

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

Tema 3. Planificación estratégica en gestión de eventos culturales



"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

INDICE TEMARIO

MÓDULO I: **EL SEGMENTO CULTURAL Y EL SEGMENTO MICE**

MÓDULO II: LA **PLANIFICACIÓN OPERATIVA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

MÓDULO IV: **EL PRODUCTO** EN EL GESTIÓN DE EVENTOS CULTURALES

MÓDULO V: **LOS PROVEEDORES PROFESIONALES** DE EVENTOS

MÓDULO VI: **EL FACTOR PRECIO Y LA FINANCIACIÓN** EN EL GESTIÓN DE EVENTOS

MÓDULO VII: **LA PROMOCIÓN Y LA COMERCIALIZACIÓN** DEL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

MÓDULO VIII: **GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LA CALIDAD** EN EL PRODUCTO CULTURAL Y DE EVENTOS

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva



Tema 3: Planificación estratégica en gestión de eventos culturales

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

- 3.1. **Decisiones estratégicas** en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.2. **Diez pasos para lograr el éxito** en el evento.
- 3.3. **Ficha técnica de un plan de negocios** de un evento.
- 3.4. **Casos prácticos** de la elaboración del plan de negocios de un evento.
El diseño y gestión en todas sus fases.
- 3.5. **Análisis del entorno** en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.6. Análisis de los **escenarios competitivos**.
- 3.7. **Formulación de estrategias** en la gestión de un evento.



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

CONCEPTO DE ESTRATEGIA

- Es un medio para prever y dirigir el crecimiento de la empresa.
- Se hace en la cúpula de la dirección.
- Carácter formalizado y explícito.
- Proceso interactivo entre la empresa y su entorno.
- Implica un planteamiento de objetivos a largo plazo.
- Conlleva el establecimiento de políticas y objetivos a corto plazo.
- Compromete los recursos actuales de la empresa y los que vaya a generar en el futuro.
- Persigue defender y mejorar la competitividad de la empresa.
- Es un campo entre la ciencia y el arte.



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

COMPONENTES DE LA ESTRATEGIA

✦ **CAMPO DE ACTIVIDAD:** CONJUNTO DE "NEGOCIOS" EN LOS QUE PIENSA PARTICIPAR LA EMPRESA

NEGOCIO {
- PRODUCTO
- MERCADO

✦ **CAPACIDADES DISTINTIVAS:** RECURSOS Y HABILIDADES, ACTUALES Y POTENCIALES, QUE POSEE Y DOMINA LA EMPRESA

✦ **VENTAJAS COMPETITIVAS:** CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA QUE PUEDEN PROPORCIONARLE UNA POSICIÓN DEFENDIBLE FRENTE A SUS COMPETIDORES

✦ **SINERGIA:** EFECTO MULTIPLICADOR, EFECTO DEL EQUILIBRIO ENTRE LOS ELEMENTOS ANTERIORES

3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

LA DIRECCIÓN ESTRATÉGICA. CONCEPTO

La **DIRECCIÓN ESTRATÉGICA** es el instrumento que hace posible la adecuación de la empresa a los cambios del medio en que se desenvuelve. Pretende identificar de forma precoz los cambios externos e internos para instrumentar respuestas rápidas, procurando que el nivel de sorpresa de los impactos sea el menor posible.



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

La inteligencia es la capacidad de aprender, adaptarse y elaborar sentido común; de comprender la época y sociedad en las que vivimos e interactuar con sus entornos, y de combinar conocimientos para lograr objetivos en una amplia variedad de entornos



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

Problemática usual relativa a la tipología de las decisiones estratégicas:

- Las cuestiones estratégicas permanecen ocultas detrás de los problemas operativos
- Las empresas tardan en detectar los problemas de fondo
- Cuando esto sucede, no solo no disminuyen, sino que se intensifican (es demasiado tarde)
- Ante situaciones no deseables existe la propensión natural a buscar remedios en mejoras operativas: reducir costes, sustituir al responsable de publicidad, reorganizar el Dpto..
- Esta inclinación, pueden oscurecer el hecho de que los males básicos no residan en la propia empresa, sino en el entorno y en la falta de adaptación al mismo



