



Planificación Estratégica aplicada a la empresa Centro de Eventos Silver Moon

Strategic Planning applied to the company Silver Moon Events Center

Planejamento Estratégico aplicado à empresa Silver Moon Event Center

Laura Eugenia Tachong-Alencastro ^I
ltachong@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-6131-1863>

Jessenia Estefanía Bravo-Verduga ^{II}
jessenibravover@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-6920-199X>

Gary Fernando Jiménez-Hidalgo ^{III}
gjimenezh@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-9988-0164>

Correspondencia: ltachong@uteq.edu.ec

Ciencias Económicas y Empresariales
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 13 de enero de 2025 * **Aceptado:** 20 de febrero de 2025 * **Publicado:** 07 de marzo de 2025

- I. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador.
- II. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador.
- III. Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Quevedo, Los Ríos, Ecuador.

Resumen

La investigación titulada “Análisis de la Planificación Estratégica del Centro de Eventos Silver Moon de la ciudad de Manta”, se realizó con el objetivo de analizar el impacto de la falta de aplicar la Planificación Estratégica en el Centro de Eventos Silver Moon, de tal manera sea posible resolver el problema de planificación que presenta el Centro de Eventos “Silver Moon”, realizando un análisis a la naturaleza del negocio, datos del mismo, análisis de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas del mismo para después identificar el problema y una estrategia para resolver el mismo. Se realizó además una revisión bibliográfica de la fundamentación filosófica y teórica de la planificación para entender un poco más del problema. Para la investigación se usó una metodología cualitativa, descriptiva y no experimental, ya que se trata de una investigación de carácter transversal. Se usaron las técnicas de observación directa, bibliografía documental y una aproximación a entrevista abierta que proporcione una visión más profunda de la situación que se presenta en la empresa. La entrevista sirvió de fundamento para elaborar como propuesta la misión, visión, valores y estructura organizacional para el Centro de Eventos “Silver Moon”, así como una planificación estratégica de actividades clara y establecida para cada evento. Finalmente se muestran las conclusiones y recomendaciones del trabajo realizado.

Palabras clave: análisis; planificación estratégica; centro de eventos; administración.

Abstract

The research entitled “Strategic Planning Analysis of the Silver Moon Events Center in the city of Manta” was conducted with the objective of analyzing the impact of the lack of applying Strategic Planning in the Silver Moon Events Center, in such a way that it is possible to solve the planning problem presented by the “Silver Moon” Events Center, performing an analysis of the nature of the business, data of the same, analysis of the strengths, weaknesses, opportunities and threats of the same to then identify the problem and a strategy to solve it. A bibliographic review of the philosophical and theoretical foundation of planning was also carried out to understand a little more about the problem. For the research, a qualitative, descriptive and non-experimental methodology was used, since it is a cross-sectional research. The techniques of direct observation, documentary bibliography and an approach to open interview were used that provided a deeper vision of the situation that occurs in the company. The interview served as a basis for developing a proposal for

the mission, vision, values and organizational structure for the “Silver Moon” Event Center, as well as a clear and established strategic planning of activities for each event. Finally, the conclusions and recommendations of the work carried out are presented.

Keywords: analysis; strategic planning; event center; administration.

Resumo

A investigação intitulada “Análise do Planeamento Estratégico do Centro de Eventos Silver Moon da cidade de Manta”, foi realizada com o objectivo de analisar o impacto da falta de aplicação do Planeamento Estratégico no Centro de Eventos Silver Moon, de tal forma que seja possível resolver o problema de planeamento apresentado pelo Centro de Eventos “Silver Moon”, realizando uma análise da natureza do negócio, dos seus dados, análise dos seus pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças e posteriormente identificando o problema e uma estratégia para resolver o mesmo. Também foi realizada uma revisão bibliográfica da fundamentação filosófica e teórica do planeamento para entender um pouco mais sobre o problema. Utilizou-se para a pesquisa uma metodologia qualitativa, descritiva e não experimental, por se tratar de uma investigação transversal. Foram utilizadas técnicas de observação direta, bibliografia documental e abordagem de entrevista aberta para proporcionar uma visão mais aprofundada da situação que ocorre na empresa. A entrevista serviu de base para desenvolver como proposta a missão, visão, valores e estrutura organizacional do Centro de Eventos “Silver Moon”, bem como um planeamento estratégico de atividades claro e estabelecido para cada evento. Por fim, são apresentadas as conclusões e recomendações do trabalho realizado.

