funcionalidad Clara y Efectiva

- Características Esenciales: Incluir las funcionalidades necesarias para cumplir con los objetivos de la plataforma, como formularios, botones y herramientas de búsqueda.
- Interactividad: Asegurarse de que las interacciones sean fáciles de entender y ejecutar.

6.Seguridad y Privacidad

- Protección de Datos: Implementar medidas de seguridad para proteger la información personal y financiera de los clientes.
- Cumplimiento Legal: Asegurarse de que la plataforma cumpla con las regulaciones de privacidad y protección de datos.

7. Feedback y Mejora Continua

- Retroalimentación del Cliente: Ofrecer canales para que los usuarios proporcionen sus comentarios y sugerencias.
- Actualizaciones: Realizar mejoras y actualizaciones continúas basadas en el feedback recibido y en las tendencias del mercado.

8.Integración y Compatibilidad

- Compatibilidad: La plataforma sea compatible con diferentes navegadores y sistemas operativos.

2.3.7 Segmentación del mercado

Como expresa (Thompson, 2005) la segmentación del mercado es el proceso de dividir un mercado amplio y diverso en grupos más pequeños de consumidores que tienen características, necesidades y comportamientos similares. Este enfoque permite a las empresas diseñar y dirigir estrategias de marketing más efectivas y personalizadas para cada segmento, optimizando así el uso de recursos y mejorando la satisfacción del cliente.

Características de la segmentación del mercado:

1. Identificación de segmentos: Los segmentos pueden basarse en diversas variables, como demográficas (edad, género, ingresos), geográficas (región, ciudad), psicográficas (estilo de vida, valores) y conductuales (hábitos de compra, lealtad a la marca).

2.Evaluación de segmentos: Los segmentos se evalúan para determinar su tamaño, potencial de crecimiento, accesibilidad y rentabilidad. Esta evaluación ayuda a las empresas a decidir en qué segmentos centrarse.

3.Selección de mercados objetivo: Después de evaluar los segmentos, las empresas seleccionan uno o varios segmentos como mercados objetivo. Estos son los grupos de consumidores a los que se dirigirán las estrategias de marketing específicas.

4. Desarrollo de estrategias de marketing: Para cada segmento objetivo, se desarrollan estrategias de marketing adaptadas a sus características y necesidades específicas. Esto puede incluir el desarrollo de productos personalizados, precios diferenciados, canales de distribución específicos y campañas de promoción dirigidas.

5.Implementación y seguimiento: Las estrategias de marketing se implementan y se monitorean continuamente para evaluar su efectividad. Las empresas pueden ajustar sus tácticas según los resultados obtenidos y los cambios en el mercado.

Beneficios de la segmentación del mercado

- Eficiencia en el marketing: Permite a las empresas enfocarse en las necesidades específicas de cada segmento, haciendo que las campañas de marketing sean más efectivas.
- Mejora de la satisfacción del cliente: Al adaptar productos y servicios a las preferencias de cada segmento, se incrementa la satisfacción y lealtad del cliente.
- Optimización de recursos: Ayuda a asignar los recursos de manera más eficiente, concentrándose en los segmentos más rentables y con mayor potencial.
- Competitividad: Permite a las empresas diferenciarse de la competencia al ofrecer soluciones más adecuadas a sus segmentos objetivo.

2.3.8 Los millenials como clientes de eventos sociales

Según (COSTA, 2018) los millennials, nacidos entre 1981 y 1996, constituyen un segmento clave en el mercado de eventos sociales debido a sus características demográficas y comportamentales. Esta generación ha transformado significativamente la manera en que se organizan y disfrutan los eventos sociales, impulsando tendencias y tecnologías que redefinen la industria.

Características de los Millennials en Eventos Sociales:

1. Alta Conectividad Digital:

Los millennials son expertos en el uso de tecnologías digitales. Se sienten cómodos utilizando aplicaciones y plataformas online para planificar y gestionar eventos. Prefieren realizar transacciones y comunicaciones a través de dispositivos móviles, y valoran la facilidad de uso y la accesibilidad de las plataformas digitales.

2. Preferencia por Experiencias Únicas:

A esta generación le gusta crear y vivir experiencias memorables. En lugar de invertir en bienes materiales, prefieren gastar su dinero en eventos que ofrezcan momentos significativos y auténticos. Buscan proveedores que puedan ofrecer personalización y creatividad en la organización de sus eventos.

3. Interacción y Participación:

Los millennials valoran la interacción y la participación en los eventos. Les atraen los eventos que les permiten involucrarse activamente y compartir experiencias con otros. Utilizan las redes sociales para documentar y compartir estos momentos, por lo que buscan proveedores que comprendan la importancia de la visibilidad y el atractivo visual.

4. Conciencia Social y Ambiental:

Esta generación se preocupa por la sostenibilidad y la responsabilidad social. Prefieren trabajar con proveedores que implementen prácticas ecológicas y ofrezcan opciones

sostenibles para sus eventos. La transparencia y la ética en los negocios también son factores importantes para ellos.

5.Valoración de la Opinión y Recomendaciones:

Confían en las opiniones y recomendaciones de sus pares. Las reseñas en línea y los testimonios juegan un papel crucial en su proceso de toma de decisiones. Buscan proveedores con buenas reputaciones y retroalimentación positiva de otros clientes.

2.3.9 Proveedores de eventos sociales

Teniendo en cuenta a (MHEDUCATION, 2016) los proveedores de eventos sociales son empresas o individuos que ofrecen servicios esenciales para la planificación, organización y ejecución de eventos, tales como bodas, fiestas, conferencias, y otros tipos de eventos. Estos servicios pueden incluir desde la logística y coordinación hasta el suministro de catering, decoración, música, fotografía, y más.

Características de los proveedores de eventos sociales:

- Especialización: Los proveedores suelen especializarse en uno o varios aspectos del evento, como catering, fotografía, música, decoración, planificación y coordinación general.
- Calidad del servicio: La calidad y profesionalismo del servicio es crucial. Los proveedores deben ofrecer productos y servicios de alta calidad para garantizar la satisfacción del cliente.
- Flexibilidad y personalización: Los eventos sociales a menudo requieren adaptaciones y personalizaciones según las necesidades específicas del cliente. La capacidad de ser flexible y ofrecer servicios personalizados es una característica importante.
- Experiencia y reputación: Los proveedores con una sólida experiencia y una buena reputación en la industria tienden a ser más confiables. Las recomendaciones y las reseñas positivas son indicadores clave de un buen proveedor.

- Relaciones y redes. La capacidad de establecer y mantener buenas relaciones con otros proveedores y profesionales del sector es beneficioso. Esto facilita la colaboración y puede mejorar la calidad del evento.

Características necesarias para pertenecer a una plataforma digital:

- ✓ Presencia en línea: Tener una presencia digital sólida, que incluya un sitio web profesional y perfiles activos en redes sociales, es fundamental. Esto permite a los proveedores llegar a un público más amplio y presentar sus servicios de manera efectiva.

- ✓ Facilidad de comunicación: La capacidad de comunicarse rápida y eficientemente con los clientes es esencial. Esto incluye el uso de correos electrónicos, mensajería instantánea y herramientas de videoconferencia.

- ✓ Publicidad digital: Publicidad digital bien organizada y actualizada que muestre los servicios, productos y precios disponibles es vital. Incluye fotos, descripciones detalladas y testimonios de clientes anteriores.

- ✓ Sistema de reservas y pagos en línea: La implementación de sistemas que permitan a los clientes realizar reservas y pagos en línea de manera segura y sencilla es una característica clave. Esto facilita el proceso de contratación y mejora la experiencia del cliente.

- ✓ Flexibilidad y adaptación tecnológica: La capacidad de adaptarse a nuevas tecnologías y tendencias digitales es importante.

- ✓ Reseñas y calificaciones: Las plataformas digitales a menudo incluyen sistemas de calificación y reseñas que permiten a los clientes dejar comentarios sobre sus experiencias. Mantener un alto nivel de satisfacción del cliente reflejado en buenas reseñas es crucial para atraer nuevos clientes.

2.3.10 Modelo de negocios

Un modelo de negocios es una descripción detallada de cómo una empresa crea, entrega y captura valor. Esencialmente, define la forma en que una empresa genera ingresos y beneficios a partir de sus operaciones. Un buen modelo de negocios proporciona una visión clara de cómo la empresa planea hacer dinero, cuál es su propuesta de valor y cómo interactúa con sus clientes y el mercado. Esto desde el punto de vista de (Barg, 2013)

Función del modelo de negocios

El modelo de negocios cumple varias funciones esenciales para el éxito y la operación de una empresa. En primer lugar, define la propuesta de valor, aclarando que ofrece la empresa de manera única a sus clientes y por qué deberían elegir sus productos o servicios en lugar de los de la competencia. Esto es fundamental para diferenciarse en el mercado y atraer clientes.

Asimismo, identifica las fuentes de ingresos, detallando cómo la empresa generará dinero, ya sea a través de ventas directas, suscripciones, licencias u otros métodos. También establece la estructura de costos, describiendo los gastos asociados con la operación del negocio, como los costos fijos y variables, y ayuda a gestionar y controlar estos gastos para asegurar la rentabilidad.

Sostenibilidad del modelo de negocio

Un modelo de negocios sostenible debe equilibrar prácticas económicas, sociales y ambientales para garantizar una rentabilidad duradera y contribuir positivamente al entorno y la sociedad. Este enfoque integral y responsable es clave para construir un negocio sólido y sostenible en el tiempo.

Innovación y evaluación del modelo de negocio

La innovación implica adaptar nuevas tecnologías, desarrollar productos o servicios nuevos, explorar modelos de ingresos alternativos, optimizar procesos internos y mejorar la experiencia del cliente. Integrar tecnologías emergentes y herramientas digitales puede transformar significativamente un negocio, mientras que el desarrollo de nuevas ofertas permite a las empresas satisfacer mejor las necesidades del mercado y diferenciarse de la competencia. Explorar distintos métodos de monetización, como suscripciones o modelos premium, diversifica las fuentes de ingresos. Optimizar procesos internos ayuda a reducir costos y aumentar la eficiencia, y mejorar la experiencia del cliente asegura una ventaja competitiva y una mayor satisfacción del consumidor.

La evaluación del modelo de negocios se centra en monitorear el desempeño mediante indicadores clave, como ingresos y satisfacción del cliente, para identificar áreas de éxito y mejora. Es crucial analizar si la propuesta de valor sigue siendo relevante frente a la competencia y las necesidades del mercado. La revisión de las fuentes de ingresos y los modelos de precios asegura que sean sostenibles y eficaces.

Evaluar la estructura de costos y la eficiencia operativa ayuda a mejorar la rentabilidad. ajustar el modelo y fortalecer las relaciones con los interesados.

La combinación de innovación y evaluación permite a las empresas mantenerse competitivas, adaptarse a los cambios del mercado y asegurar una operación eficiente y sostenible a largo plazo.

2.3.11 Modelo Canvas

El Modelo Canvas es una herramienta estratégica para desarrollar nuevos modelos de negocio o analizar los existentes. Fue creado por Alexander Osterwalder. Este modelo se representa en un lienzo dividido en nueve bloques que describen los aspectos fundamentales de un negocio.

Teniendo en cuenta a (Barg, 2013) estos son los nuevos bloques del modelo canvas.

1. Segmento de Clientes

En este bloque se identifica el mercado objetivo al que se quiere dominar.

Preguntas clave: ¿Para quién estamos generando valor? ¿Quiénes son los clientes potenciales?

3. Propuesta de Valor

Se describe la estrategia o el valor agregado del producto o servicio que se ofrece al mercado objetivo.

Preguntas clave: ¿Qué valor estamos ofreciendo al cliente? ¿Qué soluciones se dan a los clientes? ¿Qué necesidades se están cubriendo?

3. Canales

Son aquellos canales de comunicación que se van a utilizar para saber llegar al segmento de clientes seleccionado.

Preguntas clave: ¿Cuáles son los canales de comunicación a utilizar?

4.Relaciones con los Clientes

Muestra el tipo de relación que establece la empresa con su cliente especifico.

Preguntas Clave. ¿Qué tipo de relación espera el cliente especifico?

5. Fuentes de Ingresos

Se dan a conocer las formas en la que se van a generar o recibir los ingresos.

Preguntas Clave. ¿Qué valor están dispuestos a pagar? ¿Cuál es el método de pago? ¿Qué método de pago se utiliza más?

6.Recursos Clave

Son los activos más importantes que se necesitan para la propuesta de valor.

Preguntas Clave: ¿Qué recursos clave necesito? ¿Cuáles son los canales de distribución? ¿Cuáles son los flujos de ingresos?

7.Actividades Clave

Son las actividades más importantes que se deben hacer para que el modelo de negocio sea exitoso.

Preguntas Clave. ¿Qué actividades clave requiere nuestra propuesta de valor?

8. Socios Clave

Los socios son aquellos que son requeridos para que el modelo de negocio funcione.

Preguntas Clave. ¿Cuáles son los socios clave? ¿Qué actividades clave realizan los socios?

9.Estructura de Costos

Presenta todos los costos que forman parte para llevar a cabo el modelo de negocio.

Preguntas Clave. ¿Cuáles son los costos más importantes? ¿Cuáles son los costos más elevados?

Beneficios del uso del modelo canvas

Este modelo es flexible y adaptable, permitiendo ajustes rápidos según las necesidades del mercado y fomentando la creatividad al explorar diferentes enfoques para cada componente. También mejora la toma de decisiones al proporcionar una estructura organizada y facilita la colaboración y alineación del equipo, asegurando que todos los miembros compartan la misma visión y estrategias del negocio.

2.4 Marco Legal

(Perez Fuentes Gisela Maria, 2014) argumenta que, en México, para operar una plataforma digital, es importante cumplir con diversas licencias y regulaciones específicas.

Licencias de Contenido

Derechos de Autor: Para el uso de contenido protegido (como música, videos, imágenes, textos), se necesita obtener permisos o licencias de los titulares de los derechos de autor. En México, el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR) regula estos aspectos.

Licencias Comerciales

Registro de Empresa: Se debe registrar la empresa ante la Secretaría de Economía y obtener el Registro Federal de Contribuyentes (RFC) con el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

Licencia de Funcionamiento: Dependiendo del tipo de actividad, puede ser necesario obtener una licencia de funcionamiento o permisos específicos del gobierno local.

Licencias de Comercio Electrónico

Ley de Protección al Consumidor: Cumple con las regulaciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC) para el comercio electrónico, que incluye la información clara sobre precios, políticas de devolución y protección de datos personales.

