EDUCACIÓN
SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Matamoros

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS:

“GESTIÓN DEL PRESUPUESTO EN LA PLANEACIÓN DE EVENTOS SOCIALES’’

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

PRESENTA:

I.Q. Yajahira Roque Mata

DIRECTOR DE TESIS

MAI. María Guadalupe Vásquez González

H. Matamoros, Tamaulipas, México 1 de septiembre de 2025

Excelencia en Educación Tecnológica®
Tecnología es progreso®

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE MATAMOROS

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

TESIS:

"GESTIÓN DEL PRESUPUESTO EN LA PLANEACIÓN DE EVENTOS SOCIALES''

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL

PRESENTA:

I.Q. Yajahira Roque Mata

DIRECTOR:

MAI. María Guadalupe Vásquez González

ASESORES:

M.E. Zehila Castillo Treviño

M.C Guillermo Raúl Villasana Velázquez

H. Matamoros, Tamaulipas, México 1 de septiembre de 2025

Cesión de derechos

AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE AUTOR OTORGADO POR

YAJAHIRA ROQUE MATA, mayor de edad, con domicilio ubicado en Campestre del Rio 1 en mi calidad de titular y autor de la tesis denominada Gestión del presupuesto en la planeación 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 Impacto de la Inteligencia emocional en el clima laboral y servicio al cliente de una estación de servicio, 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 1 del mes de septiembre de 2025.



Autor de la Tesis:

I.Q Yajahira Roque Mata

CVU: 1283816

CURP: ROMS001124HTSQTNA1

Asesor de la Tesis:

MAI. María Guadalupe Vásquez González

Carta de No Plagio

Declaración de originalidad y no plagio

El, (La) que suscribe y firma la presente carta de originalidad, Yajahira Roque Mata, autor (a) de la Tesis: “Gestión del presupuesto en la planeación 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 5% plagio, cumpliendo con el límite permitido por la institución.

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

Atentamente

Nombre y firma del alumno



H. Matamoros, Tamaulipas a 01 de septiembre de 2025

Oficio de liberación

Educación
Secretaría de Educación Pública

TECNOLÓGICO NACIONAL DE MÉXICO

Instituto Tecnológico de Matamoros
División de Estudios de Posgrado e Investigación

Heroica Matamoros, Tamaulipas, 02/julio/2025
Oficio No.: 139/2025 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. YAJAHIRA ROQUE MATA, cuyo título es: "GESTIÓN DEL PRESUPUESTO EN LA PLANEACIÓN 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.

A T E N T A M E N T E

M.A.I. MARÍA GUADALUPE VÁSQUEZ GONZÁLEZ
DIRECTORA DE TESIS

M.E. ZEHILA CASTILLO TREVIÑO
MIEMBRO DEL COMITÉ REVISOR

M.C. GUILLERMO RAÚL VILLASANA VELÁZQUEZ
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

2025 Año de La Mujer Indígena

Av. Lauro Villar, km 6.5, C.P. 87490, A.P. 339
Heroica Matamoros, Tamaulipas.
Tels. 86881490952, 8688140953, ext. 398
e-mail: depi_matamoros@tecnm.mx

SGI · 100% Libre de Plástico · Ahorra TecNM · RMUPS

A Dios:

Por darme esta oportunidad y bendecir cada paso en este camino. Que este logro sea para Su gloria.

Agradecimientos

A mi familia, por su amor incondicional, su paciencia y su constante apoyo en cada etapa de este proceso.

A mis compañeras, hoy grandes amigas, porque en este camino lleno de retos, encontré más que conocimiento: encontré apoyo, risas y una valiosa amistad. Gracias por estar.

A mi directora de tesis, la MAI. Guadalupe Vázquez González por su guía, compromiso y valioso acompañamiento a lo largo de este proceso.

Índice

Cesión de derechos 3
Carta de No Plagio 6
Oficio de liberación 6
Agradecimientos 8
Índice 9
Resumen 11
Abstract 13
Introducción 15
CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL PROBLEMA 18
1.1. Descripción de la problemática 18
1.2. Pregunta de investigación 19
1.3. Objetivos de la investigación. 19
1.3.1. Objetivo general 19
1.3.2. Objetivos específicos 20
1.4. Hipótesis 21
1.4.1. Hipótesis general 21
1.4.2. Hipótesis secundarias 21
1.5. Justificación 22
1.6. Variables e indicadores 23
Tabla 1. Variables e indicadores 23
CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS 27
2.1. Marco conceptual 27
2.2. Marco jurídico 42
2.3 Antecedentes 47
Tabla 2. Antecedentes 48
2.4 Marco teórico 51
CAPÍTULO III. DESARROLLO DEL PROYECTO 53
3.1 Población y Muestra 53
3.2 Ejecución 54
CAPÍTULO IV. RESULTADOS 58
4.1 Encuesta a Organizadores 58
4.2 Encuesta a Expertos Organizadores 63

4.3 Encuesta a Invitados 72
4.4 Discusión 78
4.5 Estrategias 81
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES 87
5.3 Conclusión 87
REFERENCIAS 89
ANEXOS. Porcentaje obtenido en Turniting 93

Resumen

La planificación de eventos sociales, como bodas y quinceaños, requirió una adecuada gestión del presupuesto para asegurar el éxito del evento sin exceder los límites financieros, manteniendo al mismo tiempo un nivel de calidad en los servicios. La gestión financiera fue un elemento clave, especialmente en este tipo de celebraciones, ya que una administración deficiente de los costos generaba sobrecostos presupuestarios, servicios de baja calidad o insatisfacción tanto de los invitados como de los anfitriones.

En este tipo de eventos, se manejaba un estilo muy personalizado; es decir, los anfitriones buscaban que sus eventos fueran únicos, por lo que los precios de proveedores y servicios variaban constantemente debido a la gran cantidad de especificaciones del cliente. Los organizadores de eventos enfrentaban el desafío de equilibrar calidad y rentabilidad sin salirse del presupuesto.

Esta investigación tuvo como objetivo analizar las estrategias y herramientas utilizadas en la gestión del presupuesto para eventos sociales, identificando los factores que más impactaban los costos y explorando alternativas para su optimización.

Se empleó una metodología de enfoque mixto. En la fase cualitativa, se realizaron entrevistas semiestructuradas a organizadores de eventos con amplia experiencia, mientras que en la fase cuantitativa, se aplicaron encuestas a asistentes

de eventos sociales para conocer su percepción sobre aspectos clave como la calidad de los servicios, el cumplimiento del presupuesto y el nivel de satisfacción.

Los resultados evidenciaron que una planificación anticipada, la comparación entre proveedores y el uso de herramientas tecnológicas fueron factores clave en el control del presupuesto. Estos hallazgos permitieron establecer estrategias claras y aplicables que podrían transformar la forma en que se administraba el presupuesto en eventos sociales, elevando la eficiencia y profesionalización del sector.

Abstract

The planning of social events, such as weddings and quinceañeras, required adequate budget management to ensure the success of the event without exceeding financial limits, while maintaining a high level of service quality. Financial management was a key element, especially in this type of celebration, since poor cost administration led to budget overruns, low-quality services, or dissatisfaction among both guests and hosts.

In this type of event, a highly personalized style was handled; that is, hosts sought to make their events unique, so the prices of suppliers and services varied constantly due to the high number of client specifications. Event organizers faced the challenge of balancing quality and profitability without exceeding the budget.

This research aimed to analyze the strategies and tools used in budget management for social events, identifying the factors that had the greatest impact on costs and exploring alternatives for their optimization.

A mixed-method approach was used. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with experienced event organizers, while in the quantitative phase, surveys were administered to attendees of social events to learn their perceptions of key aspects such as service quality, budget compliance, and satisfaction level.

The results showed that early planning, comparing suppliers, and the use of technological tools were key factors in budget control. These findings made it possible to establish clear and applicable strategies that could transform the way

budgets were managed in social events, enhancing the efficiency and professionalization of the sector.

.

Introducción

Debido a la pandemia que inició en el año 2020, se tuvieron que prohibir los eventos sociales; sin embargo, una vez finalizada en 2023, la industria de los eventos sociales experimentó un crecimiento significativo, convirtiéndose en un sector altamente competitivo.

Eventos como bodas, XV años, graduaciones y otras celebraciones requirieron una planificación y organización detallada que involucraba múltiples aspectos logísticos, administrativos y financieros. Uno de los principales retos en la organización de estos eventos fue la administración del presupuesto, ya que una mala decisión podía generar gastos excesivos.

Como se mencionó, se evidenció un aumento en la demanda de este tipo de eventos, observándose con frecuencia cada fin de semana. Esta tendencia provocó que cada anfitrión buscara ofrecer algo diferente a lo ya visto, promoviendo celebraciones cada vez más personalizadas y extravagantes, lo cual representó un desafío para los organizadores al intentar cumplir con los deseos y especificaciones de sus clientes.

Este estudio analizó cómo una planificación financiera estructurada contribuyó a que los organizadores gestionaran de manera más eficiente el presupuesto, sin comprometer la calidad del evento. Además, se exploró cómo la anticipación, la negociación con proveedores y la correcta asignación de recursos generaron ahorros significativos y aportaron a una mayor rentabilidad en la organización de eventos sociales.

La finalidad de esta investigación radicó en ofrecer soluciones prácticas que ayudaran a los organizadores de eventos a optimizar los recursos disponibles, evitando gastos innecesarios y maximizando la eficiencia de la planificación financiera.

CAPÍTULO I. GENERALIDADES

DEL PROBLEMA

CAPÍTULO I. GENERALIDADES DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la problemática

La planificación de eventos sociales implica la coordinación de múltiples elementos que van desde la selección del lugar, la contratación de proveedores y la logística del evento, hasta la experiencia final de los asistentes. Uno de los mayores retos en este proceso es la gestión eficiente del presupuesto, ya que un mal manejo de los recursos puede llegar a comprometer la viabilidad del evento.

En la actualidad, los organizadores de eventos enfrentan un entorno económico incierto, caracterizado por la variante constante de precios en insumos y servicios, la alta competencia en el sector y el aumento de las exigencias de los clientes. La falta de planificación financiera adecuada puede llevar a gastos innecesarios, desbalances presupuestarios y dificultades en la toma de decisiones estratégicas, lo que repercute en la rentabilidad del negocio y en la satisfacción de los anfitriones.

Muchos organizadores aún dependen de métodos tradicionales de administración presupuestaria, lo que limita la posibilidad de identificar oportunidades de ahorro y eficiencia. La falta de negociaciones estratégicas con proveedores, el desconocimiento de costos ocultos y la subestimación de imprevistos son factores que pueden afectar significativamente el resultado final del evento.

Por lo tanto, es fundamental analizar estrategias y herramientas que permitan mejorar la gestión del presupuesto en la planificación de eventos sociales. Esta investigación busca abordar esta problemática, explorando metodologías de optimización financiera y las mejores prácticas en la industria para asegurar una distribución eficiente de los recursos.

1.2. Pregunta de investigación

¿Cómo influye una planificación y organización estructurada en la optimización del presupuesto y la eficiencia en la gestión de eventos sociales?

1.3. Objetivos de la investigación.

1.3.1. Objetivo general

Establecer estrategias de organización y planificación que permitan una óptima gestión del presupuesto en eventos sociales, con el propósito de optimizar el uso de recursos, mantener la calidad de los servicios ofrecidos y elevar la satisfacción de los clientes.

1.3.2. Objetivos específicos

1. Identificar los principales factores que influyen en la gestión del presupuesto en la organización de eventos sociales.
2. Explorar las estrategias utilizadas por organizadores de eventos sociales para optimizar costos y maximizar la rentabilidad sin afectar la calidad del servicio.

1.4. Hipótesis

1.4.1. Hipótesis general

Una planificación y organización estructurada del evento social, basada en estrategias financieras y herramientas de gestión, permite optimizar el presupuesto y garantizar mejores resultados en términos de calidad, eficiencia y satisfacción del cliente.

1.4.2. Hipótesis secundarias

1. Una adecuada planificación financiera en la organización de eventos sociales permite prevenir sobrecostos y optimizar la distribución del presupuesto.
2. El uso de metodologías de planeación estructurada mejora la gestión del presupuesto y reduce imprevistos durante la ejecución del evento social.
3. La implementación de herramientas digitales y software de gestión contribuye a una mejor organización y control financiero en la planeación de eventos sociales.
4. La anticipación en la contratación de proveedores y la negociación estratégica permiten maximizar la eficiencia del presupuesto sin comprometer la calidad del evento social.
5. Un enfoque detallado en la organización del evento social, considerando cada fase de la planeación, mejora la optimización de recursos y el cumplimiento de los objetivos financieros.