Palavras-chave: análise; planeamento estratégico; centro de eventos; administração.

Introducción

El mercado de eventos sociales actualmente se encuentra en constante crecimiento, la continua búsqueda de establecimientos para la realización de los mismos y la creación de nuevos negocios similares o sustitutos en la economía nacional es cada vez mayor. Esta creciente demanda se refleja en la oferta de las empresas dedicadas a la planificación y organización de eventos en la ciudad, la cual incluye los servicios que complementan la fiesta soñada por los clientes.

Los eventos sociales y corporativos han generado la adaptación de planes de administración para gestionar eficazmente los requerimientos de cualquier actividad, y es así donde nace la gerencia de

eventos dentro de los centros de eventos. La realización de eventos debe ser gestionada de una manera productiva a los fines de incrementar la capacidad productiva y competitiva de la empresa y responder a las demandas del entorno, y satisfacer tanto a los clientes internos como a los externos.

El Centro de Eventos “Silver Moon” es una empresa de servicios que funciona aproximadamente desde el año 2012. Se dedica a la producción de eventos sociales como matrimonios, quinceañeras, cumpleaños, bautizos, cenas empresariales, así también como conferencias y eventos corporativos. En sus inicios el Centro de Eventos “Silver Moon” sólo contaba con el espacio para la realización de fiestas y se lo alquilaba sin ningún servicio agregado. Posteriormente se fue implementando servicios de alquiler de mesas, sillas, decoración del local, sonido e iluminación, comida y bebidas soft gracias a las necesidades de los clientes que se fueron observando, lo que llevó a la empresa a constituirse en un establecimiento cuyo servicio es acogido por el mercado.

El gerente tiene la responsabilidad de administrar recursos humanos, técnicos, materiales, financieros, de tiempo y de espacio, mediante la aplicación de técnicas y principios gerenciales. Sin embargo, esta administración requiere una minuciosa planificación que tome en consideración múltiples factores que permitirán llevar a cabo satisfactoriamente cualquier tipo de actividad propuesta, mediante el uso de herramientas gerenciales, planes estratégicos y objetivos que conlleven a la exitosa ejecución de un evento.

Partiendo de lo anteriormente expuesto, el propósito de este trabajo estuvo orientado a analizar la planificación de eventos del Centro de Eventos “Silver Moon”.

Desarrollo

La planificación plantea varios elementos epistemológicos: el sujeto que planifica; el espacio poblacional sobre el que se toman las decisiones; los marcos de trabajo y la utilización del conocimiento científico mediante la cual se selecciona la evidencia (objetivo/ abstracto vs. subjetivo/experiencial) y se le da significado para la legitimación de las decisiones; la supuesta neutralidad, que se contrapone a los elementos de carácter cultural, y los actores sociales en conflicto que se disputan entre los reclamos a los procesos de injusticia social o los elementos de validez y verdad pretendidos por la ciencia. La epistemología de la planificación se debate entonces entre la tendencia general de la racionalidad y la lógica abstracta y la epistemología de la multiplicidad, que plantea a su vez el dilema del poder y la inclusión (Lopera, 2019).

Los procesos de planificación pueden clasificarse de acuerdo con los marcos epistemológicos, cuya génesis ha estado determinada, por procesos de carácter histórico, científico, social y político que definen el rol del Estado y su relación con la sociedad y el mercado, así como los desarrollos tecnocientíficos generados a partir de los desarrollos informáticos (Walter & Pando, 2020).