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

DECISIONES ESTRATÉGICAS

Propuesta de resolución:

- Proveer a la empresa de una estructura organizativa que favorezca la dedicación de la alta dirección a las decisiones estratégicas
- Procurar a la dirección de una estructura que esté enfocado a la búsqueda de necesidades y oportunidades estratégicas (Dir Expansión)
- ES CLAVE ACERTAR EN LAS OPORTUNIDADES ESTRATÉGICAS
- OBJETIVO DE LA GESTIÓN DIRECTIVA:

LA BÚSQUEDA DE LA EXCELENCIA EMPRESARIAL



3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales

FACTORES DE EXCELENCIA EMPRESARIAL

3 CLAVES DE LAS EMPRESAS EXCELENTES

- Atención preferente a los **Recursos Humanos**
- Potenciar la **creatividad**, la **innovación**, la atención al **cliente** y la búsqueda de la **calidad**
- Existencia de un esquema claro de **valores** compartidos, de una **cultura** fuertemente implantada: determinan la solidez y la imagen de **marca**

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

- 3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.2. **Diez pasos para lograr el éxito en el evento.**
- 3.3. **Ficha técnica de un plan de negocios de un evento.**
- 3.4. Casos prácticos de la elaboración del plan de negocios de un evento.
El diseño y gestión en todas sus fases.
- 3.5. Análisis del entorno en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.6. Análisis de los escenarios competitivos.
- 3.7. Formulación de estrategias en la gestión de un evento.



La Estrategia en una Organización de Eventos:

10 Pasos para lograr el Exito

Ficha técnica de un Plan de Negocios de Eventos:

En cualquier estrategia en el desarrollo de eventos, ya sea este una feria, una fiesta social, el lanzamiento de un producto, un seminario o congreso, etc., se cumplen determinadas características que son propias de este tipo de servicios y que resultan ser aspectos fundamentales en la organización de eventos, entre ellos debemos distinguir:

- El evento es inseparable a la figura del prestador: todo evento esta directamente ligado a la figura del **organizador**, cuyas responsabilidades son, entre otras, el diseño, la implementación y el control
- La participación del usuario: la organización del evento tiene una incidencia importantísima en su máximo protagonista que es el **cliente**
- Los eventos son **perecederos**: cada evento es diferente en todas sus fases y esto nos obliga a que cada proyecto sea nuevo y nos demande esfuerzo y creatividad. Por ello es importante en la estrategia el posicionamiento, la segmentación y la toma de decisiones

La Estrategia en una Organización de Eventos:

10 Pasos para lograr el Exito

Ficha técnica de un Plan de Negocios de Eventos:

- 1- **MISIÓN:** Establecer con claridad tu Producto/Mercado y tus valores y creencias como organización que se sostendrán a lo largo del tiempo y cimentará tu imagen ante el cliente
- 2- **OBJETIVOS:** Cuantitativos (ventas, crecimiento) como cualitativos (prestigio, reconocimiento)
- 3- **ANÁLISIS DAFO** (entorno macro y micro, y análisis interno)
- 4- **ESTRATEGIA:** genéricas, competitivas y de crecimiento
- 5- **UNIDADES DE NEGOCIO:** que productos concretos ofrecemos en la organización de eventos para gestionarlos cada uno de forma diferente
- 6- **ANÁLISIS DEL MERCADO:** MERCADO POTENCIAL (posible clientes que no realizan eventos), y MERCADO ACTUAL (aquellos que realizan eventos y les podemos ofertar nuestros servicios)



La Estrategia en una Organización de Eventos:

10 Pasos para lograr el Exito

Ficha técnica de un Plan de Negocios de Eventos:

7- SEGMENTACIÓN DE MERCADO: hay distintas formas de agrupar a nuestros potenciales clientes según distintos criterios de segmentación: geográficos, edad, ocupación, personalidad, nivel social,.....