Licencias de Privacidad y Datos

Cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares: Esta ley, que regula cómo las empresas deben manejar y proteger los datos personales de los usuarios. Esto incluye la implementación de políticas de privacidad adecuadas y el registro ante el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Población o muestra

Con el objetivo de entender mejor las preferencias y experiencias de los clientes, se llevó a cabo una encuesta dirigida a personas que utilizan estas plataformas para la búsqueda de proveedores de eventos sociales. Para ello se realizó un muestreo no probabilístico que consiste en seleccionar a los participantes de una investigación de acuerdo con la conveniencia del investigador. Por lo cual se tomó un total de 30 personas de mercado objetivo denominadas millennials las cuales pertenecen al rango de edad entre 20- 35 años de la Ciudad de Matamoros, Tamaulipas que se caracterizan como personas emocionales que les encanta vivir y contar nuevas experiencias, ellos son quienes mantienen actualmente el mundo de los eventos sociales activo.

Por otra parte, nuestra segunda población fue un total de 30 proveedores de eventos sociales desde micro, mediana y macroempresa.

La muestra se determinó en base a que todas estas empresas proveedoras de servicio para eventos sociales tienen un giro importante en la ciudad de Matamoros, Tamaulipas y todas están enfocadas a la organización de eventos sociales.

3.2 Tipo de estudio

Los diferentes tipos de estudios utilizados nos permitieron conocer una visión general del comportamiento y la percepción de los clientes y proveedores. Dichos estudios son:

Exploratoria, ya que se pudo investigar sobre las necesidades tanto de los clientes como de los proveedores de servicios respecto al mercado de eventos sociales en la ciudad de H. Matamoros, Tamaulipas que permiten elaborar conclusiones y recomendaciones al término de la investigación.

Descriptiva, porque se realizó un análisis de resultados respecto a las necesidades encontradas en clientes y proveedores para posteriormente ordenar la información y describir el mercado de eventos sociales.

Documental, ya que se utilizaron trabajos, informes y citas de distintos autores para realizar el estudio, así como aportar información en el marco teórico.

De campo porque se acudió a expo eventos de proveedores para observar los servicios ofertados en el mercado de la ciudad.

De tipo mixto, por el uso de los enfoques cuantitativo y cualitativo, los cuales permitieron obtener información estadística y recopilación de datos de las encuestas realizadas al mercado objetivo, conocimiento de las razones del consumidor que obligan a establecer una investigación para analizar el impacto positivo de aceptación y cualitativo por las entrevistas realizadas a proveedores tomando sus respuestas más representativas para identificar su punto de vista.

3.3. Selección del instrumento

Para el presente proyecto se tomó como fuentes primarias de información las encuestas realizadas a clientes y la entrevista a proveedores de eventos sociales para obtener de manera directa toda la información que se requiere de ambos, las tendencias, gustos y preferencias de estos en cuanto al servicio que esperan y del que se proporciona.

Para recolectar la información, se utilizaron los siguientes instrumentos de medición:

- Encuesta con escala Likert en línea dirigido al mercado objetivo. (Ver anexo 1).
- Entrevista a proveedores de eventos sociales aplicada a 30 personas. (Ver anexo 2).

3.4. Procedimiento de recolección

Las técnicas de investigación que se utilizaron en el presente proyecto son:

Encuestas: Son una serie de preguntas relacionadas a un tema o situación en específico con el fin de conocer datos relevantes relacionados al estudio realizado. (Anguita et al., 2003)

Entrevistas: Es la técnica mediante cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada.(Folgueiras, 2010)

Las encuestas y las entrevistas se elaboraron con ayuda de un sitio web posteriormente se enviaron a través de redes sociales para clientes y proveedores específicos.

3.5. Procedimiento de análisis de datos

Los datos obtenidos luego de realizadas las encuestas y entrevistas pertinentes fueron procesadas con la ayuda de la plataforma digital Google Forms y se analizaron en base a cada pregunta según las respuestas de los clientes y proveedores.

CAPÍTULO IV RESULTADOS

4.1 Descripción de la propuesta de valor canvas

Exa fiesta es una plataforma digital destinada a los habitantes o personas interesadas en realizar sus eventos sociales en la Ciudad de Matamoros, Tamaulipas.

Es una plataforma digital que ofrece seguridad tanto a sus proveedores como a sus clientes.

Para sus clientes:

- Variedad de servicios
- Diferentes costos
- Información al alcance
- Calidad y confianza
- Organización de eventos rápida y fácil.
- Realizar preguntas acerca del servicio
- Pagos en línea
- Cotizar

Para sus proveedores

- Capacidad para publicar contenido
- Selección de niveles
- Seleccionar método de pago
- Actualizar contenido
- Mejora de atracción de clientes
- Mejorar su método de planeación
- Interacción con los usuarios
- Realizar promociones para sus clientes

Elementos diferenciales

Actualmente en Matamoros no existe una plataforma digital dedicada al marketing digital de proveedores de servicio para la organización de eventos en específico más sin embargo existen otras parecidas como las que ofrecen comida rápida o las empresas que se promocionan en redes sociales estás podrían ser una posible competencia pero lo que diferencia a Exa-Fiesta es que en esta podrás encontrar todo en un mismo lugar para la organización de tu evento y que todo este sector de mercado se pueda concentrar aquí.

Desarrollo del modelo Canvas

Imagen 1

Modelo canvas



Perfil del Cliente de eventos sociales

El perfil del cliente de eventos sociales con base en el modelo canvas se determina a partir de las encuestas realizadas en personas que están dentro del rango de edad 20-35 años con un nivel socioeconómico perteneciente a nivel clase media que tienen fácil acceso a Internet y conocen sobre el manejo de sitios web.

Los clientes mostraron como Frustraciones a la hora de planear u organizar un evento social como principal factor la desconfianza en la contratación de servicios pues algunos proveedores van iniciando en el mercado de eventos sociales y cuentan con pocas referencias.

El segundo factor es la de contar con una buena conexión de internet para poder hacer uso de la plataforma digital puesto que es necesaria para utilizarla.

El tercer factor es la de la seguridad mediante el método de pago en línea la protección de su información.

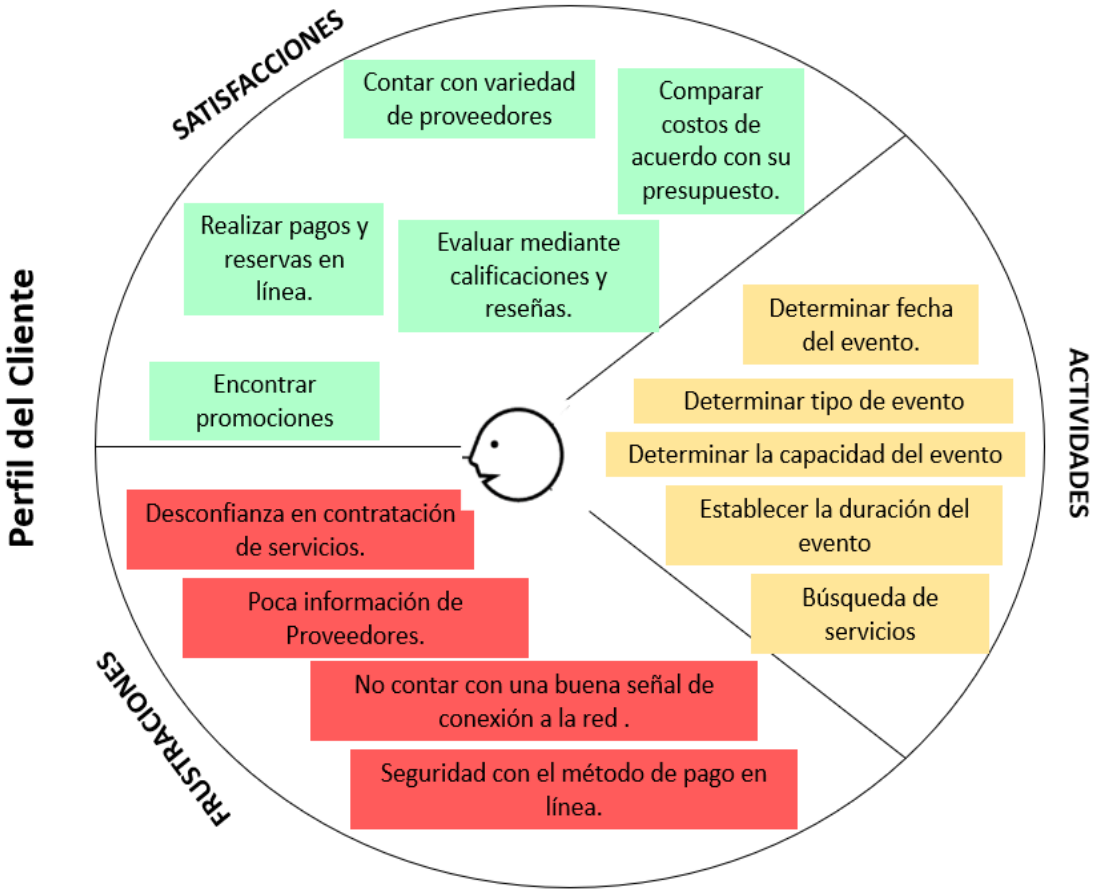
Dentro de sus satisfacciones

Los clientes demuestran interés en contar con una plataforma digital donde pueden encontrar variedad de proveedores, opciones de pagos y reservas, promociones y comparación de costos además de dar calificaciones y reseñas a los proveedores de acuerdo con el servicio que recibieron.

Las actividades que realizan los clientes son determinar la fecha del evento, la capacidad y duración del evento, así como el tipo o la temática que se llevara a cabo.

Imagen 1

Perfil del cliente



Perfil del proveedor de eventos sociales

El perfil del proveedor se definió a partir de la base del modelo canvas encuestando a compañías proveedoras de servicio para eventos sociales un porcentaje dividido entre micro, mediana, macroempresas.

Las frustraciones de los proveedores como principal se encuentran en atender a sus clientes en tiempo y forma además de adecuarse a sus especificaciones y gustos.

Otra de sus frustraciones es no poseer con estrategias diseñadas para situaciones imprevistas además de en ocasiones no lograr el alcance deseado y por último no tener retroalimentación por parte de sus clientes.

Satisfacciones del proveedor

Una de sus principales satisfacciones es el incremento de su cartera de clientes que podrá obtener al pertenecer a una plataforma digital ya que será más fácil conseguir una gran atracción anunciando sus servicios.

Otra satisfacción es que recibirá opiniones y calificaciones de los clientes que han contratado sus servicios de modo que podrán mejorar o implementar cambios en los servicios que prestan.

También se vuelven más confiables y reconocidos además tienen la posibilidad de analizar a la competencia.

Actividades del proveedor

Dentro de sus actividades el proveedor debe seleccionar el método de trato hacia sus clientes de forma de mantenerlos contentos y seguros. También de tener su agenda organizada y actualizarla constantemente. Deberá diseñar un plan estratégico para reaccionar en situaciones imprevistas.

Imagen 2

Perfil del Proveedor



Mapa de valor

Clientes

Para la elaboración del mapa de valor se estructuro de la siguiente manera. (ver imagen 3 y 4)

Solución de Frustraciones:

Tiene la seguridad que interactúa en una plataforma digital confiable con información actualizada de los proveedores y con referencias de clientes que ya han contratado sus servicios.

Creación de Satisfacciones:

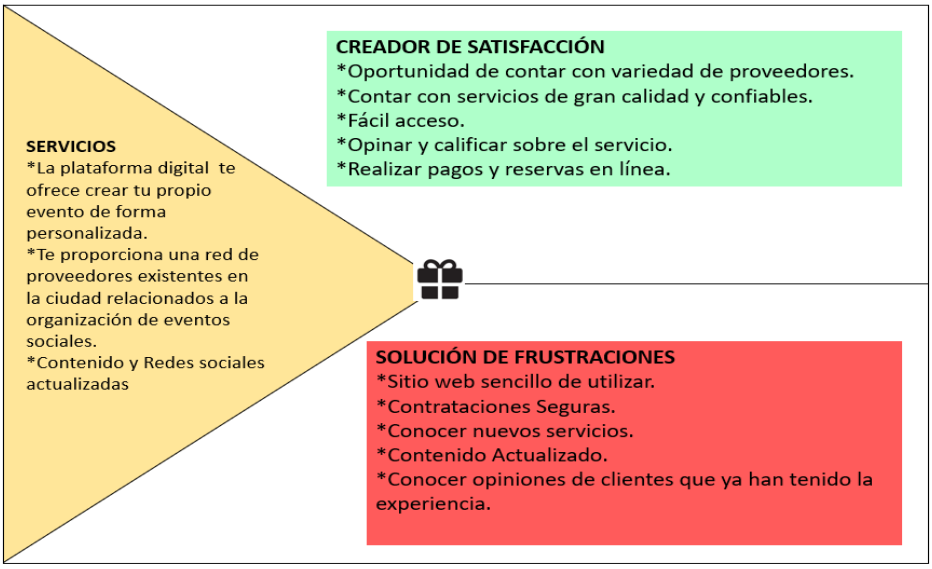
Los clientes tendrán acceso rápido a la plataforma digital también tienen la variedad para seleccionar proveedores que se adecuen a su presupuesto así mismo realizar pagos seguros en línea y dejar sus calificaciones y reseñas del servicio que recibió.

Servicio:

El cliente contara con una plataforma digital fácil de usar que le proporcionara toda la gran variedad de proveedores para la organización de eventos sociales que existen en la ciudad de Matamoros, Tamaulipas donde se expondrán los detalles informativos de cada servicio para la fácil y rápida contratación.

Imagen 3

Mapa de valor de clientes



Proveedores

Solución de Frustraciones:

Los proveedores tendrán un mejor manejo de la planeación de eventos y contarán con una plataforma sencilla y rápida de utilizar para colocar su información también podrán reconocer los fallos de su servicio por medio de la opinión y calificación de los usuarios.