Debido a que los distintos tipos de planificación surgen como procesos históricos en contextos particulares y apuntan a metas diferenciales, la planificación ha adquirido conceptos, alcances, métodos y técnicas diferentes. Hasta ahora las corrientes de planificación han estado basadas predominantemente en el positivismo, pero otras corrientes contemporáneas también han hecho aportes importantes a su construcción: el posmodernismo, la teoría sistémica y más recientemente la teoría del caos (Lopera, 2019).

Desde el punto de vista administrativo, la planificación se ejecuta de diferentes formas tales como: Empirismo: Algunas organizaciones son lideradas por personas que han adquirido su conocimiento de la vida práctica y no de una formación académica; este conocimiento que proviene sólo de los hechos carece de fundamento teórico que le aportaría profundidad y mayor validez (Vallejo J. , 2020).

Normativismo: Seguir una lista de principios o reglas como en un "recetario" para llevar a una cierta conducta, pero olvidando el componente sociológico, conduce a una visión sesgada de la realidad (Vallejo J. , 2020).

Ejercicio por parte de otros profesionales: Es muy común que la administración esté en manos de profesionales de otras áreas como ingenieros, contadores o abogados; este hecho podría cuestionar la necesidad del profesional de la administración (Vallejo J. , 2020).

La planificación es una palabra que da idea de cómo organizar una actividad cualquiera y después del análisis de varios enfoques que recoge la literatura puede plantearse, en su sentido más general es un proceso, es la preparación de un conjunto de decisiones, es una acción con respecto a la actividad en el futuro, basado en la investigación, reflexión y pensamientos sistemáticos (Martínez, 2019).

En general el proceso de planificación a nivel empresarial constituye un proceso complejo, caracterizado por un conjunto de trabajos interconectadas que parten de unas directivas a considerar y concluyen con la conformación del plan financiero de la organización (plan económico anual de la empresa) (Valencia & Erazo, 2020).

Según las diferentes experiencias de planificación, este proceso tiene sus particularidades, sobre todo en los que respecta a experiencias de planificación empresarial en países capitalistas y economías de mercado. Pero en general este proceso de planificación económica a escala empresarial, sigue una lógica y trabajos que pudieran estructurarse de la siguiente manera:

Se parte de unas directrices, directivas e indicaciones a “considerar y cumplimentar” en el plan empresarial.

Análisis o diagnóstico de la situación presente y futura de la empresa.

Selección de los objetivos a mediano plazo.

Definición de las estrategias y acciones de la empresa

En base a esas directivas, objetivos, estrategias y acciones a mediano plazo; se elabora el plan económico anual de la empresa (Martínez, 2019).

Las directrices constituyen un grupo de normativas establecidas por los niveles superiores, que las empresas deben tener en cuenta en la elaboración del plan. Estas directrices pueden estar relacionadas con los niveles de ventas, costos, ingresos, utilidades y su distribución (Castellanos, 2019).

Es importante destacar, que el tratamiento de las directrices, como punto de partida para la planificación empresarial, tiene sus particularidades en dependencia del tipo de economía, pues las diferencias entre el capitalismo y el socialismo y consecuentemente entre ambos tipos de planificación (dada fundamentalmente por su alcance, en tanto lo permiten las relaciones de propiedad), determinan su naturaleza, amplitud y formas de consideración en la elaboración de los planes (Armijo, 2020).

Metodología

Se aplicó la investigación cualitativa, conocida también con el nombre de metodología cualitativa, es un método de estudio que se propone evaluar, ponderar e interpretar información obtenida a través de recursos como entrevistas, conversaciones, registros, memorias, entre otros, con el propósito de indagar en su significado profundo. Se trata de un modelo de investigación de uso extendido en las ciencias sociales, basado en la apreciación e interpretación de las cosas en su contexto natural (Hernández et al., 2016).