1.5. Justificación

Durante los tres años de pandemia, muchos eventos fueron pospuestos o cancelados, lo que resultó en una acumulación de celebraciones postergadas. Al reanudarse las actividades sociales, los anfitriones, en busca de experiencias únicas y personalizadas para sus eventos, han elevado sus expectativas y la demanda de celebraciones más grandes, exclusivas y extravagantes. Este incremento en la demanda ha llevado a los organizadores a enfrentarse a una mayor competencia y a la necesidad de maximizar la calidad de los eventos sin exceder los recursos financieros disponibles.

Este fenómeno no ha sido aislado. En regiones como el Valle de Toluca, por ejemplo, se ha reportado una recuperación del 75% en el sector de eventos sociales tras la pandemia, con un crecimiento notable en la demanda de coordinadores y una preferencia creciente por espacios abiertos y temáticas innovadoras (Milenio, 2023). Asimismo, en ciudades fronterizas como Matamoros, Tamaulipas, los salones de eventos alcanzaron una ocupación del 60%, con expectativas de llenos totales. Además, se ha observado una tendencia hacia la contratación de paquetes todo incluido, reflejando una demanda por servicios integrales que faciliten la planificación y ejecución del evento (El Mañana de Reynosa, 2023).

En este contexto, la planificación y organización detallada de cada fase del evento se vuelve esencial no solo para cumplir con las expectativas del cliente, sino también para optimizar el presupuesto. Una planificación bien estructurada permite anticipar

gastos, controlar costos y tomar decisiones estratégicas en cuanto a proveedores, recursos y logística, lo que a su vez contribuye a evitar gastos innecesarios o imprevistos.

La falta de organización puede llevar a gastos inesperados, compras de último minuto o la contratación de proveedores a precios elevados, lo que aumenta considerablemente el costo total del evento. Sin embargo, cuando la planificación es efectiva y meticulosa, los organizadores pueden identificar áreas donde es posible ahorrar, negociar mejores precios con proveedores y distribuir los recursos de manera más eficiente, asegurando que cada peso invertido se utilice de manera estratégica para maximizar el impacto del evento sin sacrificar su calidad.

1.6. Variables e indicadores

Se presentan las siguientes variables e indicadores clave que orientan el análisis de la gestión del presupuesto en eventos sociales, facilitando la recolección y el análisis de datos de manera precisa y organizada.

Tabla 1. Variables e indicadores

VARIABLES	DESCRIPCIÓN	INDICADOR
Planificación Financiera	Detallada en las fases previas del evento, incluyendo la	• Presupuesto inicial estimado: Cantidad total de dinero destinada a la creación del evento.

	asignación de recursos, la estimación de costos y la identificación de posibles imprevistos.	• Distribución de recursos: Porcentaje económico asignado a cada área del evento (decoración, lugar, sonido, etc.). • Anticipación en la planificación: Tiempo de anticipación en la que se realiza la planificación financiera.
Optimización de Costos	La capacidad de reducir gastos innecesarios sin comprometer la calidad del evento, a través de decisiones estratégicas en la elección de proveedores, recursos y la logística.	• Ahorros obtenidos: Porcentaje de reducción en los costos de algunos aspectos del evento debido a negociaciones con proveedores o elecciones de bajo costo. • Número de decisiones de ahorro: Cantidad de decisiones tomadas para reducir costos sin afectar la calidad.
Uso de Tecnología en la Gestión del Presupuesto	Software de gestión de proyectos o plataformas de administración financiera, en la planificación y	• Uso de software de planificación: Porcentaje de organizadores que utilizan alguna herramienta digital o software especializado en la planificación del presupuesto. • Automatización de tareas financieras: Porcentaje de procesos financieros que son automatizados mediante herramientas digitales.

	control del presupuesto de eventos.	
Satisfacción del Cliente	El grado de satisfacción de los anfitriones y los invitados con respecto a la calidad del evento y su relación con el costo de este.	• Nivel de satisfacción del cliente: Mediante encuesta. • Percepción de la relación calidad-precio: Opinión de los anfitriones sobre si el evento cumplió con sus expectativas en relación al costo. • Número de recomendaciones de clientes: Porcentaje de clientes que recomendarían los servicios del organizador a otros. • Repetición de clientes: Porcentaje de clientes que vuelven a contratar los servicios de la misma empresa organizadora para futuros eventos.
Negociación con Proveedores	La capacidad de los organizadores para negociar precios y condiciones favorables con los proveedores de servicios para optimizar el presupuesto.	• Porcentaje de descuento obtenido: Descuento promedio logrado por los organizadores a través de negociaciones con proveedores. • Número de proveedores negociados: Cantidad de proveedores con los que se realiza una negociación para obtener mejores condiciones de pago o precios.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

CAPÍTULO II FUNDAMENTOS TEÓRICOS

2.1. Marco conceptual

En la siguiente sección se dará a conocer cada uno de los conceptos que se utilizarán en la presente investigación.

Evento

Un evento puede definirse como una experiencia planificada que tiene lugar en un momento y lugar determinado, creada para lograr un propósito específico, ya sea de carácter social, cultural, corporativo, deportivo o educativo. Los eventos son producidos deliberadamente para generar emociones, transmitir mensajes, celebrar ocasiones o promover marcas, y su éxito depende de una cuidadosa planificación, coordinación de recursos, atención al detalle y enfoque centrado en la experiencia del público.

Según Getz (2005), “un evento es un fenómeno temporal, con un principio y un fin claro, planeado intencionalmente para reunir a personas con el fin de disfrutar, conmemorar, celebrar, competir, promover o aprender”. Esta definición destaca la dimensión intencional y experiencial de los eventos, donde el valor radica no solo en la logística sino también en el impacto emocional y simbólico que genera en los participantes.

Además, Bowdin et al. (2011) amplían el concepto afirmando que los eventos son instrumentos estratégicos dentro del marketing, la comunicación, el turismo y el

desarrollo económico, ya que bien ejecutados, pueden fortalecer la identidad de marca, fomentar el sentido de comunidad o generar ingresos sustanciales.

Organización

La organización es un proceso sistemático mediante el cual se coordinan recursos humanos, financieros, tecnológicos y materiales con el fin de alcanzar objetivos comunes de forma eficiente y eficaz. Este proceso implica la estructuración de funciones, la asignación de responsabilidades, la definición de jerarquías, la distribución de tareas y la creación de mecanismos de control para garantizar el cumplimiento de metas.

Según Koontz y Weihrich (2012), organizar consiste en “identificar y clasificar las actividades requeridas, agruparlas en unidades administrativas, asignar responsables y establecer la autoridad y coordinación necesaria entre ellos para cumplir los objetivos establecidos”. Esta definición subraya el carácter planificado, jerárquico y colaborativo de la organización como parte esencial de la gestión empresarial y de proyectos.

Chiavenato (2009) señala que la organización es también un sistema social abierto, compuesto por personas que interactúan dentro de un entorno cambiante, lo cual implica que el proceso organizativo debe ser flexible, adaptativo y orientado al logro de resultados en contextos dinámicos.

Planeación

La planeación es una función administrativa esencial que implica la definición anticipada de los objetivos organizacionales, así como la selección de acciones y recursos necesarios para alcanzarlos en un plazo determinado. Este proceso estratégico permite a las organizaciones anticiparse a los cambios, reducir la incertidumbre y optimizar el uso de los recursos disponibles.

Según Chiavenato (2009), “la planeación consiste en la definición de objetivos, la determinación anticipada de las acciones que se deben realizar para alcanzar dichos objetivos y la previsión de los recursos necesarios para llevarlas a cabo de manera eficiente y eficaz”. Esta definición subraya el carácter racional, secuencial y proactivo de la planeación como herramienta de gestión.

En el ámbito de los eventos sociales, la planeación cobra especial relevancia al permitir al coordinador diseñar un esquema detallado de actividades, calendarizar tareas, prever gastos y establecer mecanismos de control. A través de una planeación adecuada, se pueden evitar sobrecostos, garantizar la satisfacción del cliente y responder de forma oportuna a imprevistos.

Por su parte, Robbins y Coulter (2018) señalan que la planeación “implica establecer metas, definir estrategias para alcanzarlas y desarrollar planes que integren y coordinen actividades”. En otras palabras, es una guía estructurada que orienta todo el proceso operativo, desde la concepción de un evento hasta su ejecución final, asegurando congruencia entre lo planeado y lo realizado.

Presupuesto

El presupuesto es una herramienta fundamental de planificación y control que permite estimar, asignar y gestionar los recursos financieros necesarios para el cumplimiento de objetivos específicos dentro de un periodo determinado. En esencia, se trata de un plan financiero detallado que establece con anticipación los ingresos esperados y los gastos proyectados, facilitando la toma de decisiones estratégicas, el monitoreo del desempeño y la corrección de desviaciones. En el ámbito de la organización de eventos sociales, el presupuesto permite a los coordinadores prever los costos asociados a cada rubro (como logística, locación, proveedores, entretenimiento, catering, etc.), anticiparse a contingencias y garantizar la viabilidad financiera del evento sin comprometer la calidad del servicio ofrecido.

Según Gitman y Zutter (2015), el presupuesto es “una proyección formal de las operaciones futuras de una organización durante un periodo específico, que sirve como guía para la asignación de recursos y la evaluación del desempeño”. Asimismo, el presupuesto permite establecer límites claros y mecanismos de control que minimizan el riesgo financiero, al mismo tiempo que facilita la rendición de cuentas y la transparencia ante los clientes.

Gestión

Según Chiavenato (2009), “la gestión es el proceso de planear, organizar, dirigir y controlar el uso de los recursos para lograr los objetivos organizacionales con eficiencia

y eficacia” (p. 8). Esto implica que una buena gestión no solo busca el cumplimiento de metas, sino que lo hace optimizando el uso de los recursos disponibles, minimizando riesgos y maximizando el valor entregado al cliente.

En el ámbito de la gestión de eventos, Robbins y Coulter (2012) destacan que esta requiere habilidades particulares de liderazgo, planificación estratégica, manejo del tiempo, comunicación efectiva y toma de decisiones rápidas ante situaciones imprevistas. Además, el gestor de eventos debe garantizar que todos los elementos —como logística, presupuesto, diseño, montaje y ejecución— estén alineados con las expectativas del cliente y las características del evento.

Administración Financiera

Gitman y Zutter (2012) definen la administración financiera como “la gestión de los recursos financieros de una empresa para lograr sus objetivos estratégicos, operativos y financieros, mediante la toma de decisiones de inversión, financiamiento y control del capital” (p. 5). Esto implica analizar cuidadosamente las fuentes de ingreso (como anticipos, pagos parciales y patrocinios) y los egresos (como pagos a proveedores, logística y contingencias), para asegurar que el evento se ejecute dentro del margen presupuestal planificado.

Por su parte, Van Horne y Wachowicz (2010) señalan que una administración financiera eficaz en proyectos específicos —como los eventos— permite no solo alcanzar objetivos operativos, sino también enfrentar los riesgos asociados a imprevistos

financieros y fluctuaciones de precios, a través de estrategias como reservas presupuestales, análisis de costos-beneficio y control detallado del flujo de caja

Así, aplicar principios de administración financiera en la organización de eventos no solo garantiza la viabilidad económica del proyecto, sino que también fortalece la toma de decisiones estratégicas, mejora la transparencia y favorece una relación de confianza con los clientes.

Proveedores

Los proveedores son las empresas o personas que suministran bienes y servicios esenciales para la realización de un evento, como catering, decoración, audio, video y entretenimiento (Goldblatt, 2011). La selección adecuada de proveedores influye en la calidad y éxito del evento, por lo que es fundamental evaluar precios, referencias y cumplimiento de plazos.

Según Kotler y Keller (2016), los proveedores son “empresas o individuos que proporcionan los recursos necesarios para que una empresa produzca sus bienes o servicios” (p. 218). Su elección adecuada influye directamente en la calidad del evento y en el cumplimiento del presupuesto establecido. Una buena relación con los proveedores permite negociar mejores condiciones de pago, reducir costos y garantizar el cumplimiento en tiempo y forma de los compromisos adquiridos.

Por su parte, Monczka, Handfield, Giunipero y Patterson (2016) sostienen que “la gestión estratégica de proveedores implica seleccionar, evaluar y mantener relaciones colaborativas con aquellos actores cuya participación sea crítica para el éxito del proyecto o la empresa” (p. 89). Esta gestión cobra especial importancia en los eventos sociales, donde los tiempos son limitados, las expectativas de los clientes son altas y la coordinación debe ser precisa.

Grado de Satisfacción

De acuerdo con Kotler y Keller (2016), la satisfacción del cliente es “la sensación de placer o decepción que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con las expectativas previas” (p. 152). Esto implica que la satisfacción no solo depende del producto o servicio en sí, sino también de las expectativas individuales y del contexto en el que se evalúa.