Creación de Satisfacciones:

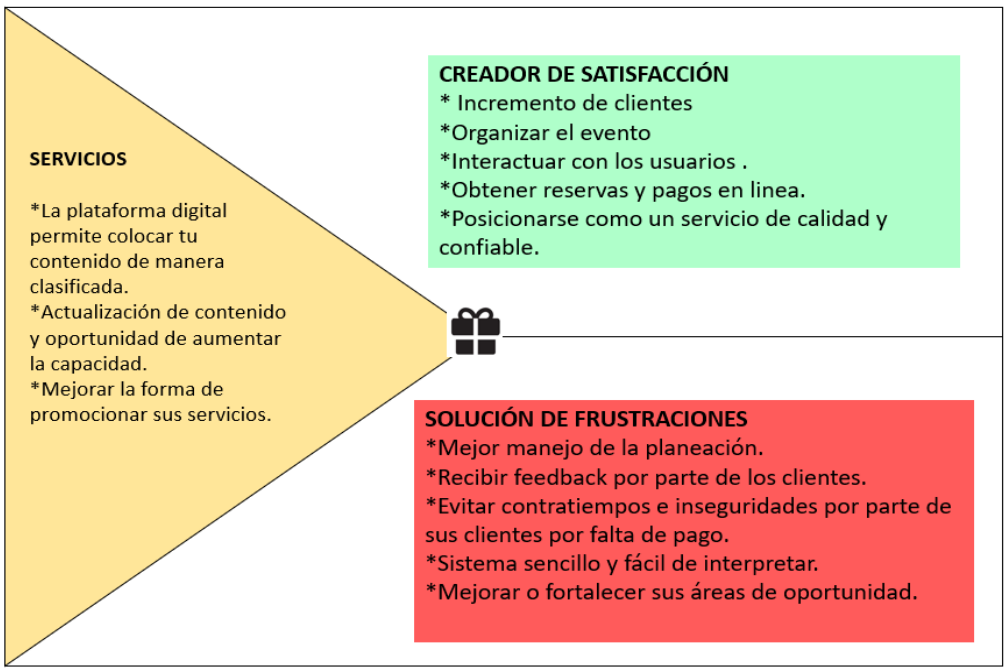
Los proveedores podrán incrementar sus clientes, obtener reservas y pagos en línea por parte de ellos, interactuar con sus clientes y además lograr posicionarse dentro de la competencia.

Servicio:

Los proveedores tienen la oportunidad de publicar su contenido de manera clasificada y actualizarlo, pueden determinar el nivel de alcance que desean tener así mismo pueden identificar las áreas de oportunidad para mejorar sus servicios.

Imagen 4

Mapa de valor de proveedores

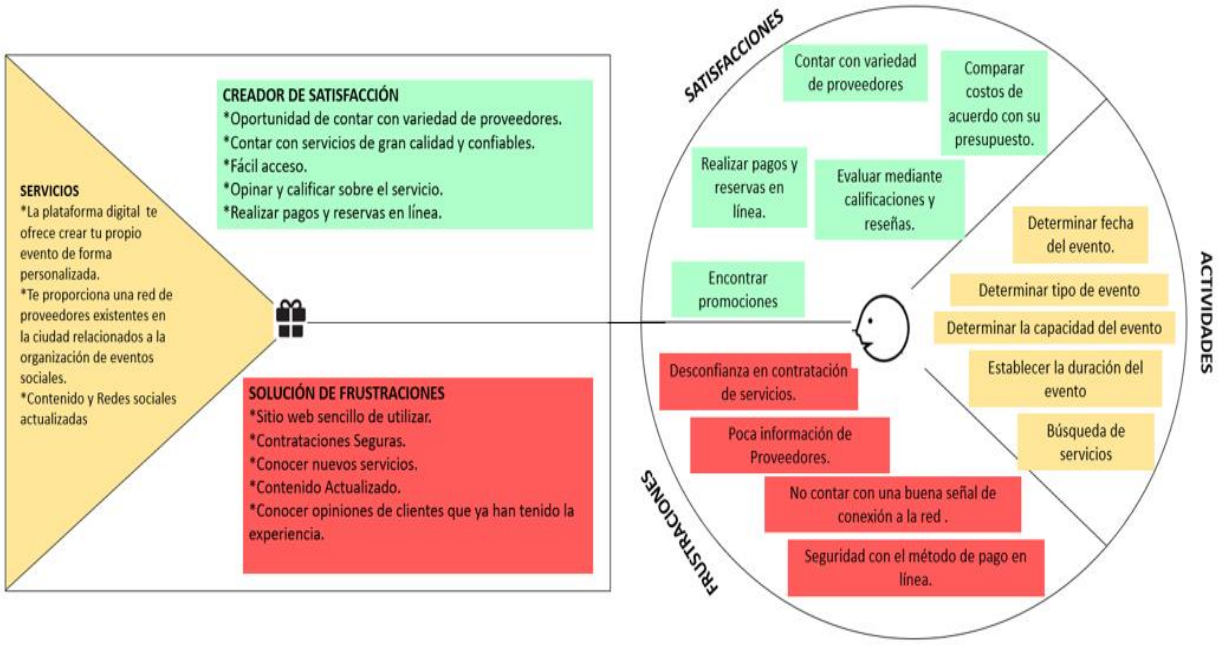


Relación

Clientes

Imagen 5

Relación de clientes



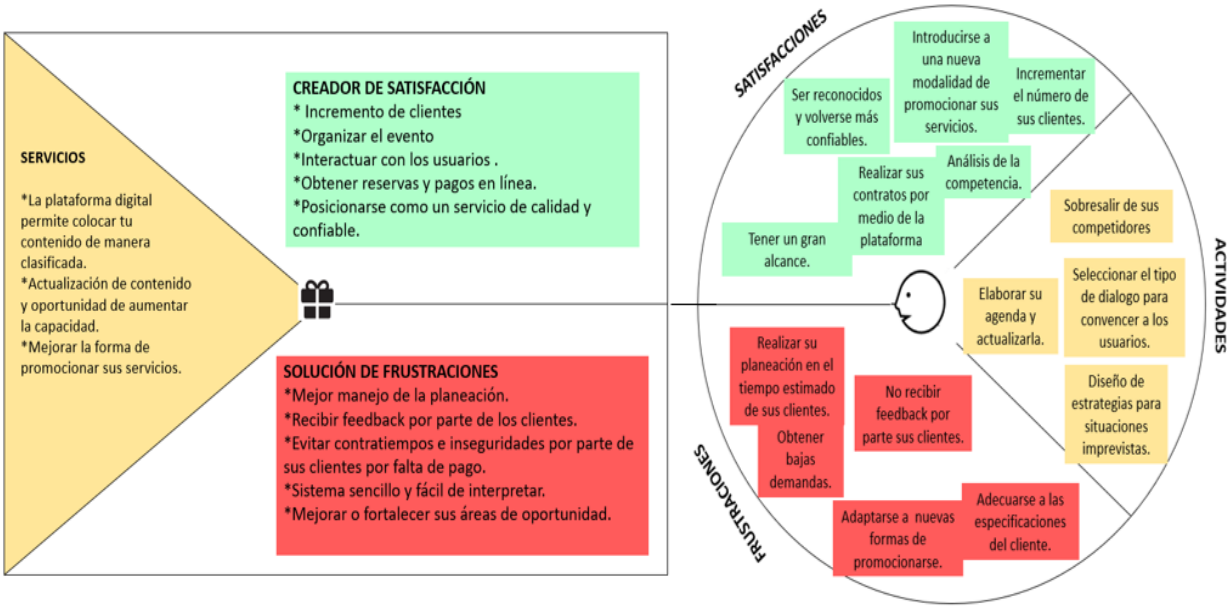
Existen fechas especiales para todo ser humano y la necesidad de compartir esas alegrías o momentos importantes llevan detrás una organización donde la búsqueda de servicios a integrar para llevar a cabo la celebración puede ser para algunas personas una tarea difícil pues muchas de las veces no se requiere con el conocimiento de proveedores, ni mucho menos con la experiencia para montar una decoración o realizar algún banquete o comida a esto añadirle la gran cantidad de tiempo que se necesita invertir para investigar precios y ubicaciones es por eso que la plataforma digital Exa Fiesta tendrá como misión proporcionar a los clientes una variedad de proveedores de servicios confiables y de calidad para la organización de su evento soñado.

Dentro de las satisfacciones que te llevas como usuario es tener esa oportunidad de elegir a tu gusto de ubicar precios favorables e incluso aprovechar promociones de servicios que tengan esa atención con sus clientes también podrá interactuar con los servicios vía online y despejar dudas y si así lo requiere podrá hacer sus pagos mediante transferencia.

Proveedores

Imagen 6

Relación de Proveedores



Para los proveedores de servicio que tienes que resolver situaciones como escasez de tiempo para llevar a cabo la organización de un evento además de también depositar la confianza en el cliente y cubrir sus necesidades la existencia de nuestra plataforma digital.

Exa fiesta le proporcionará un espacio dentro de la red de proveedores para que pueda colocar su contenido y publicitar sus servicios con la capacidad de modificar y actualizarlo cuando sea necesario además de que podrá incrementar la atracción de sus clientes y mejorar su servicio por medio de las opiniones y calificaciones de los clientes.

Para los proveedores de servicios el pertenecer a una plataforma digital que ofrece el marketing es enfrentarse a una nueva modalidad de mantenerse dentro del mercado y volverse alguien competitivo capaz de evolucionar.

4.2 Necesidades del cliente

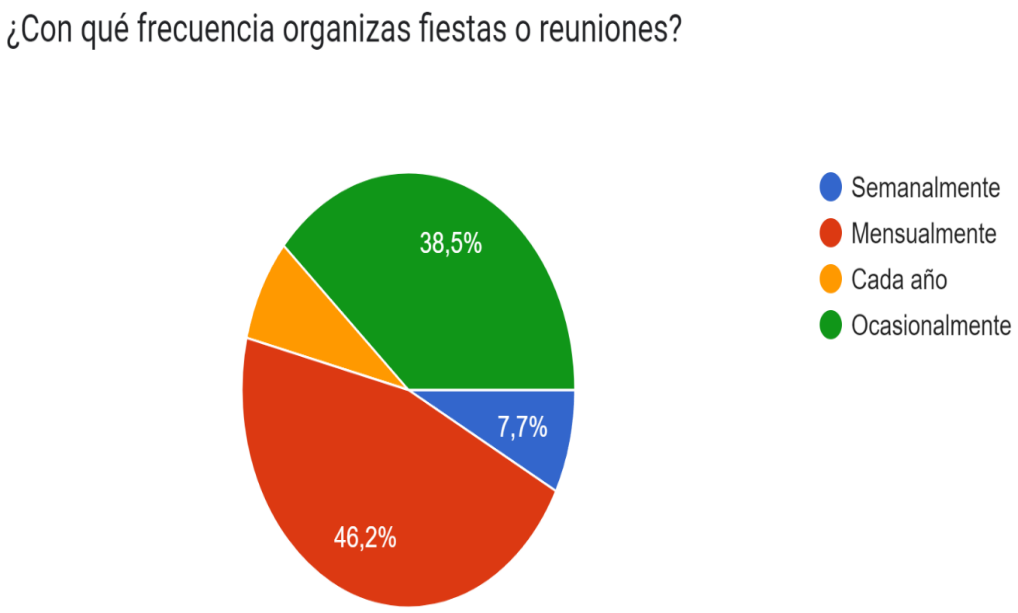
En un mundo cada vez más digitalizado, la organización de eventos sociales ha experimentado una transformación significativa. Las plataformas digitales se han convertido en herramientas esenciales para aquellos que buscan proveedores de servicios para sus eventos sociales.

Clientes

Los resultados muestran que la mayor parte de los clientes realizan sus eventos sociales frecuentemente cada mes mientras que la otra parte de los clientes dice que ocasionalmente cuando es una fecha importante o se presenta un motivo de festejo y en un mínimo porcentaje optaron por organizar eventos sociales semanalmente y cada año. (Imagen 8)

Imagen 7

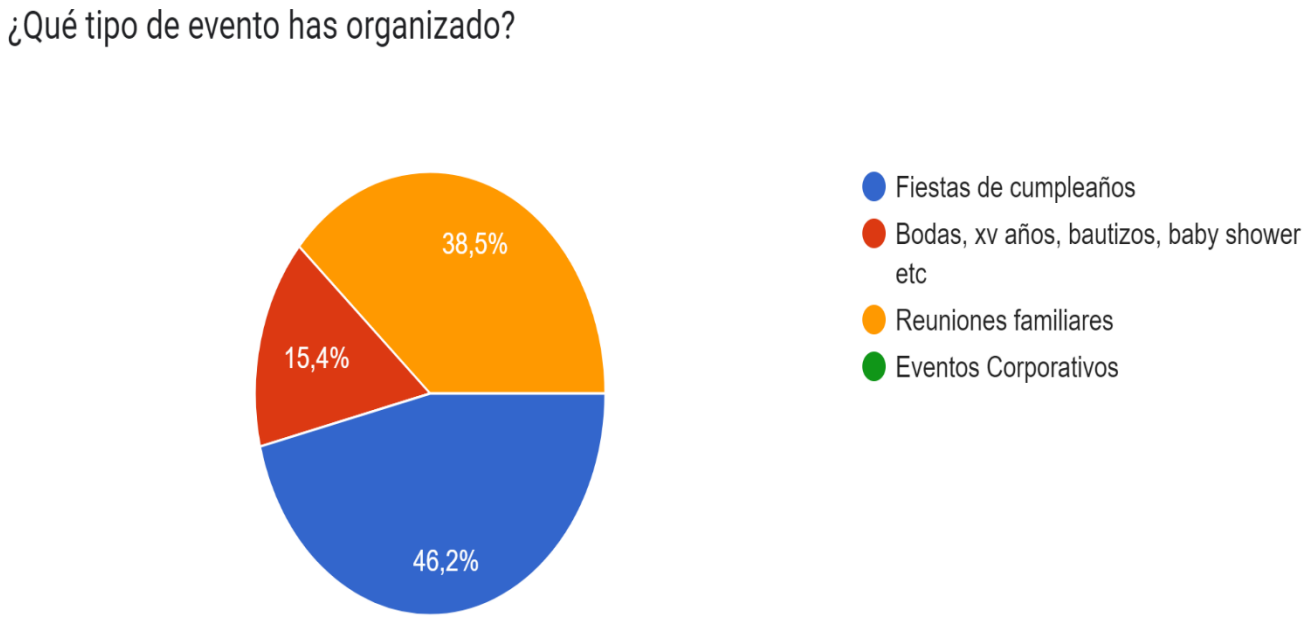
Regularidad en la organización de eventos



El tipo de evento social que más predomina para la organización son las fiestas de cumpleaños después le continua las reuniones familiares y con un menor porcentaje los eventos de gran dimensión como son las bodas, bautizos, XV años etc. En el caso de la organización de eventos corporativos el resultado es nulo. (Imagen 9).