En el estudio se utilizó el método descriptivo, debido a que a través de él se puede registrar, describir, analizar e interpretar la situación actual de la empresa y así poder plasmar la mejor

posible con la información más fiel. Hernández Sampieri expresa que los estudios descriptivos “pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.” (Hernández et al., 2016).

La investigación transversal en ocasiones se da a conocer como una experiencia instantánea, y que capta los detalles de un momento determinado, que no se va a volver a repetir y es único. Tomando una muestra de la población y estudié la variable a través de un único contacto, cuestionario, opinión o encuesta (Hernández et al., 2016).

La Investigación tiene un diseño no experimental porque ya existen muchas investigaciones similares y se basa en observaciones de las situaciones existentes y en su contexto natural; así como de la información suministrada para luego realizar el análisis de esta. Además, Hernández et al. (2016) expresa que este tipo de investigación “no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos.” (Hernández et al., 2016).

La recolección de datos se refiere al uso de una gran diversidad de técnicas e instrumentos que pueden ser utilizados para desarrollar los sistemas de información. Es decir que es la forma que se utiliza para poder recolectar la información de tal forma que nos sea útil para resolver el problema de investigación. Hernández Sampieri indica que: “Recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico.” (Hernández et al., 2016).

En esta investigación se empleó técnicas e instrumentos de recolección de datos tales como:

Revisión Bibliográfica: debido a que la información utilizada, fundamenta la base teórica del informe.

Entrevista: Dirigida a Jessica Wong de Tipán tiene como objetivo recaudar la mayor cantidad de información posible de la empresa, sobre proceso de planificación que se lleva a cabo dentro de la misma (Hernández et al., 2016).

Observación directa: Es muy importante para el desarrollo del trabajo, ya que a través de esta se puede visualizar el proceso Administrativo y las condiciones del lugar.

Se realizó, propuesta de Planificación Estratégica, que contenga el Cronograma de Actividades para la producción de cada evento, que incluya la planificación, organización, ejecución y control

del mismo. Esta herramienta le brindará a la empresa una guía formal del desarrollo de sus actividades y le dará una visión clara que le permita identificar con facilidad los aspectos, actividades y procesos que necesiten cambios o reestructuraciones.

Resultados y discusión

A continuación, se presentan los resultados y hallazgos de la investigación:

Misión

(No tiene)

Visión

(No tiene)

Valores

(No tiene)

Políticas

(No tiene)

Orgánico estructural

(No tiene)

Orgánico Funcional

(No tiene)

Análisis del Entorno

Fortalezas

- Por la naturaleza del negocio, es capaz de adaptarse a las necesidades de los clientes.
- Las instalaciones de la empresa son nuevas y equipadas de acuerdo a los requerimientos legales.
- Herramientas de trabajo eficientes (tecnología, instrumentaría, mobiliario, etc.)
- El servicio es acogido en el mercado.

Debilidades

- No se cuenta con una planificación definida de las actividades, estas son realizadas empíricamente.
- Falta de comunicación.

- Las funciones no son asignadas correctamente.
- No se controlan los comprobantes y facturas para el seguimiento del inventario.
- Publicidad ineficiente.

Relación del entorno y las fuerzas de Porter

- *Poder de Negociación con los clientes:* El Centro de Eventos “Silver Moon” contempla el poder de negociación con los clientes como una fortaleza y a la vez una oportunidad ya que al existir una gran cantidad de clientes se tiene una gran probabilidad de que se realicen los negocios, sin embargo, la empresa realiza pocos esfuerzos para poder conseguir nuevos clientes potenciales.
- *Poder de Negociación con los proveedores:* El Centro de Eventos “Silver Moon” mantiene una buen poder de negociación con los proveedores debido a la gran cantidad de proveedores de flores, alimentos, bebidas, entre otros que existen en el mercado que cumplen con las exigencias del cliente (en este caso la empresa en estudio), además de que ya se ha logrado una relación sólida y duradera con los mismos porque ya se viene trabajando desde hace años con los mismos proveedores porque han sabido cumplir con los tiempos de entrega, dan facilidades de pago, y poseen la calidad requerida por la empresa.