Por su parte, Oliver (2014) define la satisfacción como “una respuesta emocional que surge cuando la experiencia de consumo cumple o excede las expectativas del consumidor, influyendo en la lealtad y en el comportamiento futuro” (p. 27). En la organización de eventos sociales, un alto grado de satisfacción puede traducirse en recomendaciones, fidelización del cliente y una reputación positiva para el organizador.

El grado de satisfacción puede evaluarse a través de diferentes técnicas, como encuestas, entrevistas y observación directa, permitiendo identificar fortalezas y áreas de mejora para optimizar la calidad del servicio y la asignación eficiente de recursos

(Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988). Además, entender los factores que influyen en la satisfacción ayuda a los organizadores a diseñar estrategias orientadas a mejorar la experiencia del invitado, ajustando elementos como la atención, la ambientación, la calidad de los servicios y la gestión del presupuesto.

Recursos

Según Robbins y Coulter (2018), los recursos incluyen “todo aquello que una organización posee o controla y que puede ser empleado para realizar sus objetivos, tales como capital financiero, equipo, tecnología, personas y tiempo” (p. 92). Esta definición resalta la importancia de una gestión adecuada de los recursos, ya que su disponibilidad y uso eficiente determinan la viabilidad y calidad del evento.

Por otro lado, Chiavenato (2017) enfatiza que “los recursos son insumos necesarios para la producción y operación de cualquier actividad, y su correcta administración permite optimizar la productividad y reducir costos innecesarios” (p. 54). En eventos sociales, esto se traduce en aprovechar al máximo el presupuesto, el personal de apoyo, los materiales de decoración, el espacio y el tiempo para cumplir con las expectativas del cliente sin desperdiciar.

Además, Grant (2019) señala que los recursos pueden clasificarse en “recursos tangibles, que incluyen activos físicos y financieros, y recursos intangibles, como la reputación, el conocimiento y las relaciones” (p. 110). En la organización de eventos, los

recursos intangibles como la experiencia del organizador y las alianzas con proveedores también son cruciales para el éxito.

Una gestión eficaz de recursos implica la planificación, asignación, monitoreo y evaluación continua para garantizar que cada recurso contribuya de manera óptima a la consecución de los objetivos, evitando desperdicios y mejorando la calidad y satisfacción en el evento (Heizer, Render & Munson, 2017).

Logística de Eventos

La logística de eventos comprende el conjunto de procesos y recursos técnicos y operativos que se requieren para planificar, coordinar y ejecutar eficazmente todos los elementos físicos, humanos y materiales de un evento. Incluye aspectos como la distribución del espacio, flujo de asistentes, montaje y desmontaje, transporte, catering, señalización, gestión del tiempo y proveedores.

Monczka et al. (2016) definen la logística como “el proceso de planear, implementar y controlar eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para satisfacer los requerimientos del cliente”. Adaptado a los eventos, este proceso asegura que todo ocurra de manera ordenada, oportuna y sin contratiempos.

Una logística bien estructurada reduce riesgos, mejora la experiencia de los asistentes y facilita la solución de imprevistos, convirtiéndose en un pilar clave de la gestión de eventos exitosos (Silvers, 2012).

Organizadores

Los organizadores son los profesionales o personas responsables de planificar, coordinar y supervisar todos los aspectos necesarios para la realización exitosa de un evento. Su función abarca desde la conceptualización y diseño, hasta la ejecución y evaluación del evento, garantizando que se cumplan los objetivos planteados y que la experiencia de los asistentes sea satisfactoria.

Según Silvers (2012), “los organizadores de eventos son agentes que integran recursos humanos, técnicos, financieros y materiales para crear experiencias memorables, manejando la logística, comunicación y relaciones públicas de forma eficiente” (p. 45). La complejidad de su rol requiere habilidades en gestión de proyectos, negociación con proveedores, control presupuestal y manejo de imprevistos.

Además, Bowdin et al. (2011) destacan que “los organizadores son responsables de la administración integral del evento, que incluye la coordinación con múltiples partes interesadas, desde patrocinadores hasta asistentes, y la gestión del tiempo, espacio y recursos financieros” (p. 78). Su trabajo es fundamental para garantizar que el evento se realice dentro de los parámetros de calidad, seguridad y satisfacción del cliente.

Cotización

De acuerdo con Kerzner (2017), “la cotización es una oferta detallada que incluye el desglose de costos y condiciones para un proyecto o servicio, que sirve como base para contratos y acuerdos comerciales” (p. 200). En eventos sociales, la cotización debe

contemplar todos los aspectos desde el catering, decoración, alquiler de espacios, hasta servicios adicionales como seguridad o tecnología audiovisual.

Para Goldblatt (2013), “una cotización bien elaborada facilita la transparencia y confianza entre el organizador y el proveedor, minimizando riesgos financieros y facilitando la planificación presupuestaria del evento” (p. 134). Además, es común que las cotizaciones incluyan cláusulas sobre posibles modificaciones, fechas de entrega y penalizaciones en caso de incumplimiento.

Evento Social

Un evento social es una reunión organizada con el propósito de celebrar, conmemorar o facilitar la interacción entre personas, con un fuerte componente cultural, emocional y social. Estos eventos suelen tener una estructura planificada que incluye actividades específicas, invitados, y una logística determinada para garantizar el éxito y la satisfacción de los asistentes.

Según Goldblatt (2013), “los eventos sociales son experiencias temporales diseñadas para reunir personas en un ambiente que propicie la interacción, el entretenimiento y la celebración de un acontecimiento importante en la vida social” (p. 23). Entre los tipos más comunes se encuentran bodas, quinceañeras, cumpleaños, aniversarios y eventos familiares o comunitarios.

Por su parte, Bowdin et al. (2011) indican que “los eventos sociales tienen un alto impacto en la cohesión social y cultural, y requieren una planificación cuidadosa para

balancear aspectos emocionales, estéticos y presupuestales, garantizando la calidad y satisfacción de todos los participantes” (p. 12).

Calidad

Según la Organización Internacional de Normalización (ISO), calidad es “el grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO, 2015, p. 3). Esto abarca desde la puntualidad y profesionalismo del personal, hasta la presentación de los alimentos, la ambientación del lugar, la coordinación del cronograma y la atención a los invitados.

Por su parte, Juran y Godfrey (1999) sostienen que “la calidad consiste en la adecuación al uso” y enfatizan que un producto o servicio de calidad es aquel que satisface plenamente las expectativas del cliente, sin defectos ni deficiencias. En los eventos sociales, esta satisfacción se logra cuando cada detalle ha sido planeado y ejecutado cuidadosamente para garantizar que los asistentes vivan una experiencia coherente con la promesa del organizador.

Así, la calidad en eventos sociales es una combinación de eficiencia operativa, cumplimiento de estándares acordados y percepción positiva del cliente. Es un factor decisivo para la reputación del organizador y su competitividad en el mercado.

Gestión del Presupuesto

La gestión del presupuesto en la organización de eventos se refiere al proceso sistemático de planificar, asignar, controlar y evaluar los recursos financieros destinados a cada rubro del evento, como locación, catering, decoración, entretenimiento, seguridad, entre otros. Es una herramienta esencial para garantizar la viabilidad económica del evento, evitando sobrecostos, asegurando el cumplimiento de lo pactado con el cliente y optimizando los recursos disponibles.

Según Gitman y Zutter (2012), la gestión financiera implica “la planificación, supervisión y control de los recursos financieros de una organización, buscando la maximización del valor mediante decisiones informadas y estratégicas”. En el contexto de los eventos sociales, esta gestión permite tomar decisiones basadas en la relación costo-beneficio, asegurando la calidad sin comprometer la rentabilidad.

El presupuesto funciona como un instrumento preventivo y correctivo, ayudando a establecer prioridades, asignar recursos con racionalidad, y evaluar desviaciones entre lo planeado y lo ejecutado (Mankiw, 2018).

Optimización de Recursos

La optimización de recursos se refiere al proceso mediante el cual se busca utilizar de forma eficiente, racional y estratégica todos los medios disponibles —humanos, financieros, materiales y tecnológicos— para alcanzar los objetivos propuestos, maximizando los beneficios y minimizando los costos o desperdicios. En el contexto de

la planificación y ejecución de eventos sociales, esta práctica implica aprovechar al máximo los insumos disponibles sin comprometer la calidad, ajustándose al presupuesto y mejorando la experiencia del cliente.

De acuerdo con Robbins y Coulter (2018), la optimización de recursos consiste en "emplear los recursos organizacionales de manera efectiva y eficiente, es decir, hacer las cosas correctas de la mejor forma posible para lograr los fines organizacionales con el menor uso de recursos posibles". Esta definición subraya la importancia de la eficiencia operativa y la toma de decisiones inteligentes como pilares para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad de cualquier actividad, incluyendo la organización de eventos.

La implementación de estrategias de optimización puede abarcar desde la negociación de mejores condiciones con proveedores, la reducción de desperdicios en materiales, el uso de herramientas digitales para el control presupuestal, hasta la reutilización de elementos decorativos. Una buena optimización no solo impacta positivamente en la economía del evento, sino que también puede contribuir a la sostenibilidad y responsabilidad social de quienes lo organizan.

Evaluación de Resultados

La evaluación de resultados en la planificación de eventos se refiere al proceso de medición y análisis de los resultados obtenidos una vez finalizado el evento, con el fin de determinar si se cumplieron los objetivos propuestos, tanto desde la perspectiva del organizador como del cliente.

Según Kerzner (2017), la evaluación de proyectos incluye “el análisis de los indicadores clave de desempeño, la satisfacción del cliente, el cumplimiento de presupuesto y cronograma, y la identificación de lecciones aprendidas para futuras mejoras”. En eventos, esto se traduce en encuestas de satisfacción, análisis de desviaciones presupuestales, cumplimiento de tiempos, percepción del valor recibido y retorno de inversión emocional o económica.

Este proceso permite retroalimentar al equipo organizador, fortalecer buenas prácticas y corregir debilidades detectadas en la ejecución (Bowdin et al., 2011).

2.2. Marco jurídico

La planeación y ejecución de eventos sociales no sólo implican actividades logísticas y administrativas, sino también el cumplimiento de un marco legal que regula desde la contratación de proveedores hasta la protección de los consumidores, la seguridad de los asistentes, y la correcta gestión de recursos financieros. En México, diversos ordenamientos jurídicos actuan de forma directa o indirecta en la organización de eventos. A continuación, se describen los principales cuerpos normativos aplicables y su impacto en la gestión del presupuesto.

Contratos de prestación de servicios

La base legal que rige la relación entre los organizadores de eventos y sus proveedores se encuentra establecida en el Código Civil Federal, particularmente en los artículos 2606 al 2615, que regulan el contrato de prestación de servicios. Este tipo de contrato es fundamental para formalizar los acuerdos entre el organizador y los distintos prestadores involucrados en un evento, como lo son: proveedores de alimentos y bebidas, empresas de decoración, fotógrafos, músicos, arrendadores de locaciones, entre otros.

Según el artículo 2606 del Código Civil Federal (Cámara de Diputados, 2024), se establece que:

"Por el contrato de prestación de servicios, una persona se obliga a ejecutar un trabajo personal, intelectual o material, a cambio de una retribución."

Desde la perspectiva presupuestal, el contrato de prestación de servicios representa una herramienta de gestión clave. Su adecuada redacción permite al organizador prever con exactitud el monto de cada rubro, evitando sobrecostos derivados de malentendidos o cambios no contemplados. Asimismo, ofrece un respaldo legal en caso de que alguna de las partes no cumpla con lo acordado, protegiendo así tanto los intereses financieros del organizador como la experiencia final del cliente.

Relación con el cliente y los invitados

En el contexto de la organización de eventos sociales, la relación entre el coordinador y el cliente se enmarca jurídicamente dentro de la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC). Esta legislación, regulada por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), tiene como objetivo principal proteger los derechos de los consumidores y garantizar prácticas comerciales transparentes, equitativas y responsables. En este sentido, los organizadores de eventos, al fungir como proveedores de servicios, están legalmente obligados a cumplir con los términos y condiciones previamente acordados con los clientes.

La ley estipula lo siguiente:

"Todo proveedor está obligado a informar y respetar los precios, tarifas, garantías, cantidades, calidades, medidas, intereses, cargos, términos, plazos, fechas, modalidades..." (PROFECO, 2023)

Es fundamental que el organizador actúe con total transparencia desde el primer contacto con el cliente, manteniendo una comunicación clara, precisa y documentada, y garantizando el cumplimiento estricto de lo prometido. Esta conducta no solo protege jurídicamente al prestador del servicio, sino que también contribuye a generar confianza y satisfacción en el cliente, dos factores clave en el éxito y crecimiento del sector de eventos sociales.

Implicaciones fiscales en la organización de eventos

La actividad de organización de eventos sociales implica una serie de responsabilidades fiscales que deben ser cumplidas por quienes prestan estos servicios de forma profesional. En México, la principal obligación tributaria asociada es el pago del Impuesto al Valor Agregado (IVA), establecido en la Ley del IVA.