Imagen 8

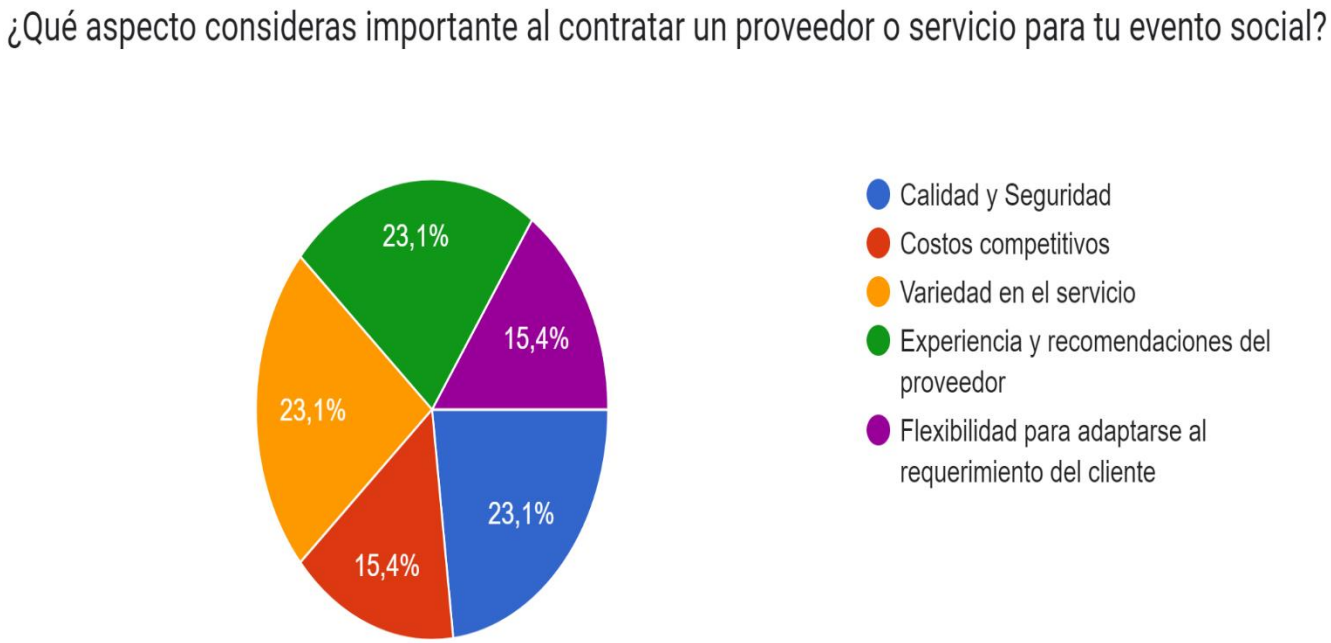
Tipo de eventos sociales organizados por los clientes



Los clientes muestran un interés compartido entre la calidad y seguridad, experiencia y recomendaciones del proveedor y la variedad en el servicio siendo estos los aspectos más importantes a la hora de contratar a sus proveedores. Por otra parte, en un menor porcentaje los costos competitivos y la flexibilidad para adaptarse a las necesidades del cliente parecen ser también requisitos para realizar una contratación. Por lo visto los clientes buscan proveedores que puedan cumplir con todas estas características. (Imagen 10).

Imagen 9

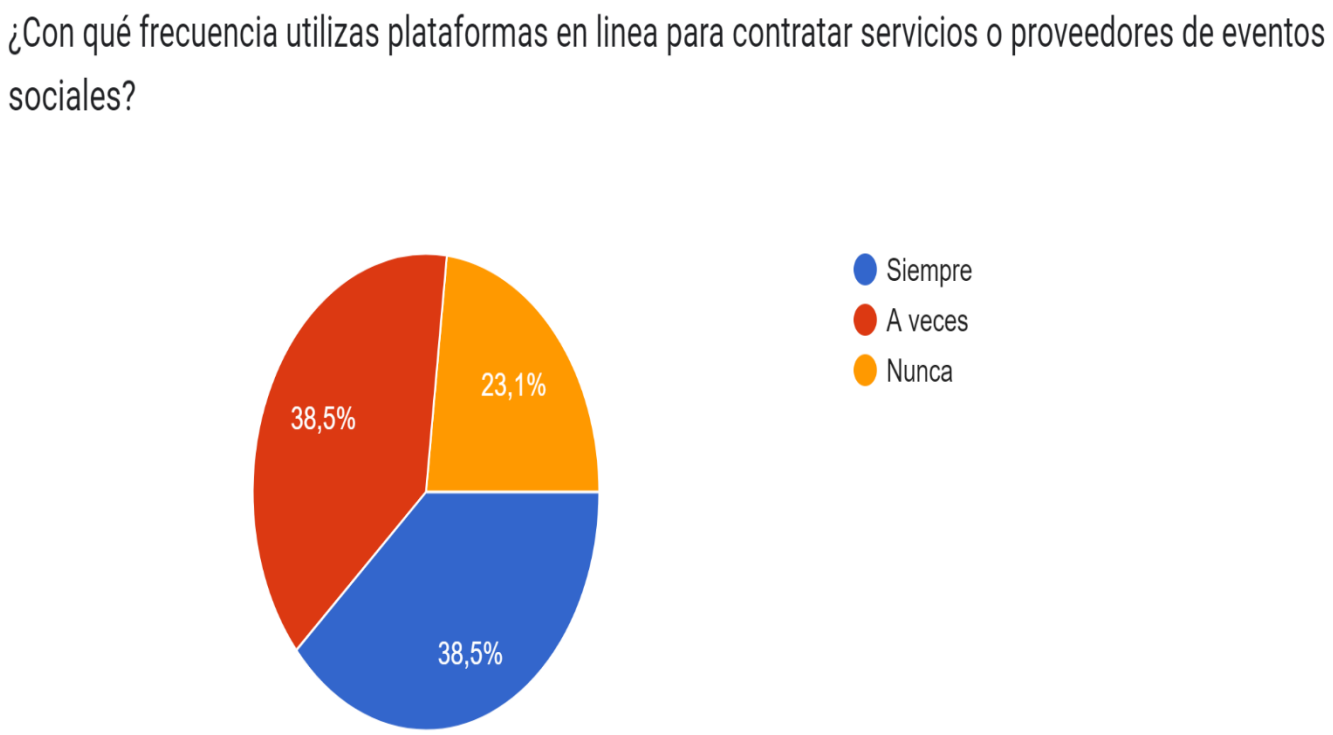
Aspectos importantes que deben cumplir los proveedores



La contratación por medio de plataformas digitales ha destacado en los últimos años por la comodidad que ofrece al poder realizarla desde prácticamente cualquier lugar, hora y día. Los resultados en esta encuesta muestran en mayor porcentaje que los clientes prefieren utilizar las plataformas digitales para la contratación de proveedores la mayoría de las veces siempre otros mencionan que en algunas ocasiones y otro menor porcentaje dice que nunca ha hecho uso de estas. (Imagen 11).

Imagen 10

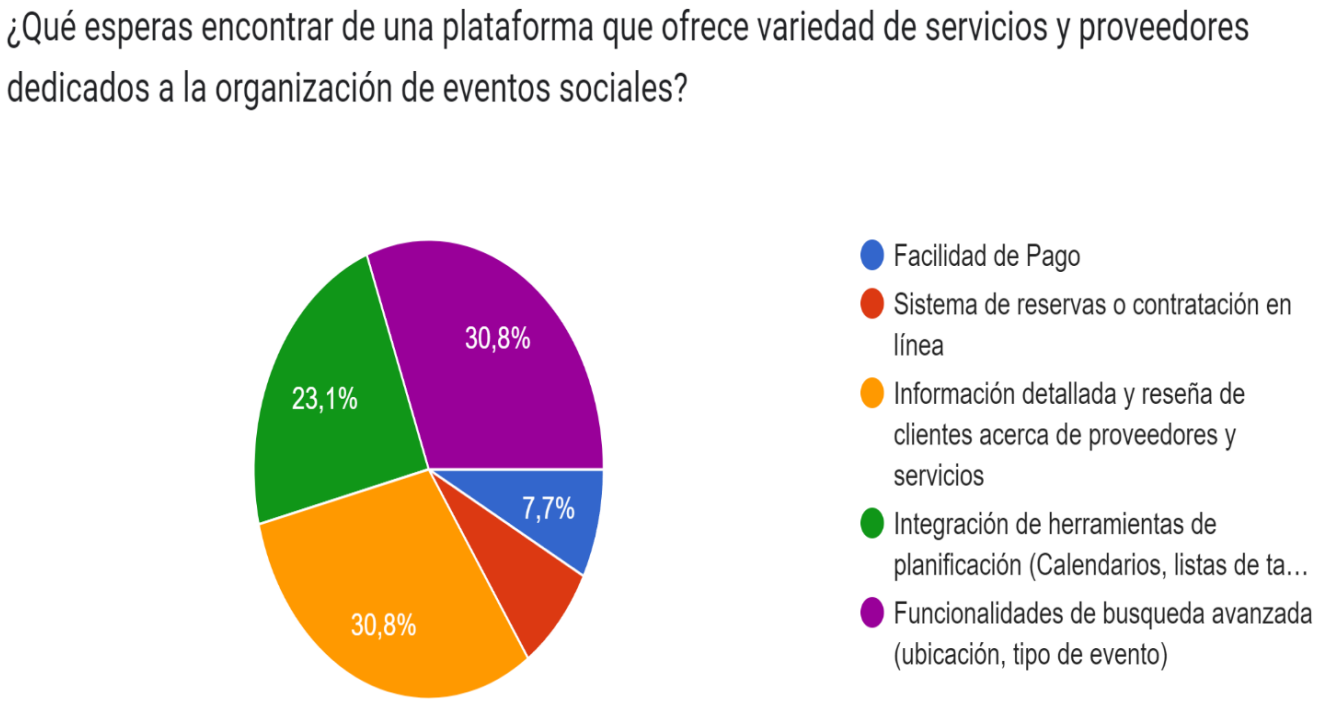
Uso de plataformas para la contratación de proveedores



El prestigio es una valoración que pocas organizaciones logran conseguir y los clientes de hoy en día no buscan correr el riesgo de contratar proveedores sin antes obtener una información detallada y reseñas de clientes que ya han contratado antes los servicios es por eso por lo que al contar con una plataforma digital esperan encontrar comentarios sobre ellos además de contar con funcionalidades de búsqueda avanzada como: ubicación, tipo de evento. Algo más que esperan los clientes es la integración de herramientas de planificación (Calendarios, Lista de Tareas de planificación) y en un menor porcentaje esperan tener reservas y facilidad de pago en línea. (Imagen 12).

Imagen 11

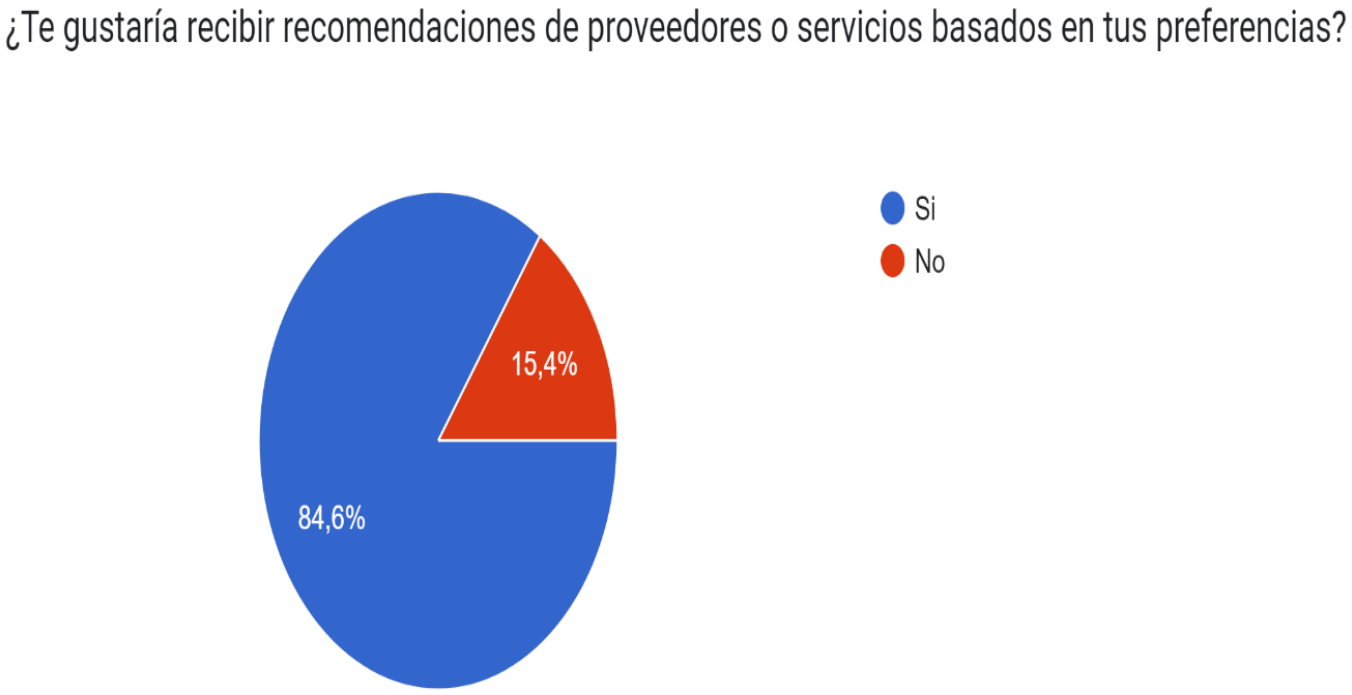
Funciones de la plataforma digital para eventos sociales



Para las generaciones presentes es de suma importancia obtener una lista de proveedores recomendados de acuerdo con sus preferencias ya que esto les facilita la búsqueda y selección de proveedores. Solo un mínimo porcentaje de clientes opta por no recibir notificaciones de recomendaciones de proveedores. (Imagen 13).

Imagen 12

Recomendación de proveedores en base a preferencias



Hoy en día para todos los seres humanos es de suma importancia contar con medios que faciliten la comunicación y no solo eso, sino que además la obtención de respuesta también sea inmediata. (Imagen 14).