Análisis en extorno

Oportunidades

- Mercado en constante crecimiento.
- Puede trabajar en cualquier época del año, es decir no se ve afectado por las estaciones climáticas.
- Posibilidad de ampliar la oferta de servicios.
- Canales de comunicación que se pueden explotar para publicidad.
- Posibilidad de alianzas estratégicas con empresas que ofrecen servicios complementarios.

Amenazas

- Fuerte competencia directa e indirecta
- Hay tendencias que volverían obsoletos el mobiliario.
- La crisis económica impide que se puedan reducir los precios.

- La disminución de los niveles de renta.
- Poder negociador del cliente, debido a la cantidad de competidores en el mercado.

Relación del entorno y las fuerzas de Porter

- *Competencia en el mercado:* Esta fuerza constituye una gran amenaza para la empresa, debido a que en Manta existe una gran cantidad de centros de eventos que dedican muchos esfuerzos a la publicidad por redes sociales y de esta manera han logrado una ventaja competitiva con relación a las otras empresas dedicadas al mismo tipo de negocio.
- *Nuevos entrantes:* La amenaza de los nuevos entrantes es un factor negativo muy importante porque en los últimos meses si se ha observado que se han abierto nuevos negocios de este tipo que sin duda alguna ofrecen algo nuevo y precios más competitivos para ganar un espacio en el mercado.
- *Sustitutos:* Esta amenaza cada día se vuelve más preocupante para la empresa ya que los productos sustitutos (en este caso servicios sustitutos) para este negocio engloban los servicios de decoraciones que realizan personas independientes en los domicilios en donde se vaya a realizar el evento (ya incluyendo y gestionando por ellos mismos los bocados de dulce y sal), servicio de comidas para eventos por encargo, animación y sonido, menaje y mantelería, entre otros, que son a un menor precio.

Resultados de la aproximación de entrevista abierta

La entrevista se aplicó a la propietaria del Centro de Eventos Silver Moon el día sábado 25 de noviembre del 2024 a las 11:00 horas aproximadamente.

Sólo se planteó la siguiente pregunta: “¿Podría comentarme sobre la Planificación que se realiza en su empresa?”

La propietaria empezó manifestando que su negocio era una empresa pequeña y quienes estaban a cargo eran los miembros de su familia, aunque si cuenta con demás colaboradores particulares. En total el negocio cuenta con 15 trabajadores. Expresó luego que se dedica a otras actividades aparte del centro de eventos, ya que hay periodos de tiempos en los que no cuenta con contratos para la realización de eventos. Y que ella no es profesional en administración de empresas, por lo que maneja su negocio como puede, es decir empíricamente.

Después explicó que no posee un proceso específico de trabajo o planificación para la realización de eventos, ya que hay clientes que le solicitan servicios extras que no los planifican, las actividades se realizan como se vayan dando las circunstancias, y una vez concluido el evento confesó con sinceridad que no se preocupa por hacer una evaluación y retroalimentación del proceso, asegura que va mejorando únicamente con las sugerencias de los clientes.

Acercas de las formalidades administrativas de su negocio expresó que no las tiene debido a que no conoce cuáles son ni mucho menos cómo elaborarlas, además de manifestar que el factor tiempo, su hogar y sus otras actividades mercantiles de lunes a viernes le impiden dedicarse al 100% en su negocio y como los eventos se realizan los fines de semana sólo le alcanza el tiempo para comprar y arreglar lo necesario, pero no para “sentarse a planificar actividades para eventos futuros y evaluar lo que se hizo”, sin embargo se enorgullece al ver cómo poco a poco ha ido avanzando aunque está consciente de que aún le falta mucho por mejorar y expresó su agradecimiento por ayudarle a mejorar su negocio a través de la investigación.