De acuerdo con el Artículo 1 de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, están obligadas todas las personas físicas y morales al pago de este impuesto y morales que presten servicios independientes, lo cual incluye a los organizadores de eventos que ofrecen sus servicios de forma profesional y a cambio de una remuneración económica.

El texto legal establece lo siguiente:

"Están obligadas al pago del impuesto al valor agregado las personas físicas y morales que, en territorio nacional, realicen los actos o actividades siguientes: la prestación de servicios independientes..." (SAT, 2023; Ley del IVA, Art. 1)

El cumplimiento adecuado de las obligaciones fiscales tiene un impacto directo sobre la rentabilidad neta del evento. El no incluir el IVA en el presupuesto general puede generar una percepción errónea del costo real del evento y provocar desajustes financieros si no se consideran los impuestos en el margen de ganancia.

Por otro lado, la omisión en el cumplimiento fiscal puede derivar en sanciones económicas, multas o auditorías por parte del SAT, afectando no solo las finanzas inmediatas del organizador, sino también su credibilidad y reputación profesional.

Seguridad en eventos

La organización de eventos sociales que reúnen a un número significativo de asistentes está sujeta a una serie de normativas y disposiciones legales en materia de seguridad y protección civil. Estas disposiciones buscan garantizar la integridad física de los participantes y prevenir riesgos asociados a aglomeraciones, accidentes o emergencias durante el desarrollo del evento.

De acuerdo con las normativas municipales y de protección civil, los eventos con una afluencia considerable deben cumplir con requisitos específicos, tales como:

En palabras de la Secretaría de Gobernación (SEGOB, 2022):

"Los organizadores de eventos deben garantizar que las medidas de seguridad y protección civil se cumplan estrictamente para evitar riesgos a los asistentes y sanciones legales que pueden ir desde multas hasta la suspensión del evento." (SEGOB, 2022, p. 14).

Aplicación práctica:

Para el organizador de eventos, esto implica:

- Gestionar permisos y autorizaciones oficiales con suficiente anticipación para asegurar la legalidad del evento.
- Contratar y capacitar a personal de seguridad, vigilancia y primeros auxilios para actuar ante cualquier eventualidad.
- Considerar la contratación de seguros de responsabilidad civil que cubran posibles daños a terceros.

El cumplimiento de estas normativas tiene un costo inherente, que debe contemplarse dentro del presupuesto total del evento. No obstante, la omisión de estas medidas puede acarrear multas económicas, la cancelación o suspensión del evento, y responsabilidades legales en caso de accidentes o daños.

Por tanto, incluir y respetar los protocolos de seguridad es fundamental no solo para proteger a los asistentes, sino para garantizar la viabilidad financiera y legal del evento (Instituto Nacional de Protección Civil [INPC], 2021).

2.3 Antecedentes

La gestión financiera en la organización de eventos sociales ha sido objeto de estudio en diversos contextos, destacando la necesidad de una planificación presupuestaria eficiente para garantizar el éxito y la rentabilidad de los eventos. Getz (2005) subraya que el control financiero es un factor determinante que impacta directamente en la calidad y la experiencia del asistente.

Por otro lado, la negociación efectiva con proveedores representa una estrategia clave para la optimización de costos sin comprometer la calidad. Monczka et al. (2016) destacan que establecer contratos claros y mantener una comunicación constante con los proveedores contribuye a evitar incumplimientos y sobrecostos inesperados, lo cual favorece el equilibrio financiero del evento.

En el ámbito nacional, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO, 2023) ha destacado la importancia de la transparencia y cumplimiento de acuerdos en la prestación de servicios para eventos, lo cual refuerza la necesidad de una gestión financiera rigurosa y responsable.

Finalmente, la Organización Internacional para la Estandarización (ISO, 2015) introduce en sus normativas la gestión de calidad y eficiencia en los procesos, incluyendo la administración financiera como un componente esencial para la optimización de recursos en eventos, fortaleciendo así la competitividad y sostenibilidad de las organizaciones del sector.

En suma, los antecedentes revisados evidencian que una adecuada gestión financiera, apoyada en tecnologías y buenas prácticas de negociación, es fundamental para optimizar recursos y garantizar el éxito en la organización de eventos sociales, lo que justifica la realización de esta investigación para establecer estrategias que contribuyan a dicho objetivo.

Tabla 2. Antecedentes

Autor(es) y año	Diseño / muestra	Hallazgos reelevates	Brecha identificada
Getz (2005)	Planificación y control financiero en eventos	Destaca la necesidad de planificación detallada y control riguroso para minimizar riesgos financieros y aumentar la satisfacción del cliente.	Base para entender la importancia del presupuesto y control financiero en eventos.
Monczka et al. (2016)	Negociación con proveedores	La negociación efectiva y contratos claros ayudan a evitar incumplimientos y sobrecostos inesperados.	Estrategia clave para optimizar costos sin sacrificar calidad.

ISO (2015)	Sistemas de gestión de calidad	Integrar administración financiera en sistemas de calidad promueve eficiencia y sostenibilidad.	Fundamental para la optimización de recursos y calidad en eventos.
PROFECO (2023)	Transparencia y cumplimiento en prestación de servicios	Destaca la importancia de la transparencia y el cumplimiento contractual para la confianza y gestión responsable.	Refuerza la ética y responsabilidad en la gestión financiera de eventos.

Vacíos de investigación:

A pesar de la relevancia de los estudios sobre planificación y control financiero en eventos, existe una carencia notable de investigaciones que analicen el impacto específico de las tecnologías digitales y software especializados en la gestión financiera de eventos sociales, lo que limita la comprensión de cómo estas herramientas pueden optimizar procesos y resultados.

Además, aunque la negociación con proveedores ha sido reconocida como un factor clave para la optimización de costos, pocos estudios profundizan en las estrategias específicas aplicables al sector de eventos sociales ni exploran la percepción que tienen los clientes finales sobre los ahorros y beneficios derivados de estas negociaciones.

Finalmente, aunque la normativa nacional de protección al consumidor destaca la importancia de la transparencia y el cumplimiento contractual, no se ha investigado suficientemente cómo estos aspectos se pueden traducir en mejores prácticas financieras dentro del contexto específico de eventos sociales.

La presente tesis busca subsanar estas lagunas mediante una triangulación de encuestas a invitados, cuestionarios a organizadores y entrevistas en profundidad, con el propósito de proponer estrategias que optimicen el presupuesto sin sacrificar la calidad ni la satisfacción del cliente.

2.4 Marco teórico

La administración financiera en la planificación de eventos sociales es una disciplina que implica la planificación, organización, dirección y control de los recursos financieros para lograr los objetivos del evento, optimizando costos sin sacrificar la calidad y la experiencia del cliente (Chiavenato, 2017). La correcta gestión presupuestaria es crucial para garantizar que cada etapa del evento se ejecute eficientemente, minimizando riesgos de sobrecostos y asegurando la rentabilidad.

Según Robbins y Coulter (2018), la planificación financiera consiste en prever y asignar recursos de manera estratégica, estableciendo controles para monitorear y ajustar el presupuesto conforme avanza la organización. La falta de un control riguroso puede ocasionar gastos imprevistos que afecten la calidad y la satisfacción de los asistentes.

Por otra parte, Kotler (2016) destaca que la negociación con proveedores es un elemento estratégico para equilibrar costos y calidad. Firmar contratos claros y establecer relaciones de confianza con los proveedores evita gastos innecesarios y garantiza el cumplimiento de los estándares acordados.

En suma, la teoría administrativa aplicada a eventos sociales enfatiza la importancia de una gestión financiera estructurada, apoyada en herramientas tecnológicas y estrategias de negociación que permitan maximizar la calidad del evento dentro de los límites presupuestales establecidos.

CAPÍTULO III

DESARROLLO DEL PROYECTO

CAPÍTULO III. DESARROLLO DEL PROYECTO

3.1 Población y Muestra

Para el desarrollo de esta investigación, se consideró una población relacionada directamente con la organización y participación en eventos sociales. La muestra fue seleccionada con el fin de obtener una perspectiva clara sobre la gestión del presupuesto, la toma de decisiones financieras y el análisis de calidad en este tipo de celebraciones.

Población: Organizadores de eventos sociales y salones que han participado en la organización de eventos sociales recientemente (últimos tres años).

Muestra:

Para las encuestas: Se aplicará muestreo seleccionando a organizadores de eventos y personas invitadas a eventos organizados y sin organización.

Para las entrevistas: Se entrevistarán a expertos en organización de eventos.

A partir de estos análisis, se podrán identificar oportunidades de mejora en la administración financiera de los eventos sociales, estableciendo estrategias efectivas para la distribución de recursos, la reducción de costos innecesarios y la mejora en la

planificación logística. Asimismo, con base en la evidencia recopilada, se formularán recomendaciones y metodologías que permitan a los organizadores de eventos implementar prácticas más eficientes en la gestión del presupuesto, garantizando una ejecución óptima del evento social sin comprometer la calidad del servicio ni la satisfacción de los asistentes.

3.2 Ejecución

Para identificar los principales factores que influyen en la gestión del presupuesto en eventos sociales, se aplicaron encuestas estructuradas a organizadores de eventos para medir:

- Factores que más afectan la gestión del presupuesto (costos de proveedores, imprevistos, exigencias del cliente, etc.).
- Retos financieros más comunes en la planificación de eventos.
- Importancia de la planificación y herramientas utilizadas.

Para conocer estrategias para optimizar costos y maximizar rentabilidad sin afectar la calidad, se realizaron entrevistas a organizadores de eventos para obtener información sobre:

- Métodos para negociar con proveedores y reducir costos.
- Uso de herramientas tecnológicas para el control del presupuesto.

- Estrategias para equilibrar costos y calidad en la organización de eventos sociales.
- Estudio de casos de eventos sociales exitosos donde se implementaron estrategias efectivas de optimización de costos sin comprometer la calidad

Se aplicó una encuesta comparativa a los invitados de eventos donde se hiciera presente un organizador de eventos y aquellos que asistieron a eventos sin la intervención de un organizador. El objetivo es evaluar la percepción de los asistentes a la organización general del evento, identificando posibles diferencias en la experiencia del usuario.

Los aspectos clave que se lograron examinar incluyen:

- Nivel de satisfacción general con la planeación y ejecución del evento social.
- Percepción sobre la logística y organización (cumplimiento de horarios, distribución de espacios, atención a los invitados, etc.).
- Valoración de los servicios ofrecidos.
- Comparación de imprevistos o problemas percibidos durante el evento social.

La aplicación de estas tres herramientas de recolección de datos —encuesta a invitados, entrevistas a organizadores y encuestas estructuradas a expertos del sector—

nos permitió obtener una visión completa y contrastada sobre el impacto de la organización profesional en la gestión del presupuesto de eventos sociales.