Imagen 13

Importancia de la facilidad de comunicación

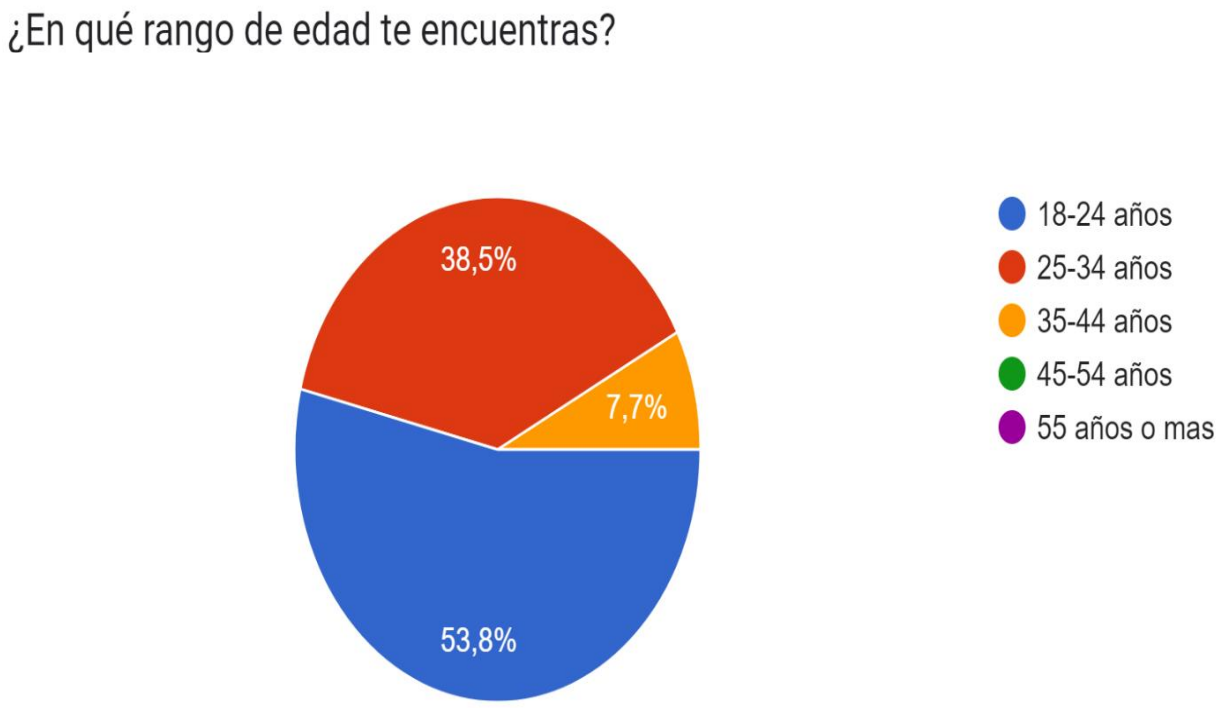


El rango de edad que predomina entre los clientes para la organización de eventos sociales es de 18-24 años, después continúan los que están entre los 25-34 años y con un mínimo de edad se encuentran los de 35-44 años.

Los rangos de 45-54 años o mas no se encuentran dentro del grupo de contratación de proveedores para la organización de eventos sociales. (Imagen 15).

Imagen 14

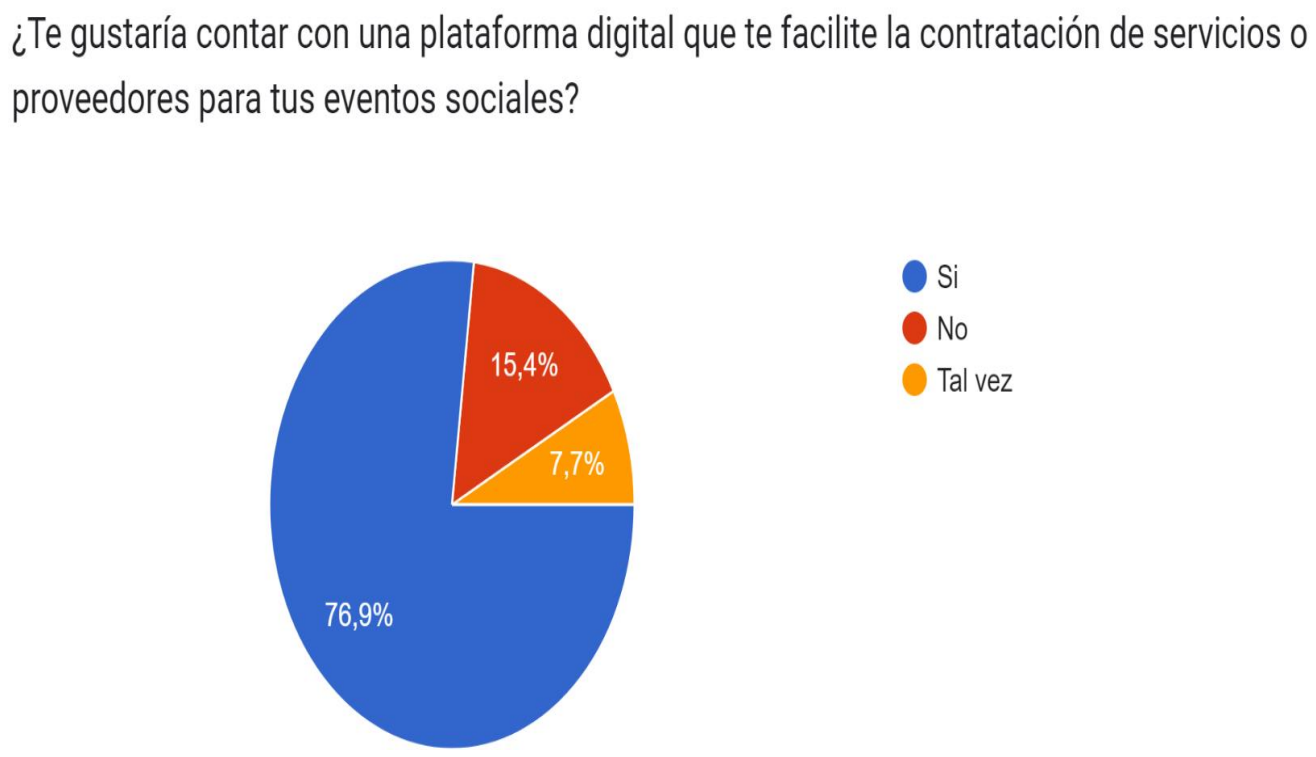
Rango de edades



En un mundo que depende cada día más de la tecnología una gran parte los clientes muestran un interés positivo ante la existencia de una plataforma digital que les proporcione los tipos y variedad de proveedores que existen en la localidad para facilitar la contracción, la búsqueda y selección de proveedores para la organización de sus eventos sociales. Solo una menor cantidad de clientes prefiere no contar con una plataforma digital y otros mencionan que tal vez sea favorable. (Imagen 16).

Imagen 15

Aceptación de la plataforma digital de proveedores de eventos sociales



4.3 Necesidades de proveedores de eventos sociales

Una plataforma digital es una herramienta poderosa que ayuda a impulsar los negocios, aumentar su visibilidad en línea y mejorar la experiencia del cliente.

Una planificación y diseño de manera estratégica para la plataforma digital es de gran importancia para aprovechar al máximo sus beneficios.

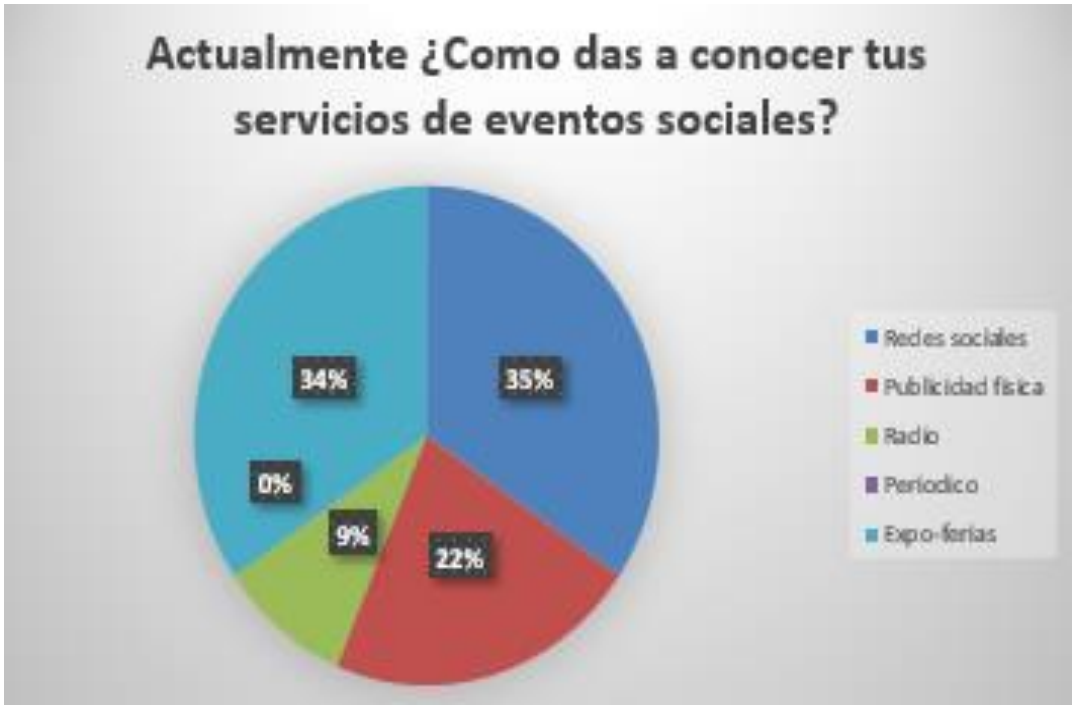
Con base a la información obtenida en la realización de encuestas para Proveedores de eventos sociales de la ciudad de Matamoros Tamaulipas se pudo identificar la manera en que se desarrollan actualmente en relación con la contratación y promoción de los servicios para la organización de eventos sociales.

Proveedores de eventos sociales

Los resultados de la encuesta indican que las redes sociales y las expo-ferias son los medios más populares para promocionar servicios de eventos sociales, seguidos por la publicidad física y la radio. Los periódicos no parecen ser una opción popular en esta muestra para la promoción de este tipo de servicios. (Imagen 17)

Imagen 16

Formas de publicidad de proveedores



Los resultados de la encuesta muestran una tendencia positiva hacia la disposición de invertir en una plataforma digital para promocionar servicios, con la gran mayoría de los encuestados mostrando interés en esta opción. Esto sugiere un reconocimiento generalizado de la importancia y efectividad de las plataformas digitales en la promoción y comercialización de servicios. (Imagen 18)

Imagen 17

Uso de Plataformas digitales para proveedores



Los resultados de la encuesta muestran que la mayoría de las personas encuestadas tienen expectativas relacionadas con el aumento de los ingresos y la adquisición de nuevos clientes al pertenecer a una plataforma digital. Esto refleja un reconocimiento generalizado de las oportunidades que ofrecen las plataformas digitales para el crecimiento y la expansión de los negocios. (Imagen 19).

Imagen 18

Expectativas de proveedores



4.4 Diseño de plataforma digital

Se llevo a cabo el diseño de la plataforma digital destinado a facilitar el acceso a los clientes que desean organizar un evento social. Esta plataforma digital tiene como objetivo guiar a los usuarios para encontrar y seleccionar con facilidad los proveedores que necesiten para su evento social tales como catering, decoración, entretenimiento, y alquiler de equipos.

Se elaboro un manual que está diseñado para proporcionar a los clientes el modo de uso de la plataforma digital. (Ver anexo 3)

4.5 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad realizado nos muestra una base sólida para la creación de la plataforma digital en este estudio se evaluó los recursos humanos y organizativos que se necesitarían para poner en marcha el lanzamiento de la plataforma digital mostrando que se generan ingresos favorables para los costos iniciales y ganancias atractivas. (Ver anexo 4 y 5)

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.0 Conclusión general

Contar con una plataforma digital para proveedores de eventos sociales es de vital importancia en la actualidad. Esta herramienta no solo centraliza la información y facilita el acceso a servicios especializados y seguros, sino que también mejora la eficiencia y la efectividad en la organización de eventos sociales. Al permitir una evaluación rápida y precisa de opciones de proveedores, la plataforma ahorra tiempo valioso y reduce la complejidad del proceso. Además, el crear un espacio dedicado para la interacción entre clientes y proveedores, se fomentan nuevas oportunidades comerciales y se optimiza la colaboración. En resumen, una plataforma digital dedicada se convierte en una pieza clave para mejorar la calidad, la competitividad y el éxito de los eventos sociales, beneficiando a todos los involucrados.

5.1 Conclusiones Clientes

Los clientes de eventos sociales valoran profundamente el prestigio, la calidad y la variedad de los proveedores por encima del precio de sus servicios. Aunque el costo sigue siendo un factor importante, los organizadores priorizan la excelencia y la reputación de los proveedores para asegurar que sus eventos sean memorables y exitosos. Contar con una plataforma digital que destaque estas cualidades permite a los clientes tomar decisiones informadas, garantizando que seleccionen proveedores que cumplan con los más altos estándares. En este sentido, una plataforma que facilite el acceso a información detallada sobre el prestigio, la calidad y la diversidad de servicios de los proveedores se convierte en una herramienta invaluable, mejorando significativamente la experiencia de planificación y elevando la satisfacción de los clientes.

5.2 Conclusiones Proveedor

Los proveedores de eventos sociales buscan constantemente formas de potencializar sus servicios y alcanzar un mayor número de clientes. En este contexto, una plataforma digital se presenta como una herramienta excepcional para lograr estos objetivos. Esta plataforma no solo les permite exhibir la calidad y variedad de sus servicios de manera más efectiva, sino que también les brinda una mayor visibilidad y reconocimiento en el mercado. Al facilitar la conexión directa con clientes potenciales, los proveedores pueden expandir su alcance, generar nuevas oportunidades comerciales y consolidar la reputación de sus compañías. En resumen, la adopción de una plataforma digital representa una estrategia clave para el crecimiento y éxito sostenido de los proveedores de eventos sociales.

5.3 Conclusiones Plataforma digital

La implementación de una plataforma digital para proveedores de eventos sociales no solo se destaca por su efectividad en términos de funcionalidad, sino también por su viabilidad financiera. Esta plataforma optimiza la gestión y organización de eventos, facilitando la conexión entre clientes y proveedores mejorando la calidad y variedad de los servicios ofrecidos. Además, desde una perspectiva financiera, la plataforma reduce costos operativos al centralizar la información y automatizar procesos, lo que se traduce en una mayor eficiencia y un mejor retorno de inversión. Al atraer a más clientes y aumentar el reconocimiento de las compañías, la plataforma digital también impulsa el crecimiento económico de los proveedores, consolidándose como una solución integral y rentable para la industria de eventos sociales.

5.4 Recomendaciones

La implementación de una plataforma digital para proveedores de eventos sociales no solo promete transformar la forma de trabajar, sino que también ofrece beneficios financieros significativos. Para maximizar estas oportunidades hay que tomar en cuenta las siguientes recomendaciones.

En primer lugar, es esencial invertir en tecnología avanzada, desarrollar una plataforma digital robusta y fácil de usar que gestione eficientemente la información y los servicios relacionados con la organización de eventos. Esta inversión inicial será fundamental para garantizar que los procesos sean fluidos y efectivos.