Propuesta de Solución

Antes de realizar la Planificación Estratégica del Centro de Eventos Silver Moon, es necesaria la construcción de la misión, visión, valores y estructura organizacional de la misma.

Misión

Somos una empresa dedicada a la planificación y organización de eventos sociales y corporativos ubicada en la Ciudad de Manta. Nuestro servicio se basa en brindar un lugar divertido, amigable, y sobre todo confortable, compuesto por personas bien capacitadas con infraestructura y equipamientos modernos.

Nuestra filosofía es mantener buena atención, y calidad en todo el servicio, en donde el cliente se sienta interesado a visitar nuevamente el Centro de Eventos “Silver Moon”.

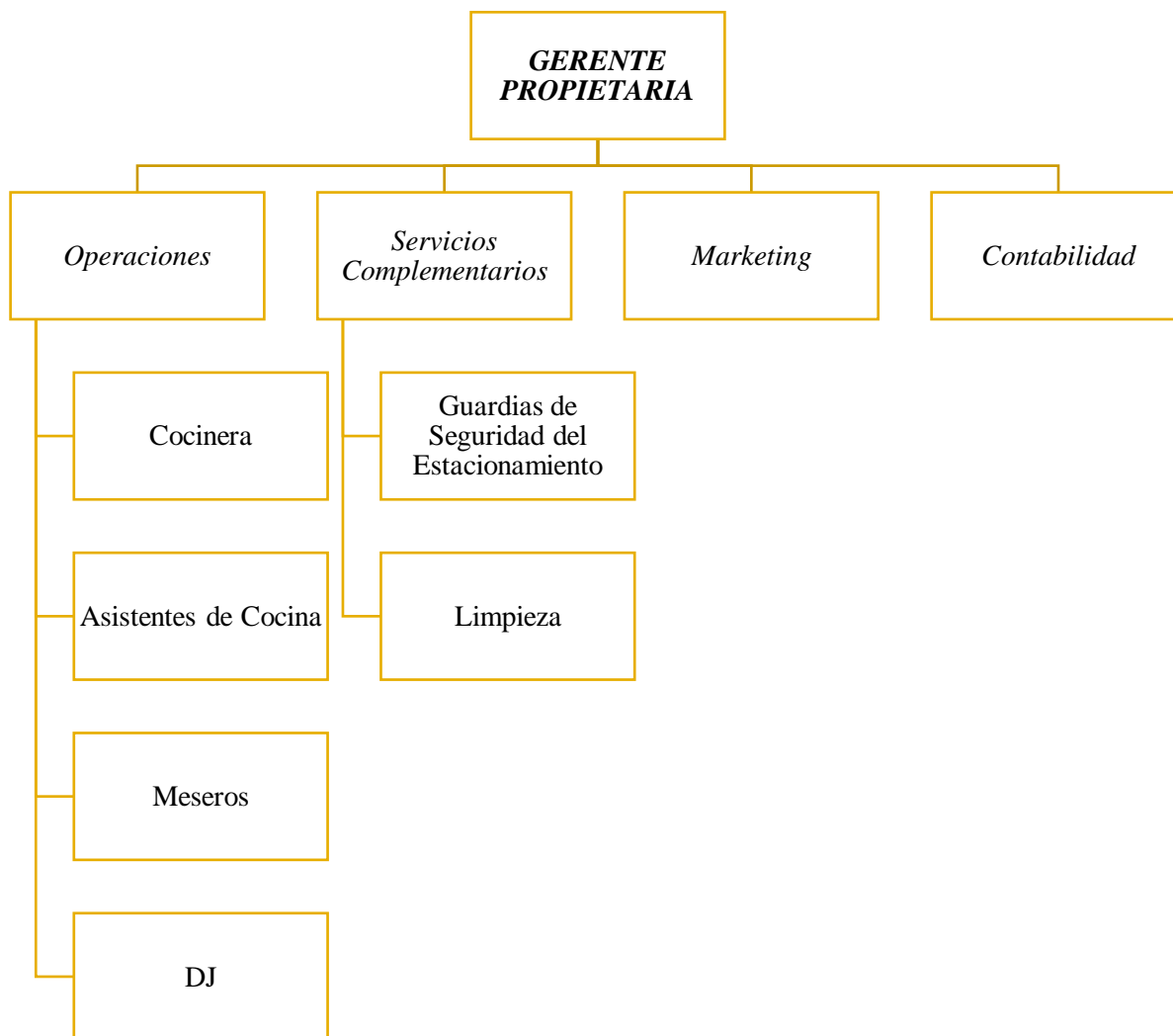
Visión

Llegar a ser una empresa líder en el mercado en el rubro de planificación y organización de eventos sociales y corporativos y ser reconocidos en todo el país, buscando la excelencia del servicio mediante el trabajo perseverante de todos los integrantes de esta organización.

- Valores
- Respeto
- Responsabilidad

- Trabajo en equipo
- Amabilidad
- Empatía

Ilustración 1 Estructura Organizacional



Elaborado por: Autores

Tabla 1 Plan Estratégico

Objetivos	Estrategias	Actividades	Recursos	Tiempo	Supuestos
Crear diferenciación en el servicio con relación a la competencia	Brindar un servicio de calidad	Atender con amabilidad y paciencia a los clientes	Materiales: Computadora, agenda, esferos, aire acondicionado, escritorio y sillas. Humanos: Propietaria	2 horas	Limitado tiempo del cliente
		Coordinar citas adicionales para despejar dudas y coordinar detalles importantes	Materiales: Celular, esfero, agenda Humanos: Propietaria	30 minutos	Imprevistos del cliente que impidan acudir a la cita en las fechas pactadas
		Realizar llamadas de confirmación a los invitados del evento 15 días antes del evento	Materiales: Celular, esfero, agenda Humanos: Personal respectivo	8 horas	No respuesta de los clientes