Gracias a esta información, es posible diseñar estrategias fundamentadas y recomendaciones viables, orientadas a mejorar la gestión del presupuesto sin comprometer la calidad del servicio. En conjunto, estos resultados permitieron fortalecer las capacidades de los organizadores, optimizar recursos y elevar los niveles de satisfacción tanto de los anfitriones como de los invitados.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

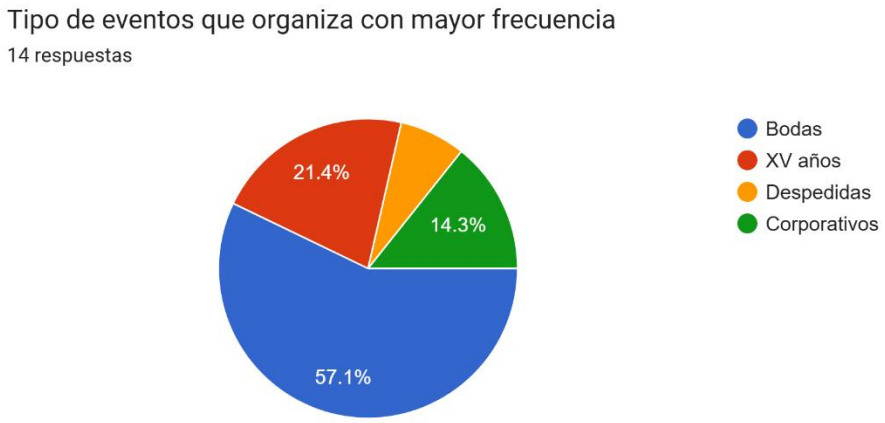
CAPÍTULO IV. RESULTADOS

4.1 Encuesta a Organizadores

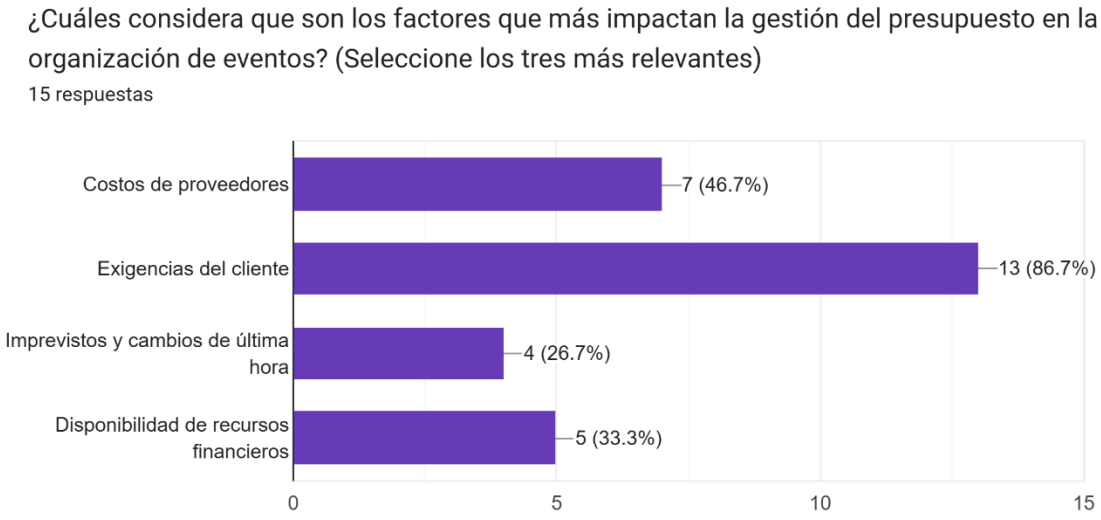
Con el fin de recopilar información sobre los principales factores que influyen en la gestión del presupuesto en la planificación de eventos sociales, así como los retos financieros más comunes y la importancia de la planificación y herramientas utilizadas, se realizó la entrevista a 15 organizadores de eventos y nos muestran los siguientes datos



Grafica 1.1.- Más de un tercio de los organizadores cuenta con una trayectoria de más de 10 años en la planificación de eventos, lo que refleja un alto nivel de experiencia en el sector.



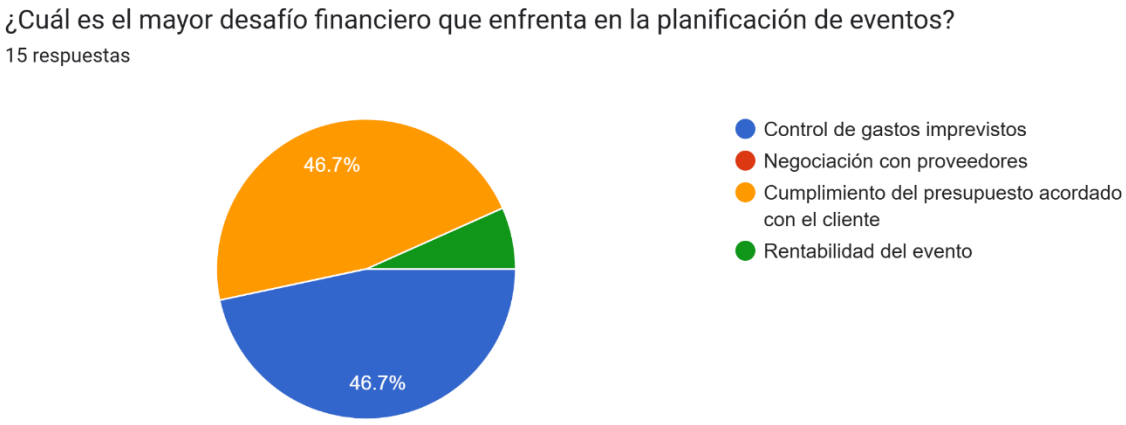
Grafica 1.2.- Las bodas representan el tipo de evento más demandado y preferido por los organizadores de eventos sociales.



Grafica 1.3.- Según los organizadores, las demandas del cliente son el principal factor que influye en el presupuesto del evento.



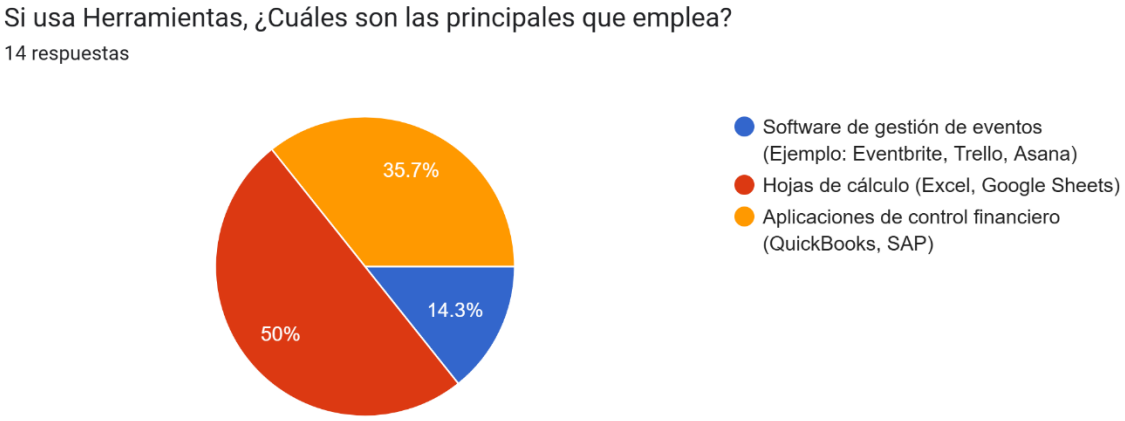
Grafica 1.4.- La totalidad de los organizadores ha experimentado dificultades relacionadas con la gestión del presupuesto.



Grafica 1.5.- Los principales desafíos radican en el manejo de los gastos imprevistos y en que el cliente respete el presupuesto acordado.



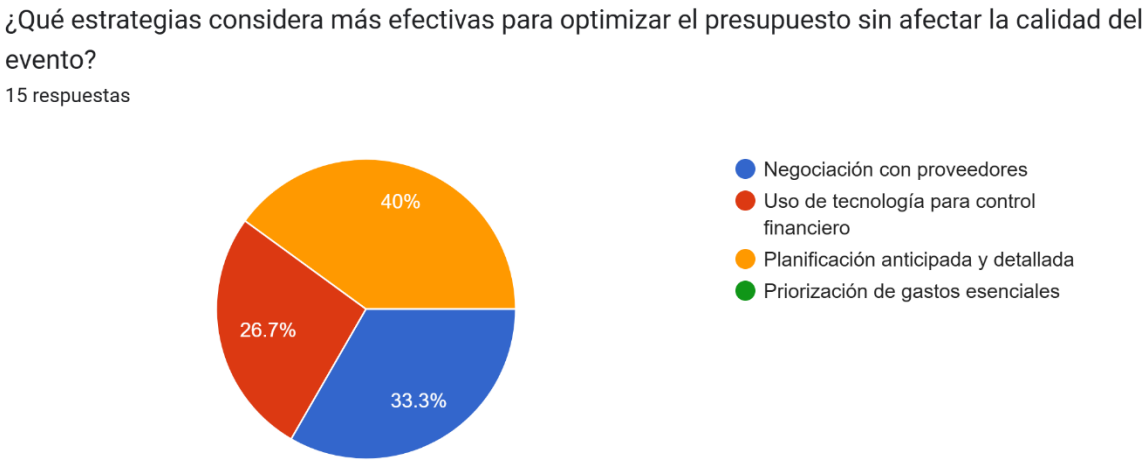
Grafica 1.6.- Más del 90 % de los organizadores emplean herramientas digitales o tecnológicas para administrar el presupuesto.



Grafica 1.7.- Excel, Google Sheets, QuickBooks y SAP se destacan como las herramientas más empleadas por los organizadores para optimizar la gestión del presupuesto.



Grafica 1.8.- La elaboración y planificación del presupuesto constituye un aspecto fundamental para los organizadores.



Grafica 1.9.- Para maximizar la eficiencia del presupuesto, los organizadores llevan a cabo negociaciones con los proveedores y realizan una planificación anticipada y minuciosa.

4.2 Encuesta a Expertos Organizadores

Para profundizar en la gestión del presupuesto en la planificación de eventos sociales, se llevó a cabo entrevistas con organizadores de eventos experimentados. Estas entrevistas nos permitieron recopilar información detallada sobre las mejores prácticas utilizadas en la industria para optimizar costos sin afectar la calidad del evento.

1.- ¿Cuáles son los principales desafíos al momento de negociar con proveedores?

1. El costo puede variar según la temporada.
2. Los costos pueden fluctuar según la temporada o la demanda del mercado.
3. Los retrasos en las entregas o en los montajes afectan la planificación general.
4. Que estén saturados de trabajo y no puedan atendernos.
5. Los proveedores más populares pueden tener sus agendas ocupadas, lo que dificulta la reserva. Esto ocurre principalmente con los salones, haciendo muy difícil tener tu evento en el lugar que tanto deseas.

Pregunta 1.- La mayoría tiene el principal desafío de la alta demanda que genera fechas saturadas y/o alto costos con los proveedores y servicios.

2.- ¿Qué estrategias utiliza para obtener mejores precios y condiciones sin comprometer la calidad del servicio?

1. Comparar diferentes proveedores y sus costos.
2. Reservar con anticipación permite acceder a tarifas preferenciales.
3. Crear una red con los proveedores en la que ambos se beneficien.
4. Estar atentos a ofertas o descuentos por cantidad.
5. Evaluar múltiples opciones para seleccionar la más adecuada.

Pregunta 2.- Tener conocimientos de varios proveedores y sus costos para poder comparar es una opción que muchos usan además de buscar ofertas y el reservar con tiempo.

3.- ¿Cómo maneja los aumentos imprevistos en costos por parte de los proveedores?

1. Por lo regular, se habla con los clientes para saber si aceptan ese costo extra o se cambia de proveedor.
2. Incluir cláusulas que limiten aumentos inesperados.
3. Se habla con los clientes y se evalúa si se cubre el gasto o no.
4. Saber primero la razón del aumento para tenerlo en cuenta en próximos eventos.
5. Por lo regular, se asigna un porcentaje para imprevistos, basado en la experiencia propia.

Pregunta 3.- Como organizadores tienen que consultar con el cliente primero sobre qué decisión tomar y tener un porcentaje designados para imprevistos.

4.- ¿Qué tipo de acuerdos o contratos considera más efectivos para garantizar estabilidad en los costos?

1. Contratos a largo plazo para que se respete el precio original.
2. Ofrecer tarifas fijas y estabilidad en la relación comercial.
3. Contratos donde, si no se cumple lo establecido, exista una penalización.
4. Contratos con penalizaciones.
5. Por lo general, al contratar con el proveedor deseado, se nos entrega un contrato donde nos aseguramos de que el precio sea el establecido desde el inicio.

Pregunta 4.- Contratos donde se especifique el servicio para asegurar la calidad, el precio y penalización, son unas de las opciones de los organizadores para garantizar la estabilidad en los costos.

5.- ¿Qué herramientas digitales utiliza para la gestión financiera de los eventos? *(Software de gestión, hojas de cálculo, aplicaciones especializadas, etc.)*

1. Excel.
2. Excel para presupuestos y seguimiento de gastos.
3. QuickBooks.
4. Excel y QuickBooks.
5. Excel.

Pregunta 5.- La mayoría de los organizadores utilizan Excel como herramienta para la gestión financiera.

6.- **¿Cómo han influido estas herramientas en la planificación y administración del presupuesto de un evento?**

1. Mayor control y visualización del presupuesto, así como del destino de los recursos.
2. Reducción de errores en los cálculos financieros.
3. Me resulta más fácil ver las modificaciones en los cambios del presupuesto.
4. Existen menos errores en los cálculos.
5. Ya tengo varios modelos de acuerdo con el presupuesto establecido, donde ingreso las cantidades según el número de invitados y me arroja el presupuesto, así que no pierdo tiempo.

Pregunta 6.- Los organizadores utilizan estas herramientas para facilitar la visualización del presupuesto.

7.- ¿Considera que el uso de tecnología ha optimizado la distribución de recursos en sus eventos? ¿De qué manera?

1. Una buena asignación del presupuesto.
2. Identificación de áreas con gastos innecesarios.
3. Permite entregar un evento por debajo del presupuesto y con alta calidad.
4. Distribución del presupuesto según los gustos del cliente.

5. Me permite ver en qué estoy invirtiendo la mayor parte del presupuesto.

Pregunta 7.- Consideran que tener estas herramientas ayudan a tener una base para distribuir y mantener el presupuesto por debajo de lo establecido.

8.- ¿Ha experimentado alguna dificultad con la implementación de herramientas tecnológicas en la gestión presupuestaria?