La optimización de procesos es la segunda prioridad. Automatizar tareas y mejorar la coordinación entre clientes y proveedores reducirá costos operativos y aumentará la eficiencia. Con menos tiempo dedicado a tareas administrativas, podrán enfocarse en lo que realmente importa: ofrecer eventos de alta calidad.

El marketing y la promoción son vitales para el éxito de esta plataforma. Utilizar este espacio digital para destacar la calidad, el prestigio y la variedad de los servicios que se ofrecen. Esto no solo atraerá a más clientes, sino que también aumentará el reconocimiento de nuestras compañías en el mercado.

Es crucial implementar sistemas de feedback dentro de la plataforma. Escuchar a los clientes y proveedores permitirá realizar mejoras continuas y adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado. La retroalimentación es una herramienta poderosa para el crecimiento y la mejora.

El soporte técnico y la capacitación continua son esenciales. Proporcionar a los proveedores el apoyo y la formación necesarios para que puedan aprovechar al máximo las funcionalidades de la plataforma. Un proveedor bien capacitado es un proveedor eficiente y satisfecho.

Monitorear y analizar el desempeño financiero de la plataforma asegurará que sigue siendo una solución rentable. Realizar un seguimiento constante de los costos y beneficios, ajustando nuestras estrategias según sea necesario para mantener la viabilidad financiera.

Fomentar alianzas estratégicas con proveedores clave fortalecerá la oferta de servicios y creará sinergias beneficiosas para todos los involucrados.

La seguridad y la confiabilidad. La plataforma debe cumplir con los más altos estándares de seguridad para proteger la información y las transacciones de todos los clientes. Solo así se ganará su confianza y lealtad.

Diversificar los servicios ofrecidos a través de la plataforma es otra estrategia para atraer a una mayor variedad de clientes. Ofrecer opciones personalizadas y paquetes especiales que se adapten a diferentes necesidades y preferencias.

Finalmente, desarrollar una estrategia de crecimiento clara. Establecer metas a corto y largo plazo para asegurar que la plataforma evolucione y se expanda conforme crece la demanda en el mercado de eventos sociales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

1.El País.com.co (2015). ¿Qué es el marketing digital y por qué es importante? Recuperado de http://www.elpais.com.co/cali/que-es-el-marketing-digital-y-por-que-es-importante.html

2.Guiu, D. (s. f.). Reducción de costes en marketing utilizando redes sociales. Recuperado de http://www.socialetic.com/reduccion-de-costes-en-marketing-utilizando-redes-sociales.html

3.Kannan, P. K. y Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. International Journal of Research in Marketing, 34(1), 22-45. https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2016.11.0063

4.Kotler, P. y Zaltman, G. (1971) "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change". Journal of Marketing**.** Vol. 35, July. Pp. 3-12.

5.Kotler, P., Jain, D.C. y Maesincee, S. (2002). El Marketing se mueve: una nueva aproximación a los beneficios, el crecimiento y la renovación**.** España: Paidós.

6.Merodio, J. (2010). Marketing en Redes Sociales (J. Merodio (ed.); 1st ed.). Creative Commons.

http://www.apatgn.org/c/document_library/get_file?uuid=1fbd3475-a083-4e55-a28b-657cf2030576&groupId=10198

7. Monferrer, D. (2013). Fundamentos del Marketing (Primera Edición ed.). In España: Universitat Jaume. doi: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf

8.RD Station. (2017). Marketing Digital. https://bit.ly/3y70hci

9.Ries, A. y Trout, J. (1990). La revolución del marketing. México; Bogotá: McGraw Hill.

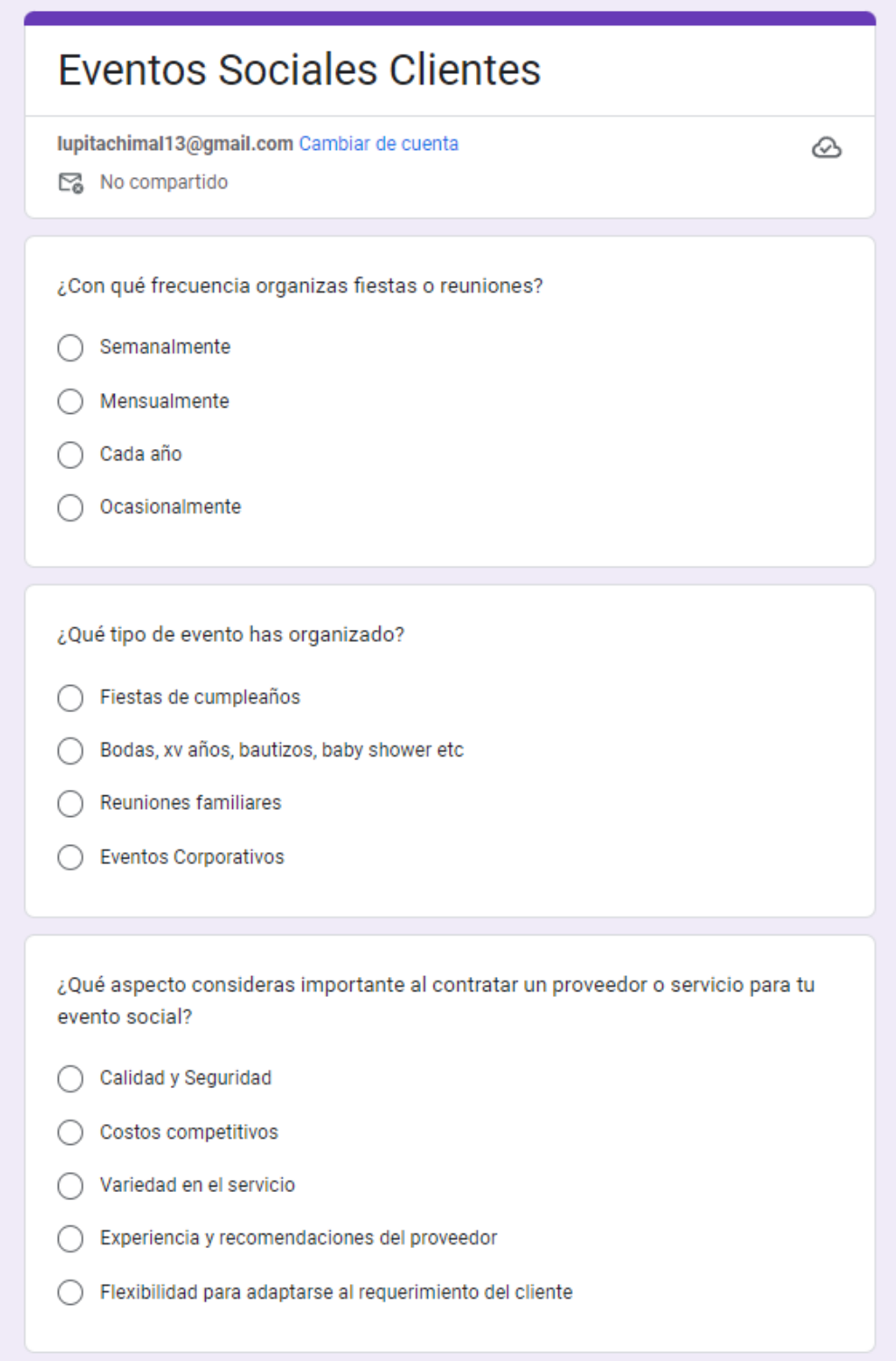
10.Stanton, W., Etzel, M. and Walker, B., 2000. Fundamentos De Marketing (14A. Ed.). 14th ed. McGraw-Hill Interamericana.

11.Velázquez, K. (2017). ¿Qué sabes del marketing digital? Hablamos de su definición, historia y tendencias. Recuperado de https://marketing4ecommerce.mx/marketing-digital-definicion-historia/

ANEXOS

Anexo 1

Encuesta para Clientes



Eventos Sociales Clientes

lupitachimal13@gmail.com Cambiar de cuenta

No compartido

¿Con qué frecuencia organizas fiestas o reuniones?

- Semanalmente
- Mensualmente
- Cada año
- Ocasionalmente

¿Qué tipo de evento has organizado?

- Fiestas de cumpleaños
- Bodas, xv años, bautizos, baby shower etc
- Reuniones familiares
- Eventos Corporativos

¿Qué aspecto consideras importante al contratar un proveedor o servicio para tu evento social?

- Calidad y Seguridad
- Costos competitivos
- Variedad en el servicio
- Experiencia y recomendaciones del proveedor
- Flexibilidad para adaptarse al requerimiento del cliente

¿Con qué frecuencia utilizas plataformas en linea para contratar servicios o proveedores de eventos sociales?

- ◯ Siempre
- ◯ A veces
- ◯ Nunca

¿Qué esperas encontrar de una plataforma que ofrece variedad de servicios y proveedores dedicados a la organización de eventos sociales?

- ◯ Facilidad de Pago
- ◯ Sistema de reservas o contratación en línea
- ◯ Información detallada y reseña de clientes acerca de proveedores y servicios
- ◯ Integración de herramientas de planificación (Calendarios, listas de tareas)
- ◯ Funcionalidades de busqueda avanzada (ubicación, tipo de evento)

¿Te gustaría recibir recomendaciones de proveedores o servicios basados en tus preferencias?

- ◯ Si
- ◯ No

¿Qué tan importante es para ti obtener facilidad de comunicación con los proveedores o servicios ?

- ◯ Muy importante
- ◯ Poco importante

¿En qué rango de edad te encuentras?

- ◯ 18-24 años
- ◯ 25-34 años
- ◯ 35-44 años
- ◯ 45-54 años
- ◯ 55 años o mas

¿Te gustaría contar con una plataforma digital que te facilite la contratación de servicios o proveedores para tus eventos sociales?

- ◯ Si
- ◯ No
- ◯ Tal vez

Anexo 2.

Encuesta para proveedores

Proveedores de Eventos Sociales

lupitachimal13@gmail.com Cambiar de cuenta

No compartido

Actualmente, ¿cómo das a conocer tus servicios de eventos sociales?

- ◯ Redes sociales
- ◯ Publicidad Fisica
- ◯ Radio
- ◯ Periodico
- ◯ Expo-Ferias

¿Invertirias en una Plataforma Digital para Promocionar tus servicios?

- ◯ Si
- ◯ No

¿Qué esperas obtener al pertenecer a una plataforma digital?

- ◯ Monetizar mas
- ◯ Aumentar Clientes

Anexo 3

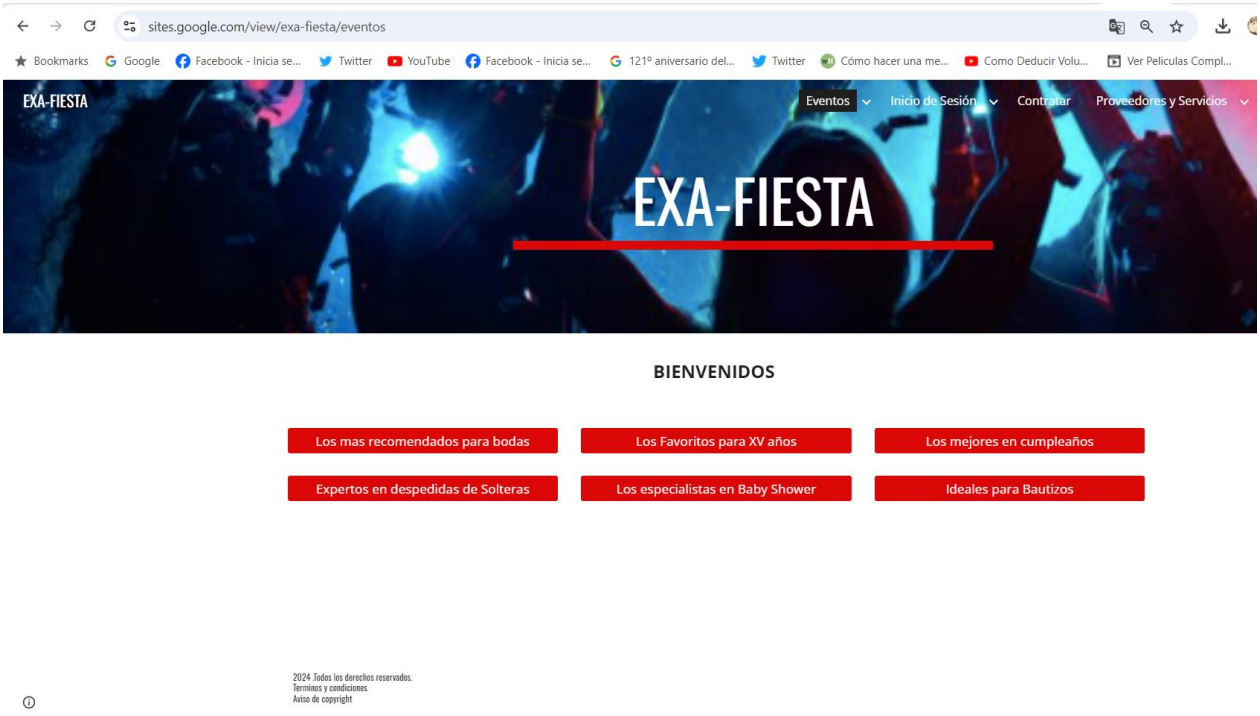
Manual de ingreso a plataforma digital

Enlace de acceso a plataforma

https://sites.google.com/view/exa-fiesta/inicio-de-sesi%C3%B3n

Imagen 1.

Acceso a la Plataforma Digital con el uso del enlace.