		Comprar los ingredientes para el buffet y bebidas soft 3 días antes del evento	Económicos	3 horas	Que falte algún ingrediente o insumo
		Limpiar el local 1 día antes del evento	Materiales: escobas, desinfectante, trapeador Humanos: personal de limpieza	1 hora	Sin supuestos
		Decorar el local de acuerdo a la temática 1 día antes del evento	Materiales: Telas, Mesas, Sillas, artículos de decoración, escalera Humanos: Decorador	3 horas	Sin supuestos

		Ultimar detalles el día del evento	Materiales: Flores, Agua decorativa Humanos: Personal de limpieza, meseros, decorador	3 horas	Sin supuestos
		Preparar la comida para el evento	Materiales: Ingredientes, cocina, gas, utensilios de cocina Humanos: Personal de cocina	4 horas	Falta de gas
		Dar adicionalmente una cierta cantidad de platos gratis dependiendo de la cantidad contratada	Materiales: Comida Humanos: Personal de cocina Económicos: Depende de la cantidad	1 hora para la preparación	Incremento de precios
		Dar una atención especial y cordial a los invitados durante el evento	Materiales: Menaje, cristalería, agua, colas, equipo de Dj, Cámaras de video, iluminación Humanos: Propietaria, Meseros, Dj, guardias de seguridad	6 horas	Falta de energía eléctrica
		Limpieza del local después del evento	Materiales: Escoba, trapeador, escaleras, desinfectante Humanos: Personal de limpieza y meseros	1 hora	Sin supuestos
		Llamar al cliente para realizar encuesta de	Materiales: Celular, esfero, agenda	15 minutos	Sin supuestos

		satisfacción y conocer sus quejas y sugerencias	Humanos: Propietaria		
--	--	---	-------------------------	--	--

Elaborado por: Autores

Conclusiones

En atención al problema de planificación que presenta el Centro de Eventos “Silver Moon” se concluye que la fase previa al evento es sumamente importante a nivel administrativo, ya que permite analizar el entorno y obtener los objetivos claros que van a servir de guía durante toda la actividad.