1. Ninguna.
2. Requiere tiempo para poder dominar nuevas plataformas.
3. Dependencia del internet para poder trabajar.
4. Riesgo de interrupciones cuando falla el sistema.
5. Ninguna, solo el costo que se paga mensualmente.

Pregunta 8.- La desventaja de estas herramientas son la dependencia al internet y del sistema.

9.- ¿Cuáles son las áreas del evento en las que considera que se puede reducir costos sin afectar la calidad?

1. Decoración e invitaciones.
2. Decoración floral, optando por flores locales y de temporada, e invitaciones digitales.
3. En la decoración, usar flores artificiales en lugar de naturales, que son tres veces más costosas.
4. Recuerdos o souvenirs.

5. Las invitaciones son un gasto enorme; es mejor optar por invitaciones digitales.

Pregunta 9.- Una de las formas para reducir costos es utilizar arreglos florales artificiales rentados que utilizar flores naturales que se usaran solo una vez, además de uso de las invitaciones digitales.

10.- ¿Qué criterios utiliza para determinar en qué aspectos del evento es más importante invertir mayor presupuesto?

1. Depende del gusto del cliente, pero el mayor costo siempre es la música y el salón.
2. Impacto directo en la experiencia del invitado, como la comida y la música.
3. Es por las preferencias del cliente, pero en su mayoría el gasto mayor corresponde al salón y al banquete, que a veces se contratan juntos.
4. El gusto del cliente.
5. El gusto del cliente, que desea que resalten ciertos elementos del evento como la decoración, la música o el salón.

Pregunta 10.- Los organizadores invierten parte importante del presupuesto en música, salón y banquete, pero siempre respetando el gusto del cliente.

11.- ¿Cómo maneja las expectativas de los clientes en relación con su presupuesto disponible?

1. Les muestro trabajos anteriores que estén dentro del presupuesto establecido.
2. Mostrando propuestas con distintos rangos de precios.
3. Mostrando trabajos anteriores que no sobrepasen su presupuesto.
4. Recomiendo proveedores que se adecuen al presupuesto.

5. Cuando les interesa algún servicio, les digo el costo, ya que muchas veces los precios son muy altos y optan por no contratar ese servicio.

Pregunta 11.- Los organizadores de eventos recurren principalmente a la transparencia y a la personalización de propuestas.

12.- ¿Utiliza algún tipo de planificación financiera anticipada para evitar sobrecostos o gastos innecesarios?

1. Cronograma de pagos.
2. Sí, mediante cronogramas detallados de pagos.
3. Se lleva un control de los pagos que se deben realizar.
4. Control de pagos y checklist financiero.
5. Se lleva un control de pagos mensual.

Pregunta 12.- Utilizan herramientas de planificación financiera anticipada como cronogramas de pagos, controles mensuales y listas de verificación para evitar sobrecostos.

13.- ¿Utiliza algún tipo de planificación financiera anticipada para evitar sobrecostos o gastos innecesarios?

1. Cronograma de pagos.
2. Sí, mediante cronogramas detallados de pagos.
3. Se lleva un control de los pagos que se deben realizar.
4. Control de pagos y checklist financiero.

5. Se lleva un control de pagos mensual.

Pregunta 13.- La optimización de costos es posible mediante estrategias como el aprovechamiento de fechas con baja demanda, la reutilización de elementos decorativos, la selección de alternativas más económicas pero efectivas

14.- ¿Qué estrategias específicas aplicó en ese evento para lograr una administración eficiente del presupuesto?

1. Organización con tiempo.
2. Negociación de descuentos por recomendación con proveedores.
3. Alianza con los proveedores.
4. Conocimiento de todo tipo de proveedores y sus costos.
5. Reutilización de decoración en diferentes eventos.

Pregunta 14.- Las estrategias clave para el presupuesto son planificación anticipada, negociación de descuentos aprovechando relaciones con proveedores, establecimiento de alianzas estratégicas, conocimiento detallado del mercado de proveedores y la reutilización de elementos decorativos.

15.- ¿Cuáles fueron los principales aprendizajes obtenidos de la planificación y ejecución de ese evento?

1. Ser flexible puede ayudarte a ahorrar.
2. Planear con anticipación reduce el 70 % de los errores.
3. Tener a los proveedores como amigos te beneficia.

4. No quedarse solo con un proveedor; también es importante conocer a los demás.
5. No siempre lo más caro es lo mejor, si buscas con tiempo puedes encontrar buenas opciones.

Pregunta 15.- La planificación y ejecución del evento permitieron aprender que la flexibilidad, la anticipación, y una buena red de proveedores son claves para el éxito.

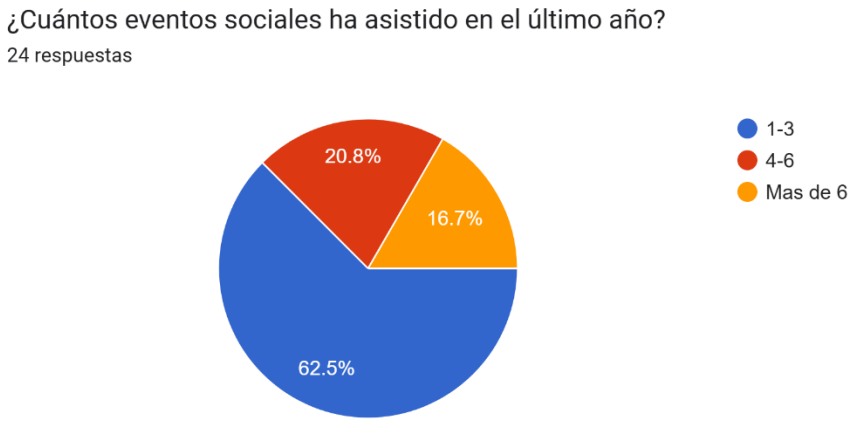
16.- ¿Qué recomendaciones daría a otros organizadores para lograr una mejor gestión financiera en la planeación de eventos sociales?

1. Definir prioridades.
2. Planificar con al menos 6 meses de anticipación.
3. Crear alianzas con los proveedores.
4. Nunca recomendar un proveedor que esté fuera del presupuesto de los clientes.
5. Estar siempre pendiente de la calidad del producto o servicio y no recomendar algo que no conocemos realmente.

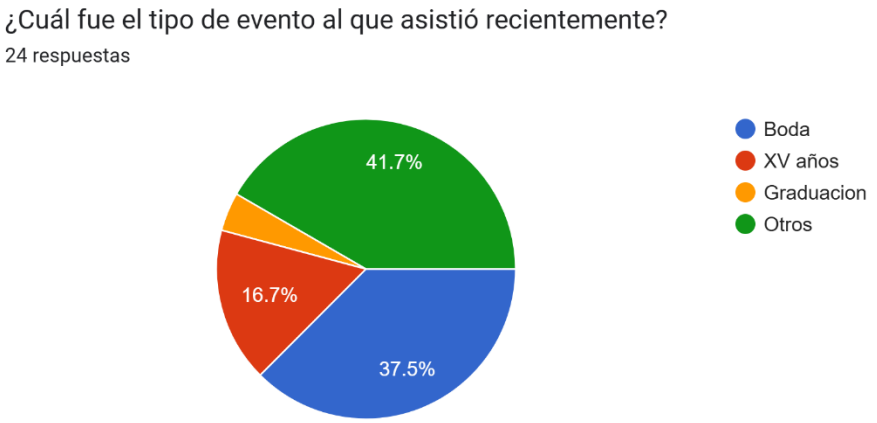
Pregunta 16.- es fundamental establecer prioridades claras desde el inicio, planificar con anticipación suficiente, y construir relaciones sólidas con proveedores confiables

4.3 Encuesta a Invitados

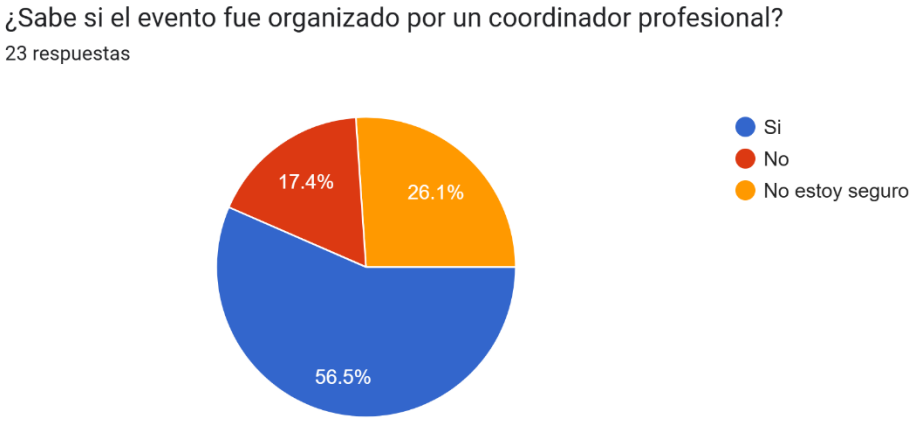
Para evaluar la percepción de los asistentes sobre la organización general del evento, comparando experiencias en eventos organizados por un coordinador profesional y eventos sin planificación estructurada. Se analizarán aspectos clave como satisfacción general, logística, calidad de los servicios y problemas percibidos durante el evento.



Grafica 2.1.- Más del 60 % de los encuestados ha asistido entre uno y tres eventos sociales al año, lo que refleja una participación ocasional pero constante en este tipo de actividades.



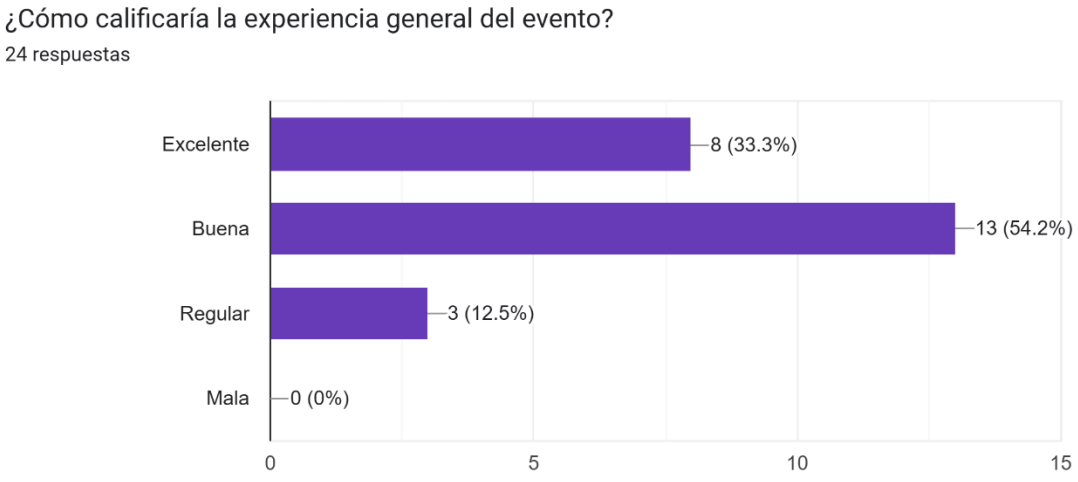
Grafica 2.2.- El tipo de evento al que más asisten son las bodas.



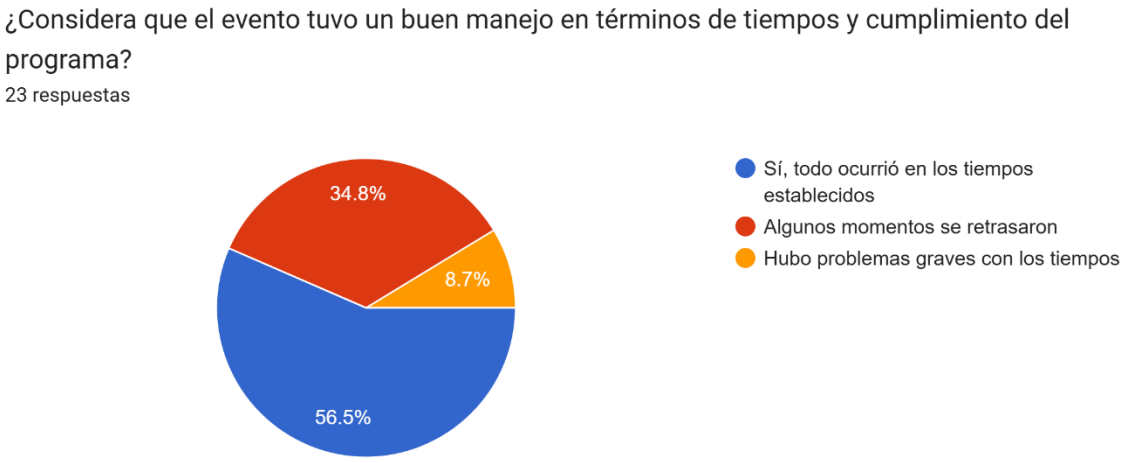
Grafica 2.3.- En más del 60 % de los casos, los eventos fueron organizados por un coordinador profesional.