8- POSICIONAMIENTO: Cómo queremos que el cliente nos perciba en su mente. El posicionamiento se logra con mucha comunicación en base a cuatro dimensiones:

- Atributos del servicio;
- Beneficios en nivel de satisfacción que recibe el cliente;
- Comparación en relación a los competidores;
- Imagen como identidad diferenciadora.



La Estrategia en una Organización de Eventos:

10 Pasos para lograr el Exito

Ficha técnica de un Plan de Negocios de Eventos:

9- DESARROLLO PRÁCTICO:

- Descripción de mercados META;
- Estrategia de precios y forma de pago (bonificaciones, descuentos, financiación)
- Planificación de la comunicación y las promociones (no se trata de vender un servicio sino de vender los beneficios que ofrece al cliente)

10- EVALUAR: hay que controlar periódicamente como marcha el plan de acción. Para ello es importante analizar como interactúan ciertas variables: la gestión del producto o servicio; la continua preparación y alineación del personal con la cultura de la empresa; cuidar el espacio físico de los eventos conforme a la calidad de servicio propuesta; el factor precio en función de la calidad, la competencia y la demanda; y realizar las comunicaciones y promociones de forma permanente.



"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

TRABAJO ALUMNOS



"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

- 3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.2. Diez pasos para lograr el éxito en el evento.
- 3.3. Ficha técnica de un plan de negocios de un evento.
- 3.4. **Casos prácticos de la elaboración del plan de negocios de un evento. El diseño y gestión en todas sus fases.**
- 3.5. Análisis del entorno en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.6. Análisis de los escenarios competitivos.
- 3.7. Formulación de estrategias en la gestión de un evento.



"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

TRABAJO ALUMNOS

1. DESCRIPCIÓN PORMENORIZADA DE UN EVENTO (MUSICAL, CINEMATOGRAFICO, CULTURAL...), LUGAR CULTURAL PARA EVENTO (un museo,...) O EMPRESA DEL EVENTO (un caso de estudio con datos económico-fin, operativos, estratégicos, socioculturales)
2. DISEÑO DE LA PLANIFICACIÓN DE UN EVENTO:
Gestionar un evento en todas sus fases
 - (con productos complementarios)
 - (con originalidad, creatividad y con programa social, cultural y de ocio)

ETAPAS DEL EVENTO CULTURAL

ETAPAS DEL EVENTO	ETAPAS DEL PROCESO ADMINISTRATIVO
PRE-EVENTO	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIÓN
EVENTO	DIRECCIÓN
POST-EVENTO	EVALUACIÓN



Tema 3. Planificación Estratégica en gestión de eventos culturales

"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

PLANIFICACIÓN INTEGRAL DE UN EVENTO DE TIPO CULTURAL

- **Ficha técnica de un Plan de Negocios de un Evento**
- Planificación operativa. Etapas de un evento.
- Los objetivos en la planificación de un evento.
- El Diseño del pre-evento: cronograma, logística, elección fechas, sedes,....
- Las distintas secretarías. La división de funciones.
- Financiación del evento. Patrocinadores, venta de entradas,....
- Promoción y comercialización.
- Normas de protocolo y ceremonial.
- Evento. Los días previos.
- Evento. Acciones a gestionar durante la celebración.
- Innovación y creatividad durante el evento. El valor de la diferenciación.
- Post-evento. Cierre del evento. Control y evaluación de resultados.



"Organización y Gestión de Eventos y Procesos Culturales"

MÓDULO III: **PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA** EN LA GESTIÓN DE EVENTOS Y PROCESOS CULTURALES

- 3.1. Decisiones estratégicas en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.2. Diez pasos para lograr el éxito en el evento.
- 3.3. Ficha técnica de un plan de negocios de un evento.
- 3.4. Casos prácticos de la elaboración del plan de negocios de un evento.
El diseño y gestión en todas sus fases.
- 3.5. **Análisis del entorno** en gestión de eventos y procesos culturales.
- 3.6. **Análisis de los escenarios competitivos**.
- 3.7. **Formulación de estrategias** en la gestión de un evento.