Asimismo, fueron determinados en la propuesta de solución al problema la misión, visión, valores empresariales y estructura organizacional necesaria que la empresa necesita para tener claro sus objetivos y brindar un servicio de mejor calidad. Se estableció además la estrategia para lograr el objetivo empresarial y los tipos de actividades necesarias para la correcta ejecución de un evento indistintamente de la temática que se realizan con más frecuencia. De igual forma, quedó demostrado que las actividades planificación son fundamentales para el desarrollo estratégico de una empresa dedicada a esta actividad, en especial el Centro de Eventos “Silver Moon”, ya que, si aplica correctamente una planificación definida y clara, mejorará considerablemente la calidad del servicio y será más competitiva en el mercado.

También se evidencia en el plan estratégico propuesto la importancia de la evaluación posterior a la culminación del evento a manera de diagnóstico y resolución de fallas, además se demostró la vinculación de la planificación con cada una de las etapas de los eventos.

Es importante considerar la planificación estratégica para cada una de las etapas del evento a fin de garantizar el cumplimiento de los objetivos. Previo a la realización de un evento, ejecutar una investigación del entorno para determinar los posibles imprevistos que impidan cumplir con los objetivos a fin de ejecutar acciones para mitigarlos.

Se debe tomar en consideración la misión, visión, valores y objetivos de la organización al momento de realizar la planificación del evento, para garantizar un servicio de calidad.

La empresa debe realizar una apropiada distribución de responsabilidad durante la organización de las actividades para garantizar que todos los aspectos estén cubiertos por personal capacitado; así como informar al personal de las tareas con antelación

Al finalizar un evento se debe ejecutar una evaluación que permita diagnosticar los fallos y garantizar el cumplimiento de los objetivos, esto permitirá la mejora en la calidad del servicio.

Referencias

1. Armijo, M. (2020). Planificación estratégica e indicadores de desempeño en el sector público. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/61171265/Planfificacion_Estrategica_Armijo20191109-119302-15z5vyx-libre.pdf?1573308988=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DPlanfificacion_Estrategica_Armijo.pdf&Expires=1721748888&Signature=P8JW3WKnmCEJBfPG
2. Castellanos, L. (2019). Estrategia y planificación estratégica. Obtenido de <https://lcestrategia.wordpress.com/wp-content/uploads/2015/11/estrategia-y-planificacic3b3n-estratic3a9gica-luis-castellanos.pdf>
3. Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2016). Metodología de la Investigación (Cuarta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uleasecsp/reader.action?docID=4721683>
4. Lopera, M. M. (2019). Aspectos históricos y epistemológicos de la planificación para el desarrollo. *Revista Gerencia política y Salud*, 28-43. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/rgps/v13n26/v13n26a03.pdf>
5. Martínez, P. Y. (Mayo de 2019). Fundamentación Teórica de la Planificación Empresarial. Obtenido de *Contribuciones a la Economía*: <http://www.eumed.net/ce/2009a/ymp.htm>
6. Valencia, G., & Erazo, M. (2020). El reto de la planificación estratégica en las Pymes. *Revista Publicando*, Vol. 3, N°. 8, 335-344. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5833399>
7. Vallejo, J. (11 de Marzo de 2020). Fundamentos Epistemológicos De La Administración De Empresas. Obtenido de <https://prezi.com/8kpspb8qhl9r/fundamentos-epistemologicos-de-la-administracion-de-empresas/>
8. Walter, J., & Pando, D. (2020). Planificación estratégica. Nuevos desafíos y enfoques en el ámbito público. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Jorge-Walter/publication/276290568_Planfificacion_Estrategica_Nuevos_desafios_y_enfoques_

en_el_ambito_publico/links/5556081a08ae6fd2d8235c69/Planificacion-Estrategica-Nuevos-desafios-y-enfoques-en-el-ambito-publico.pdf

© 2025 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).