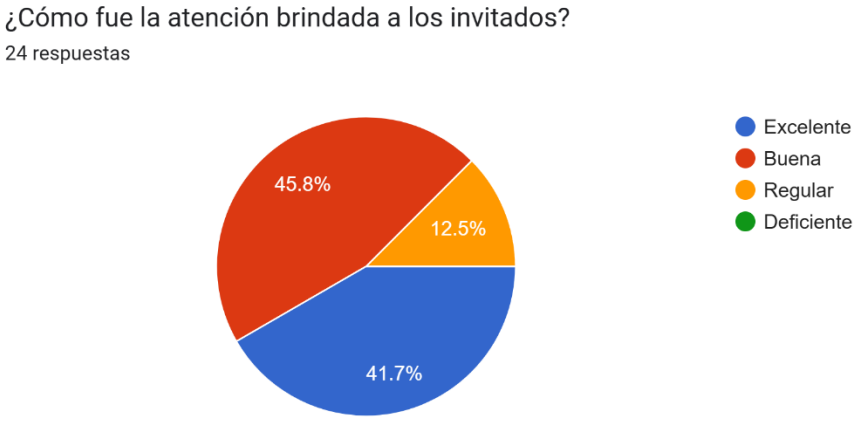
Grafica 2.4.- La mayoría de los invitados expresaron satisfacción con la organización del evento, aunque un 3 % manifestó insatisfacción.



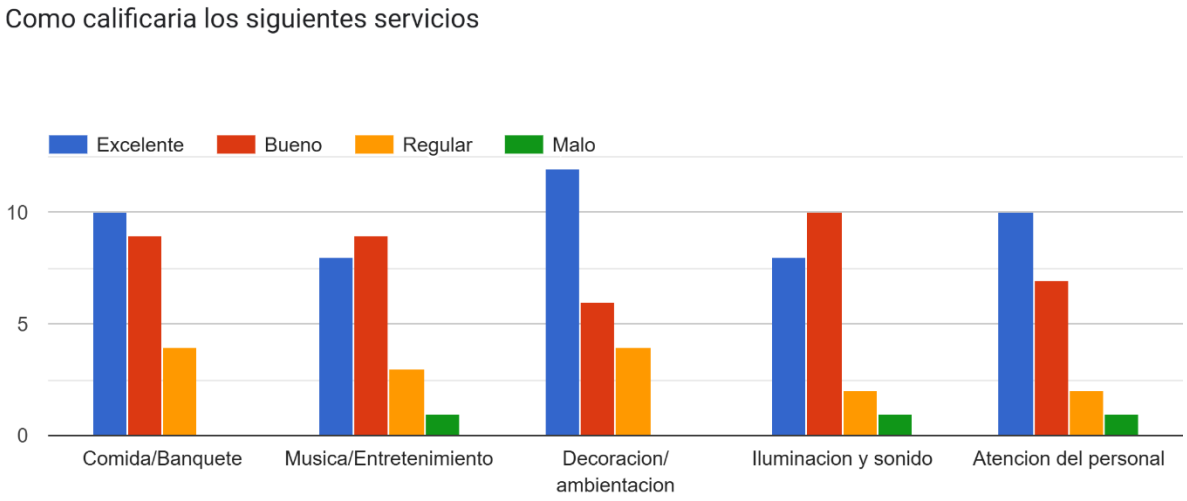
Grafica 2.5.- La experiencia del evento fue calificada mayormente como buena o excelente por los asistentes.



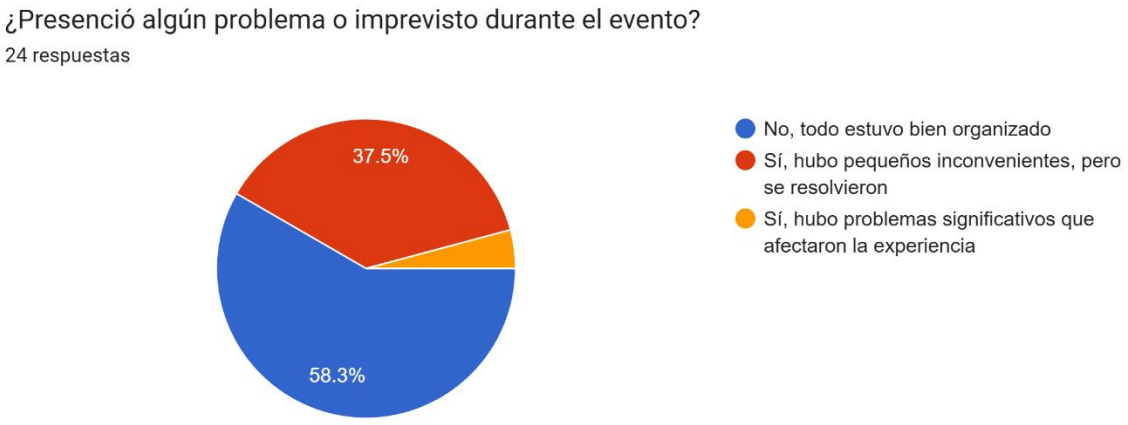
Grafica 2.6.- Menos del 10 % reportó problemas graves relacionados con la gestión de los tiempos, mientras que el 56 % señaló que los horarios se cumplieron según lo establecido.



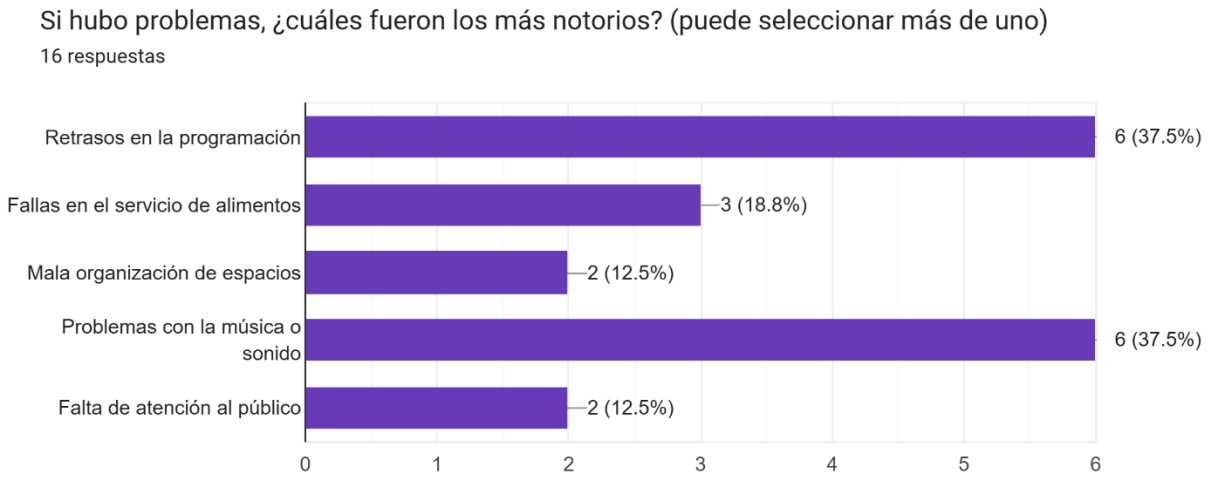
Grafica 2.7.-Más del 80 % de los participantes consideraron que recibieron una buena atención durante el evento.



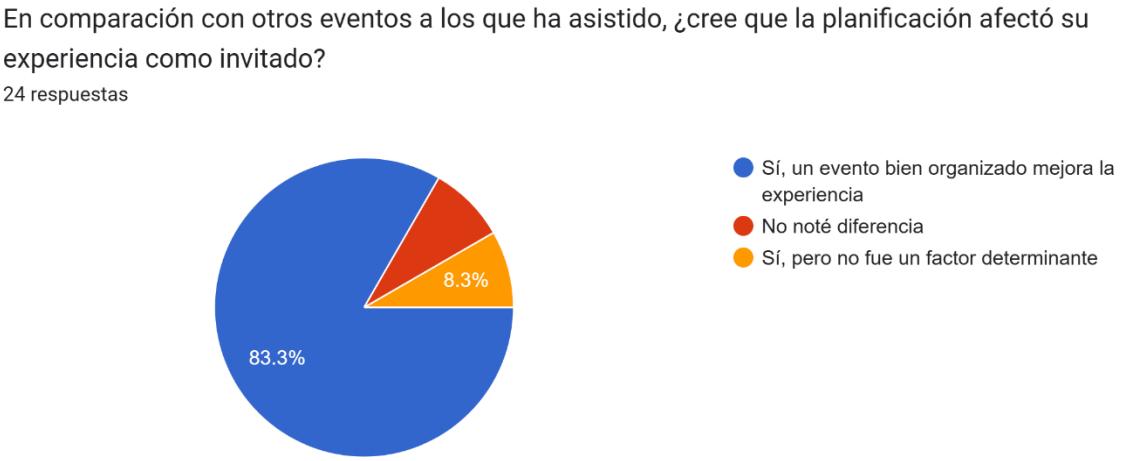
Grafica 2.8.- Aunque la mayoría de los servicios son bien valorados, los organizadores de eventos deben prestar especial atención a mejorar la música/entretenimiento y la iluminación/sonido, ya que son los rubros con mayor variabilidad en la percepción de calidad.



Grafica 2.9.- En más de la mitad de los casos, el evento fue percibido como bien organizado, y menos del 7 % indicaron que hubo problemas significativos que afectaron su experiencia.



Grafica 2.10.- En la mayoría de los eventos se presentaron inconvenientes con la música y retrasos importantes en la programación.



Grafica 2.11.- La mayoría de los encuestados coincide en que una planificación adecuada mejora la experiencia de los invitados, aunque menos del 10 % considera que este factor no tiene un impacto decisivo en el desarrollo del evento.



Grafica 2.12.- Finalmente, más del 70 % opina que contar con un organizador para planear el evento es muy importante.

4.4 Discusión

Los resultados obtenidos a través de encuestas y entrevistas permiten identificar factores clave que influyen en la gestión del presupuesto en eventos sociales, alineándose con las hipótesis planteadas y respaldando el marco teórico revisado.

Uno de los hallazgos más relevantes es que las demandas del cliente representan el principal factor que determina la distribución del presupuesto. Esta conclusión coincide con lo planteado por Kotler y Keller (2016), quienes destacan la importancia de comprender las expectativas del cliente para lograr una adecuada relación calidad-precio. Sin embargo, dicha personalización también implica desafíos financieros significativos, como lo demuestra el hecho de que todos los organizadores encuestados reportaron dificultades presupuestarias.

Asimismo, se confirmó que el uso de herramientas digitales para la gestión financiera es una práctica generalizada (más del 90 % de los encuestados). Esto respalda lo señalado por Chiavenato (2017) y Gitman y Zutter (2012), en cuanto a que la tecnología contribuye a una administración más eficiente y transparente de los recursos. No obstante, se identificaron limitaciones técnicas, como la dependencia de internet y sistemas, lo que sugiere la necesidad de capacitar a los organizadores en planes de contingencia y herramientas offline.

Otro punto fundamental fue la importancia de la planificación anticipada y la negociación estratégica con proveedores. Ambas estrategias fueron identificadas como esenciales para evitar sobrecostos y maximizar la rentabilidad sin sacrificar la calidad. Esto corrobora las hipótesis secundarias planteadas, así como los antecedentes teóricos de Monczka et al. (2016), quienes subrayan el valor de las relaciones proveedor-organizador en el control de gastos.

Desde la perspectiva de los invitados, se observó una alta satisfacción general con los eventos planeados por organizadores profesionales, en contraste con los eventos sin planificación estructurada. Los resultados indican que una buena organización repercute positivamente en la experiencia del usuario, especialmente en aspectos como la atención, el cumplimiento de horarios y la percepción de calidad, lo cual coincide con lo planteado por Parasuraman et al. (1988) en su modelo SERVQUAL.

No obstante, aún existen áreas de mejora, como la música/entretenimiento y la puntualidad en la programación, que si bien no arruinaron la experiencia, sí influyeron en la percepción final del evento. Esto sugiere que, además de una buena administración financiera, es fundamental considerar la logística operativa y la evaluación continua para mejorar la calidad integral del servicio.

En conjunto, los resultados validan la hipótesis general: una organización estructurada, basada en estrategias financieras y herramientas de gestión, permite optimizar el presupuesto y garantizar mejores resultados en calidad, eficiencia y satisfacción del cliente. Además, la discusión evidencia que la combinación entre tecnología, experiencia, negociación y planificación anticipada se convierte en el eje central para enfrentar los retos actuales de la industria de eventos sociales.