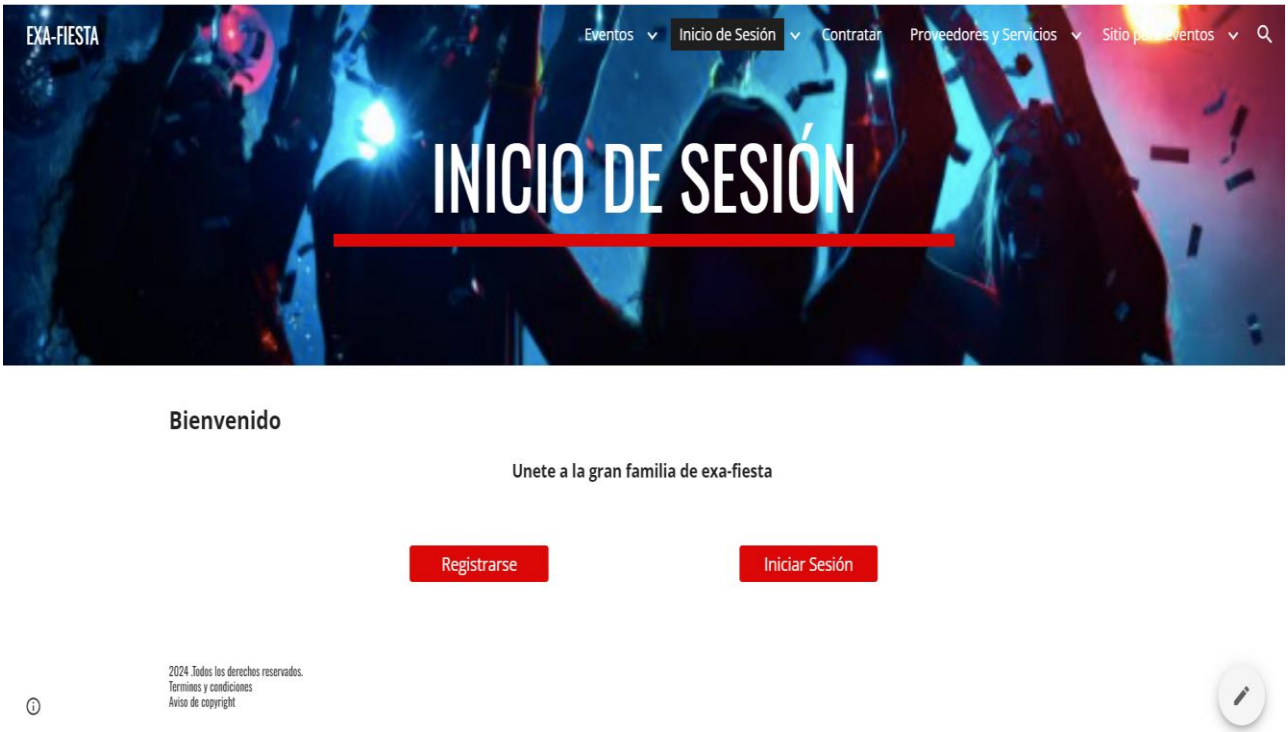


Ingresar a Exa-Fiesta

Los usuarios pueden ingresar directamente seleccionando el botón de registrarse si son miembros nuevos y si ya son parte de exa-fiesta solo dan clic en iniciar sesión.

Imagen 1

Forma de Ingresar.

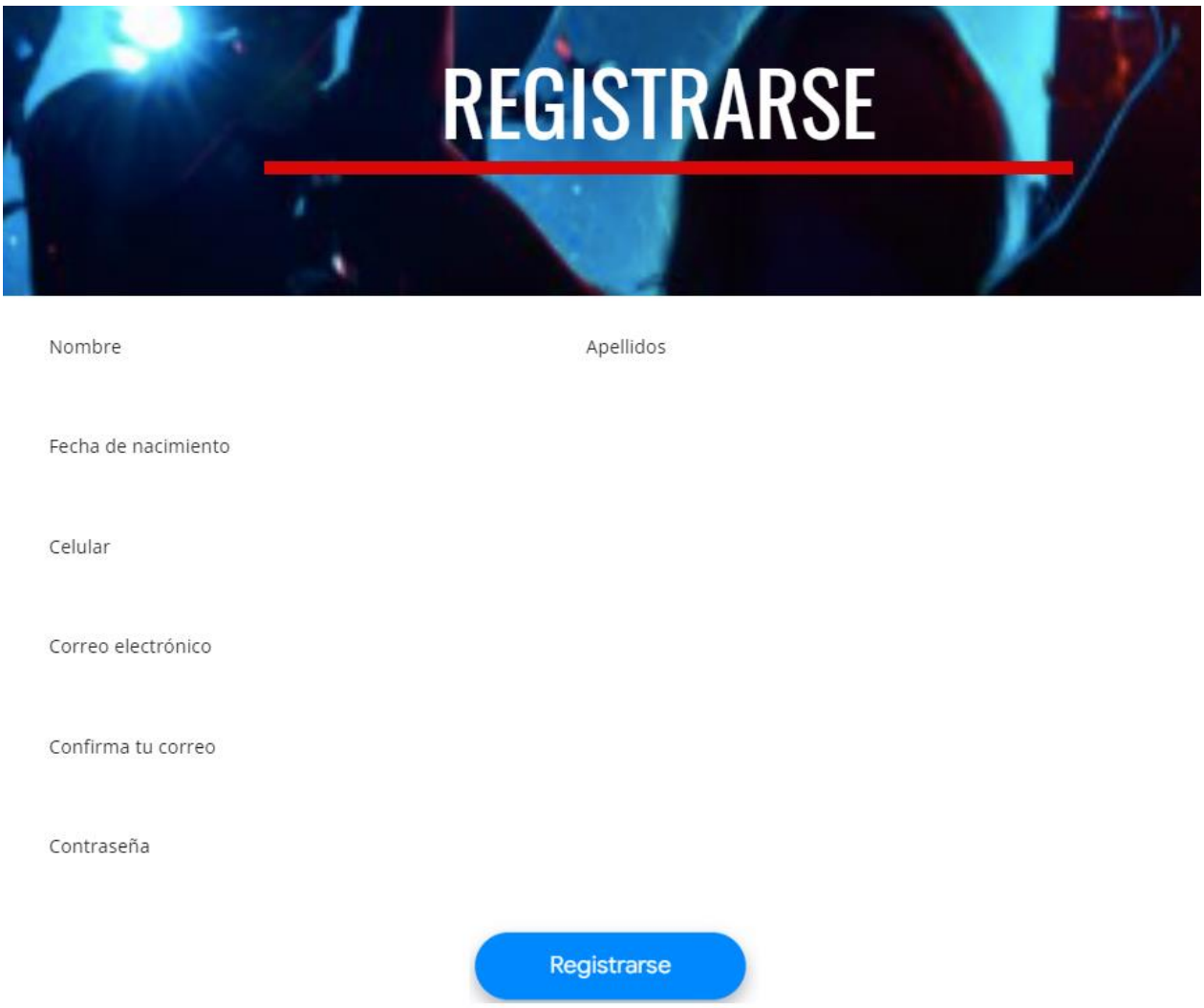


Registro de usuario

Los usuarios nuevos deben colocar los datos que se piden y generar una contraseña segura para ellos y proceder a dar clic a registrarse. Posteriormente se guardarán los datos automáticamente en la base de datos.

Imagen 2.

Registro de usuario.



Inicio de sesión

Los clientes registrados solo deben colocar su usuario y contraseña para iniciar la sesión.

Imagen 3.

Inicio de sesión.

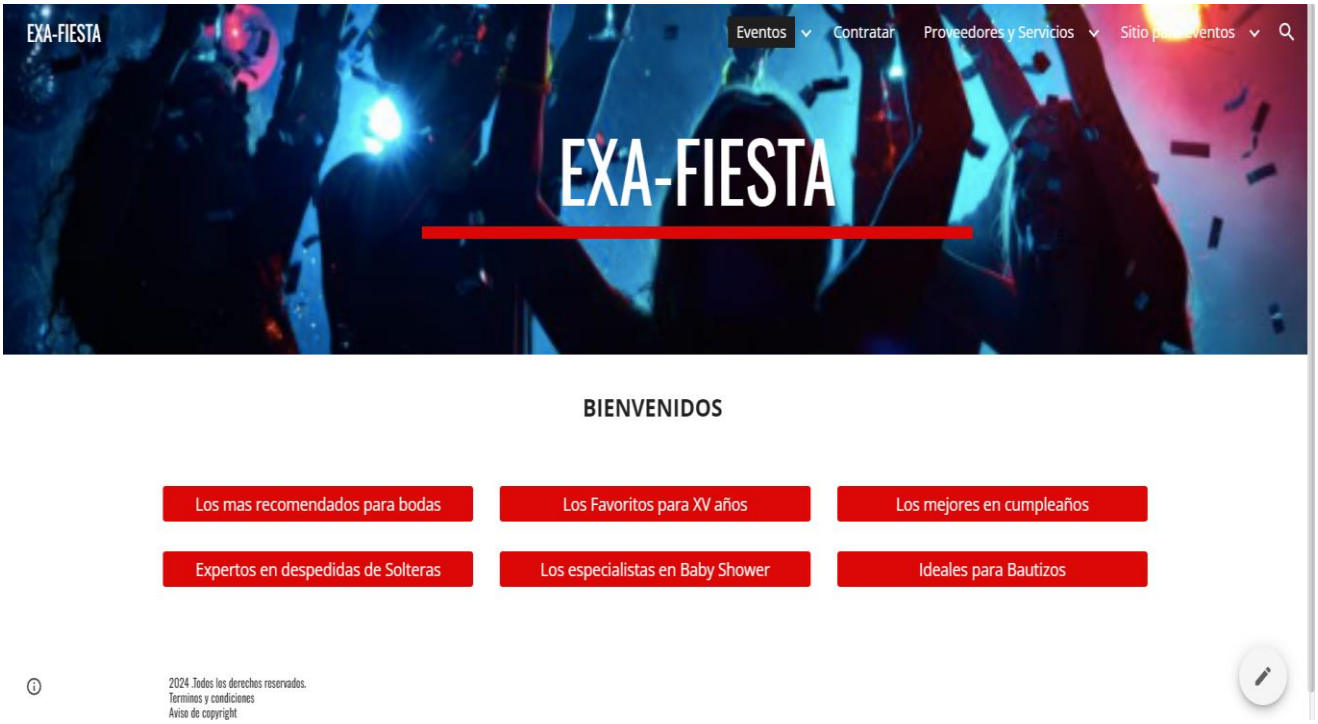


Página de Inicio

Inicio de la página donde se presentan los proveedores más solicitados y recomendados para que los usuarios que ingresen tengan un acceso directo.

Imagen 4.

Vista de pantalla principal.



Los usuarios podrán seleccionar de acuerdo con el evento social de su interés.

Imagen 5.

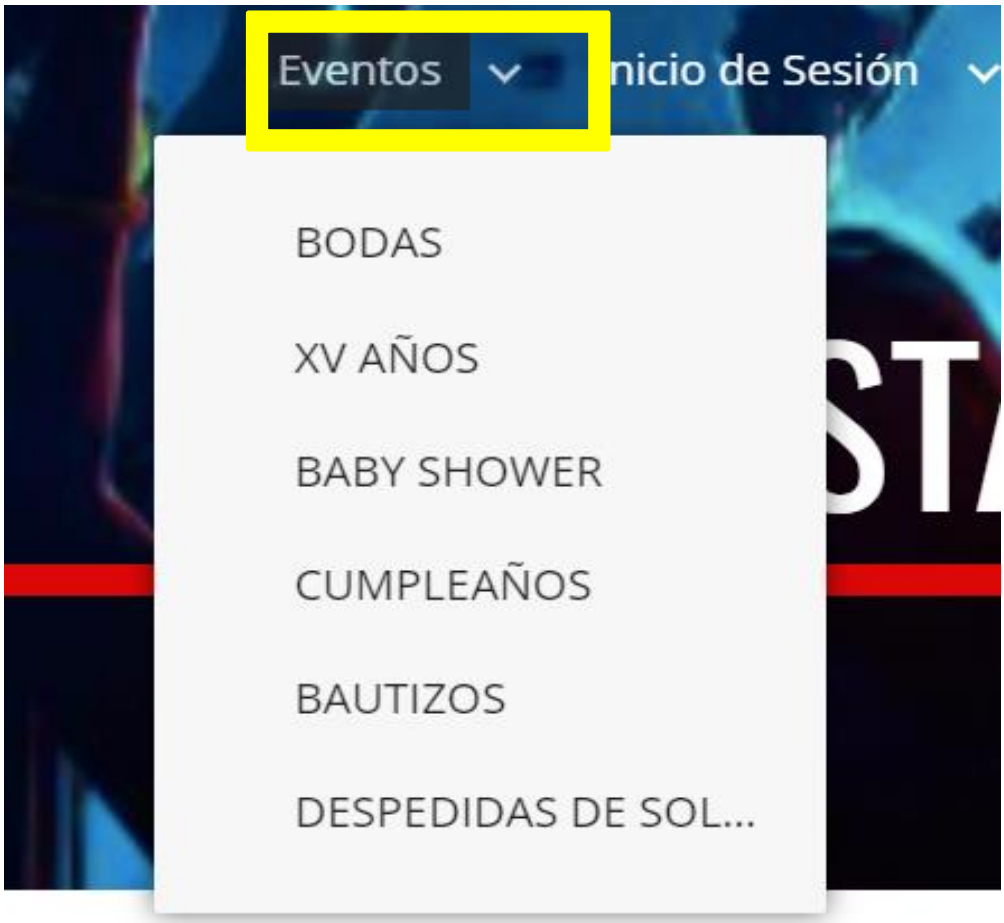
Proveedores destacados.



Los usuarios también pueden encontrar a los proveedores más recomendados de acuerdo con el evento social de su interés en la página de eventos.

Imagen 6.

Eventos.

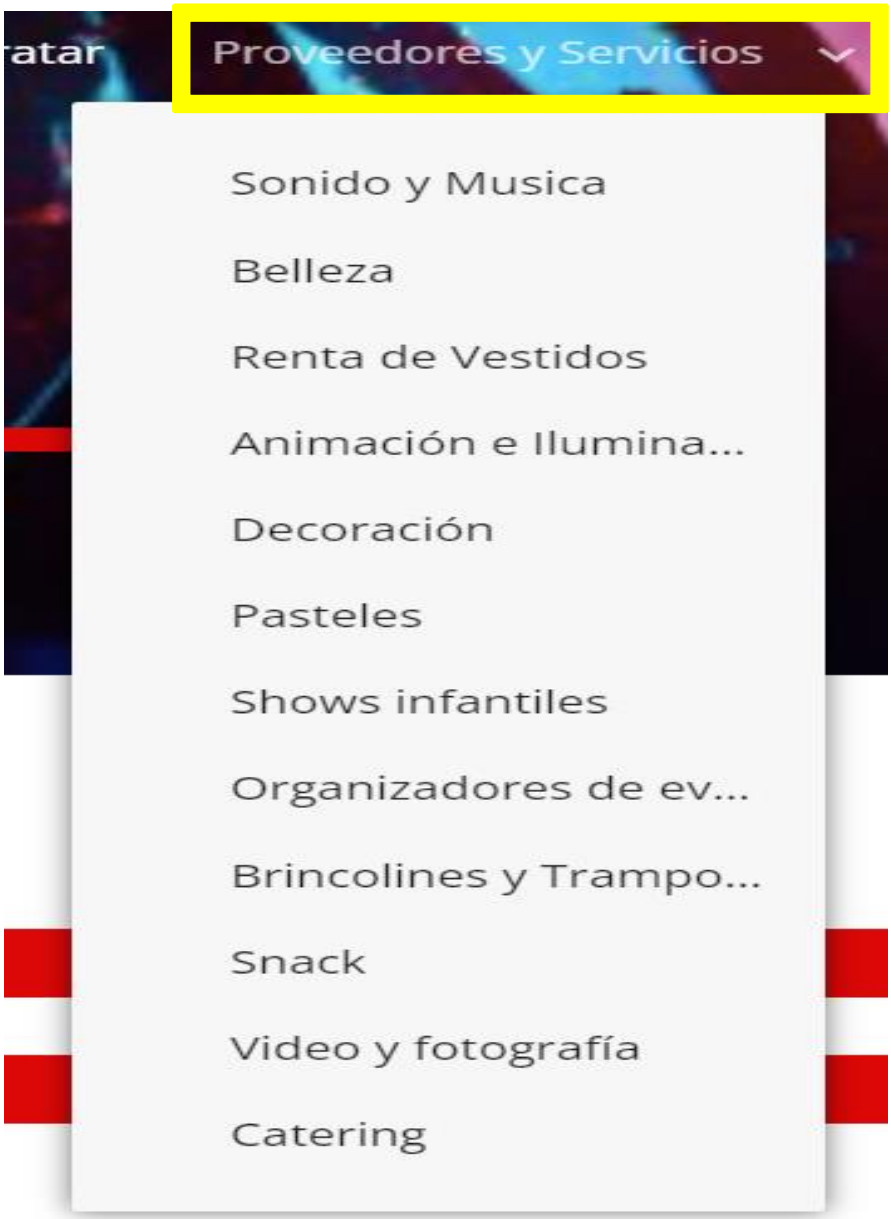


Búsqueda de proveedores

Los usuarios que buscan un proveedor en específico pueden encontrar variedad de estos en la página de proveedores y servicios.