4.5 Estrategias

A partir del análisis de las encuestas y entrevistas realizadas a organizadores de eventos sociales y expertos en el área, se identificaron diversas estrategias utilizadas para optimizar la gestión presupuestaria sin comprometer la calidad del evento social. A continuación, se describen las más relevantes:

1. Planificación anticipada y detallada del presupuesto

Una de las estrategias más mencionadas por los organizadores es la planificación con antelación suficiente. Esto permite comparar precios, negociar con proveedores y prever posibles inconvenientes. La anticipación facilita una visión del evento social, evitando decisiones de último momento que puedan generar sobrecostos.

Acciones concretas:

- Establecer cronogramas de pagos.
- Elaborar un presupuesto desglosado por categoría (alimentos, decoración, entretenimiento, etc.).
- Estimar un margen del 10 % a 20 % para imprevistos.

2. Uso de herramientas digitales y tecnológicas

Más del 90 % de los organizadores consultados utilizan herramientas digitales como Excel, Google Sheets, QuickBooks y SAP. Estas herramientas permiten

monitorear gastos en tiempo real, generar reportes, hacer simulaciones y facilitar la toma de decisiones basada en datos actualizados.

Acciones concretas:

- Crear plantillas de presupuestos en Excel con fórmulas automáticas para facilitar cálculos.
- Usar herramientas con funciones donde puedan trabajar más de una persona y puedan ver las anotaciones del otro para trabajar mejor en equipo.
- Integrar software con calendarios y recordatorios para pagos programados.

3. Negociación activa con proveedores

Establecer relaciones a largo plazo con proveedores confiables permite obtener mejores condiciones y asegurar la calidad del servicio.

Acciones concretas:

- Solicitar al menos tres cotizaciones por cada servicio.
- Negociar cláusulas contractuales que aseguren precios fijos.
- Aprovechar la baja demanda para contratar servicios con descuentos.

4. Formalización mediante contratos claros

Para garantizar la estabilidad de los costos y evitar gastos ocultos, se recomienda firmar contratos detallados con cada proveedor. Estos deben especificar el servicio, el precio, los tiempos de entrega, y las penalizaciones en caso de incumplimiento.

Acciones concretas:

- Incluir anexos con especificaciones técnicas del servicio.
- Establecer fechas de pago parciales con comprobantes.
- Definir condiciones de cancelación y reembolsos.

5. Reutilización de recursos y materiales

Muchos organizadores han adoptado prácticas sostenibles y económicas, como el uso de arreglos florales artificiales en lugar de flores naturales, o la reutilización de elementos decorativos. También se promueve el uso de invitaciones digitales, reduciendo los costos en papelería.

Acciones concretas:

- Diseñar una base de elementos decorativos reutilizables.
- Alquilar en lugar de comprar mobiliario y decoración.
- Usar plataformas como Canva para crear invitaciones digitales.

6. Establecimiento de prioridades con el cliente

Es esencial definir junto con el cliente cuáles aspectos del evento son prioritarios, para poder ajustar el presupuesto sin afectar lo esencial. Esto permite distribuir los recursos de manera efectiva, sin descuidar la satisfacción del cliente.

Acciones concretas:

- Realizar una reunión inicial para definir gustos y expectativas.
- Clasificar los rubros del evento en esenciales, opcionales y prescindibles.
- Reasignar presupuesto de áreas menos relevantes a las prioritarias.

7. Construcción de una red de proveedores confiables

Contar con una red sólida de proveedores de confianza permite mayor flexibilidad, trato preferencial y seguridad en el cumplimiento de acuerdos. Esto se traduce en una ejecución más estable y en condiciones económicas más favorables.

Acciones concretas:

- Crear un directorio de proveedores con historial de desempeño.
- Solicitar retroalimentación de clientes anteriores.
- Establecer alianzas estratégicas con proveedores clave.

8. Control y seguimiento constante del presupuesto

El seguimiento continuo permite identificar desviaciones presupuestarias a tiempo. Los organizadores que realizan controles mensuales, verificaciones cruzadas y actualizaciones del presupuesto logran una mayor eficiencia financiera.

Acciones concretas:

- Revisar periódicamente los avances frente al presupuesto inicial.
- Registrar todos los pagos y gastos con evidencias.
- Hacer ajustes durante el proceso si surgen cambios significativos.

Estas estrategias, al aplicarlas les permitirá a los organizadores de eventos no solo controlar el gasto, sino también mejorar la experiencia del cliente y garantizar el éxito del evento social.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES

5.3 Conclusión

Esta investigación cumplió con su objetivo general de establecer estrategias de organización y planificación que permitan una adecuada gestión del presupuesto en eventos sociales, con el fin de optimizar los recursos, mantener la calidad de los servicios ofrecidos y elevar la satisfacción de los clientes. A través del análisis de casos reales y la aplicación de una metodología mixta, fue posible identificar elementos clave que inciden en la eficiencia financiera dentro de este sector.

En cuanto al primer objetivo específico, se identificaron los principales factores que influyen en la gestión del presupuesto, entre los que destacan las demandas personalizadas de los clientes, los precios variables de los proveedores y los imprevistos logísticos. Estos factores representan desafíos constantes que requieren una administración flexible y proactiva por parte de los organizadores.

Respecto al segundo objetivo específico, se exploraron diversas estrategias empleadas por los organizadores de eventos sociales, como la planificación anticipada, la negociación eficaz con proveedores y el uso de herramientas digitales (por ejemplo, hojas de cálculo, software de gestión y aplicaciones móviles). Estas estrategias demostraron ser fundamentales para optimizar costos y maximizar la rentabilidad, sin comprometer la calidad de los servicios ni la experiencia del cliente.

Asimismo, se detectaron áreas específicas en las que es posible reducir costos sin afectar la percepción del evento, como en la decoración, las invitaciones y algunos aspectos operativos, siempre que se prioricen los gustos del cliente y se trabaje con una planificación detallada.

En conclusión, se reafirma que una gestión presupuestaria efectiva, basada en una organización estructurada, el apoyo en herramientas tecnológicas y el enfoque estratégico en las decisiones financieras, contribuye significativamente a la profesionalización del sector de los eventos sociales. Esta investigación no solo ofrece un diagnóstico preciso del panorama actual, sino también recomendaciones prácticas que pueden ser aplicadas por organizadores para alcanzar una mayor eficiencia y satisfacción del cliente en cada evento.

REFERENCIAS

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., & McDonnell, I. (2011). Events management (3.ª ed.). Routledge.

Chiavenato, I. (2009). Administración: Teoría, proceso y práctica (4.ª ed.). McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2009). Introducción a la teoría general de la administración (7.ª ed.). McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2017). Introducción a la teoría general de la administración (9.ª ed.). McGraw-Hill.

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). Código Civil Federal. https://www.diputados.gob.mx

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2024). Código Civil Federal (arts. 2606–2615). https://www.diputados.gob.mx

El Mañana de Reynosa. (2023, julio 9). Salones de eventos en Matamoros con gran demanda. https://www.elmanana.com/tamaulipas/matamoros/salones-de-eventos-en-matamoros-con-gran-demanda/5683794

Getz, D. (2005). Event management and event tourism (2.ª ed.). Cognizant Communication Corporation.

Gitman, L. J., & Zutter, C. J. (2012). Principios de administración financiera (13.ª ed.). Pearson Educación.

Goldblatt, J. (2013). Special events: A new generation and the next frontier (6.ª ed.). Wiley.

Grant, R. M. (2019). Contemporary strategy analysis (10.ª ed.). Wiley.

Heizer, J., Render, B., & Munson, C. (2017). Operations management: Sustainability and supply chain management (12.ª ed.). Pearson.

Instituto Nacional de Protección Civil (INPC). (2021). Guía para la organización segura de eventos masivos.

International Organization for Standardization. (2015). ISO 9000:2015 Quality management systems—Fundamentals and vocabulary. ISO.

Juran, J. M., & Godfrey, A. B. (1999). Juran's quality handbook (5.ª ed.). McGraw-Hill.

Kerzner, H. (2017). Project management: A systems approach to planning, scheduling, and controlling (12.ª ed.). Wiley.

Kotler, P. (2016). Marketing para eventos. Pearson Educación.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.ª ed.). Pearson Educación.

Mankiw, N. G. (2018). Principios de economía (7.ª ed.). Cengage Learning.

Milenio. (2023, junio 25). Se recuperan eventos sociales en el Valle de Toluca; hay 250 organizadores. https://www.milenio.com/negocios/eventos-sociales-valle-toluca-75-recuperacion

Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2016). Purchasing and supply chain management (6.ª ed.). Cengage Learning.

Oliver, R. L. (2014). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. Routledge.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO). (2023). Ley Federal de Protección al Consumidor. https://www.gob.mx/profeco

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2012). Administración (11.ª ed.). Pearson Educación.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2018). Administración (13.ª ed.). Pearson.

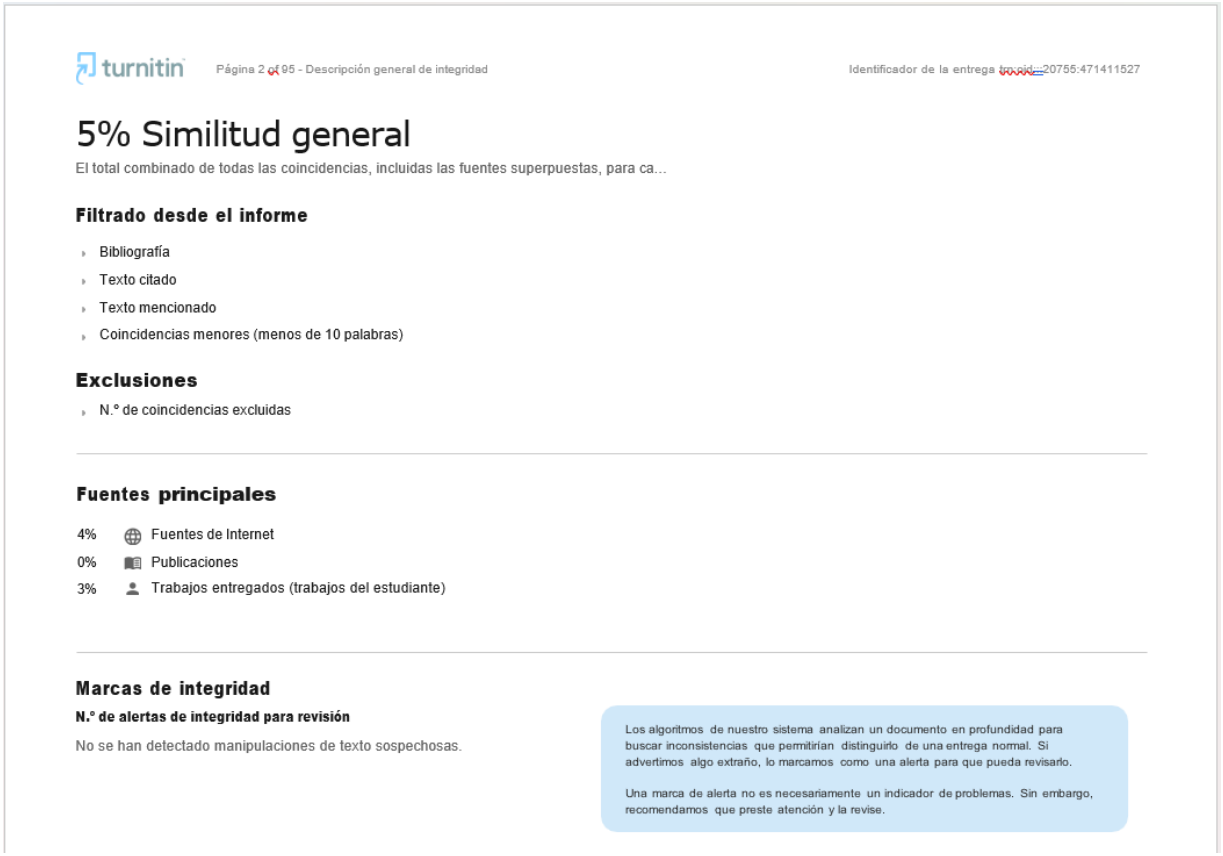
Secretaría de Gobernación (SEGOB). (2022). Normativa para eventos públicos y privados.

Silvers, J. R. (2012). Professional event coordination. Wiley.

Silvers, J. R. (2012). Risk management for meetings and events (2.ª ed.). Butterworth-Heinemann.

Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2010). Fundamentos de administración financiera (13.ª ed.). Pearson Educación.

ANEXOS. Porcentaje obtenido en Turniting



turnitin Página 2 of 95 - Descripción general de integridad Identificador de la entrega trnoid:::20755:471411527

5% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

4%	Fuentes de Internet
0%	Publicaciones
3%	Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.