Imagen 7.

Proveedores y servicios.



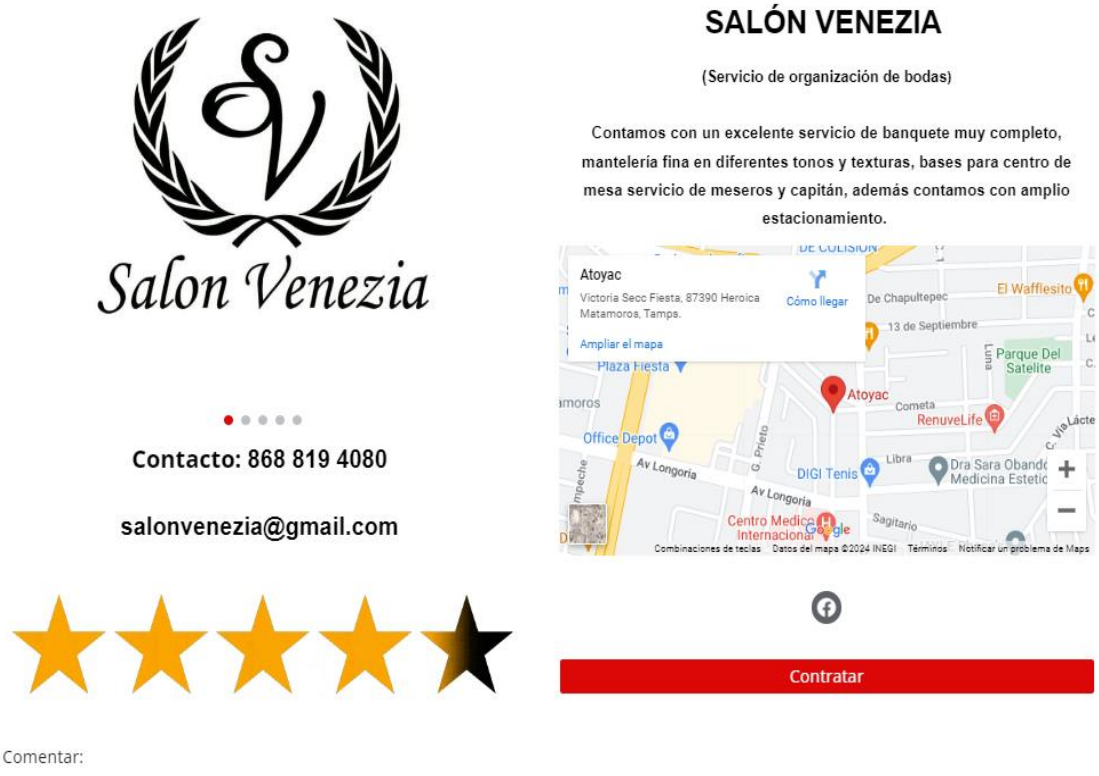
Información del proveedor

Los usuarios pueden conocer datos de los proveedores como:

- Contacto
- Dirección
- Redes sociales
- Reseñas y comentarios

Imagen 8.

Información del proveedor.

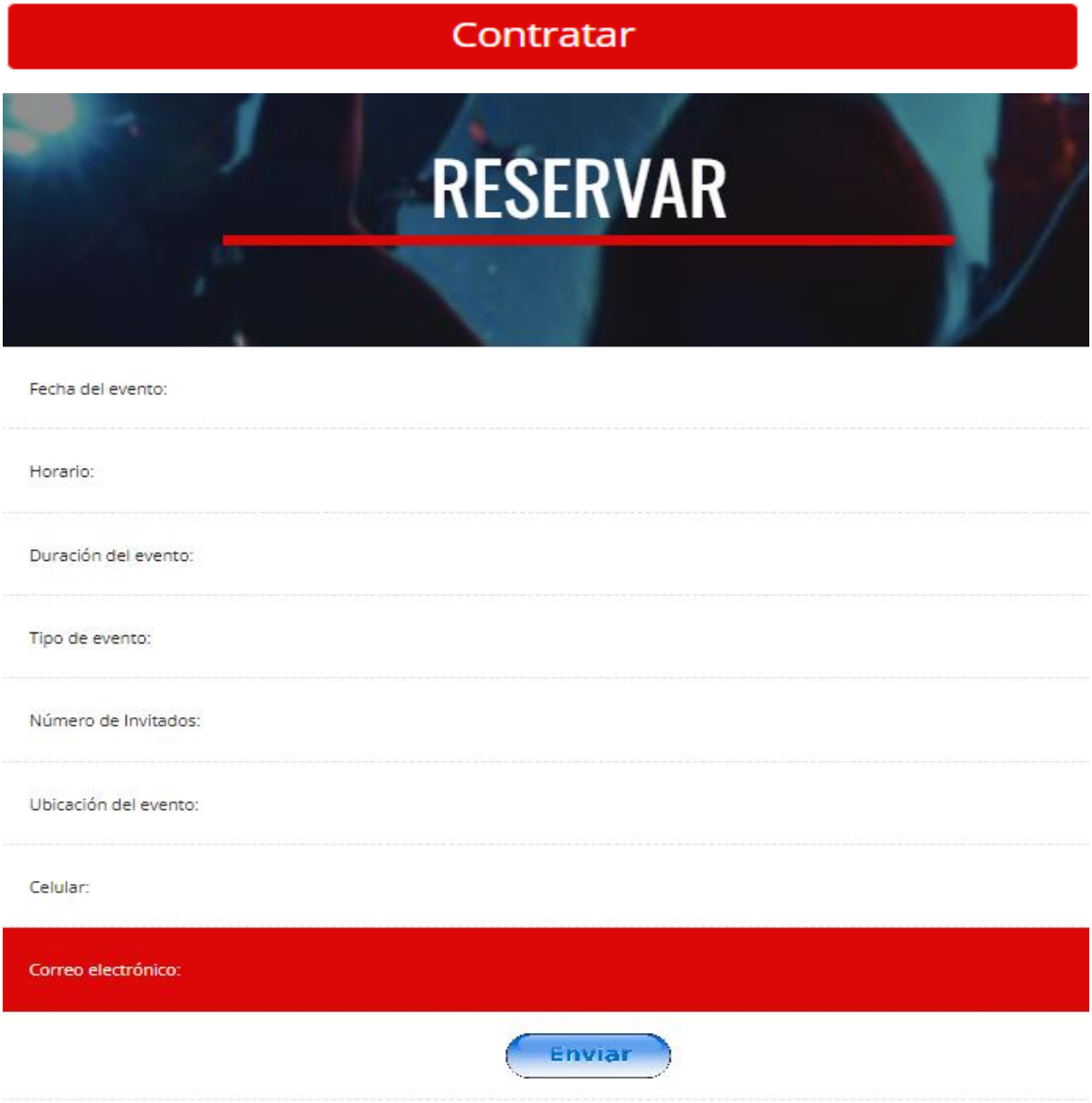


Selección de Proveedor

El usuario puede hacer una reservación del proveedor: al hacer clic en el botón de contratar (imagen 9) inmediatamente se abrirá una página de reservas donde tiene que ingresar la información que solicita una vez terminado de llenar dará clic en enviar.

Imagen 9.

Reservar



Envió de datos del Proveedor al usuario.

El proveedor recibe los datos de la reservación del usuario, después genera una cotización y la envía al usuario si el usuario está de acuerdo deberá dar clic en realizar pago y si no está de acuerdo solo deberá dar clic en rechazar.

Imagen 10.

Ejemplo Cotización del Proveedor.



Confirmación de Pago

El usuario coloca los datos solicitados para continuar con la reservación del proveedor y finalmente dar clic en pagar.

Imagen 11.

Datos para confirmación de Pago.



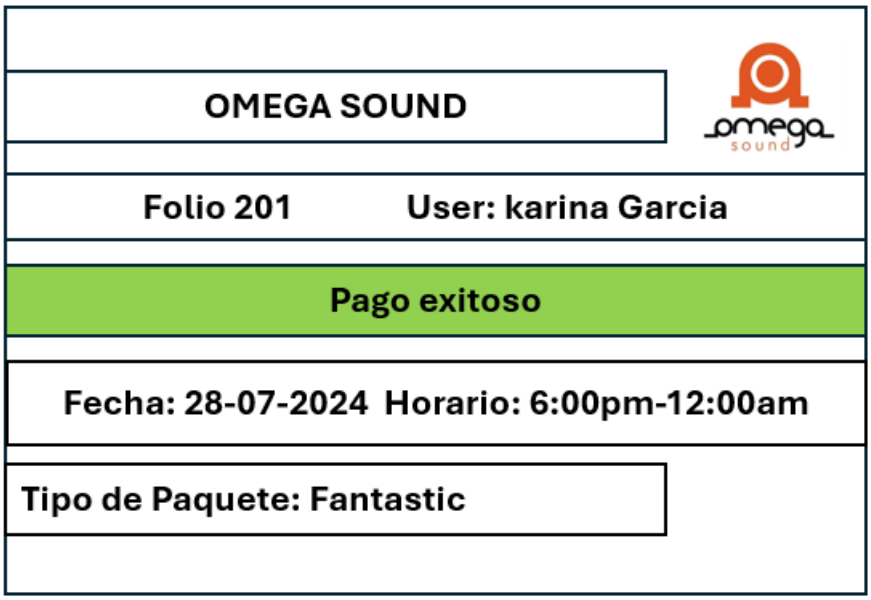
.

Recibo de Pago exitoso

El usuario que realiza la contratación de algún proveedor recibe un recibo digital para respaldo de su reservación.

Imagen 12.

Pago exitoso.



Anexo 4.

Flujo de efectivo a 12 meses

Flujo de efectivo a doce meses

Ingrese Aquí el Nombre de su Comp Exa-Fiesta **El Año Fiscal Inicia el:** Feb-23

	Feb-23	Mar-23	Apr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Aug-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	Jan-24
RECIBOS DE EFECTIVO												
Ventas en Efectivo (cantidad de producto * precio de la unidad)	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135
TOTAL DE INGRESOS DE EFECTIVO	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135	243,135

	Feb-23	Mar-23	Apr-23	May-23	Jun-23	Jul-23	Aug-23	Sep-23	Oct-23	Nov-23	Dec-23	Jan-24
EFECTIVO PAGADO												
Compras otros equipo	46,646											
Sueldos brutos (retiro exacto)	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867	22,867
Sueldos Administrativos	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367	37,367
Artículos de oficina (de oficina y operativos)	12,227											
Reparaciones y mantenimiento	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540	540
Publicidad	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200	2,200
Contabilidad y legal	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900	900
Renta	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000	5,000
Teléfono e Internet	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799	799
Otros gastos (Derechos de autor)	1,290											
Otros (Creacion de pagina)	15,000											
Otros (Seguridad web)	584	584	584	584	584	584	584	584	584	584	584	584
SUBTOTAL	145,420	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257
TOTAL DE EFECTIVO PAGADO	145,420	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257	70,257
Flujo de efectivo operacional	97,715	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878	172,878

Anexo 5.

Estado de Resultados

		IMPORTE	%
INGRESOS			
INGRESOS POR VENTAS	$	2,917,620	100.00%
TOTAL INGRESOS	$	2,917,620	100.00%
COSTO DE VENTA	$	274,404.00	9.41%
MANO DE OBRA		274,404	9.41%
UTILIDAD BRUTA	$	2,643,216.00	90.59%
EGRESOS			
GASTOS OPERAC. DE ADMON			
GASTOS DE PERSONAL		-	0.00%
SUELDOS		448,404	15.37%
RENTA		60,000	2.06%
SERVICIOS		9,588	0.33%
GASTOS LEGALES		10,800	0.37%
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES		23,298	0.80%
GASTOS DE REPRESENTACIÓN		448,404	15.37%
TOTAL GASTOS OPERAC. DE ADMON	$	1,000,494	34.29%
GASTOS OPERAC. DE VENTA			
SERVICIOS		26,400	
TOTAL GASTOS OPERAC. DE VENTA	$	26,400	0.90%
DEPRECIACIÓN			
GASTOS FINANCIEROS			
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	$	1,616,322	55.40%
IMPUESTOS (30%)	$	484,897	16.62%
UTILIDAD NETA	$	1,131,425	

Anexo 6

Reporte de similitud

turnitin **Identificación de reporte de similitud:** oid:20755:393475127

NOMBRE DEL TRABAJO
Diseño de Modelo de negocios para una Plataforma Digital de Eventos Sociales.docx

AUTOR
Maria Guadalupe Santiago Chimal

RECUENTO DE PALABRAS
11464 Words

RECUENTO DE CARACTERES
66214 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS
92 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO
8.3MB

FECHA DE ENTREGA
Oct 16, 2024 2:13 PM CDT

FECHA DEL INFORME
Oct 16, 2024 2:14 PM CDT

15% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 9% Base de datos de Internet
- 0% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de Crossref
- Base de datos de contenido publicado de Crossref
- 12% Base de datos de trabajos entregados

Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

Resumen