



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución- NoComercial-Compartirigual 2.5 Perú](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/).
Vea una copia de esta licencia en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



MONOGRAFÍA

“WEDDING PLANNER”

PRESENTADO POR:

Bach. Jarumi Reátegui Goicochea

Bach. Susy Vanessa Torres Salazar

ASESORA:

Lic. Tur. Mtro. Jesús Rodríguez Sánchez

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO

TARAPOTO – PERÚ

2017

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN MARTÍN-TARAPOTO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



MONOGRAFÍA

“WEDDING PLANNER”


PRESENTADO POR:


Bach. Jarumi Reátegui Goicochea

Bach. Susy Vanessa Torres Salazar


Sustentado y aprobado ante el honorable jurado

el día Jueves 21 de diciembre de 2017


.....
Dra. Olga Maritza Requejo La Torre
Presidente


.....
Lic. Tur. Gina Isabel Reátegui Alegría
Secretaria


.....
Dr. Clifor Daniel Sosa De La Cruz
Vocal


.....
Lic. Tur. Mtro. Jesús Rodríguez Sánchez
Asesora

Declaratoria de Autenticidad

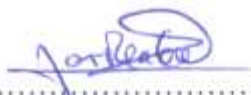
Yo, **Jarumi Reátegui Goicochea**, egresada de la Facultad de Ciencias Económicas en la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, identificado con DNI N° 43010325, con la monografía titulada “**WEDDING PLANNER**”

Declaro bajo juramento que:

1. La monografía presentada es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la monografía no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La monografía no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la monografía se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, como el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios y plagio (al no citar la información con sus autores), plagio (al presentar información de otros trabajos como propios), falsificación (al presentar la información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.

Tarapoto, 21 de diciembre del 2017.



Jarumi Reátegui Goicochea

DNI N° 43010325

Declaratoria de Autenticidad

Yo, **Susy Vanessa Torres Salazar**, egresada de la Facultad de Ciencias Económicas en la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, identificado con DNI N° 43210581, con la monografía titulada “**WEDDING PLANNER**”

Declaro bajo juramento que:

1. La monografía presentada es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la monografía no ha sido plagiada ni total ni parcialmente.
3. La monografía no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la monografía se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De considerar que el trabajo cuenta con una falta grave, como el hecho de contar con datos fraudulentos, demostrar indicios y plagio (al no citar la información con sus autores), plagio (al presentar información de otros trabajos como propios), falsificación (al presentar la información e ideas de otras personas de forma falsa), entre otros, asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto.

Tarapoto, 21 de diciembre..... del 2017.



Susy Vanessa Torres Salazar

DNI N° 43210581

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis.

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	REATEGUI GOICOECHEA JARUMI		
Código de alumno :	038225	Teléfono:	942901442
Correo electrónico :	jarumi.16@hotmail.com	DNI:	43010325

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	Ciencias Económicas
Escuela Profesional de:	TURISMO

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	()	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	(X)		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	" WEDDING PLANNER "
Año de publicación:	2017

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

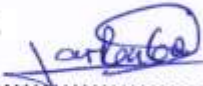
7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento:

25 / 09 / 2018



Firma del Responsable de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM - T.

* **Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

Formato de autorización NO EXCLUSIVA para la publicación de trabajos de investigación, conducentes a optar grados académicos y títulos profesionales en el Repositorio Digital de Tesis.

1. Datos del autor:

Apellidos y nombres:	TORRES SALAZAR SUSY VANESSA		
Código de alumno :	038275	Teléfono:	999428532
Correo electrónico :	china_vanessita@hotmail.com	DNI:	43210581

(En caso haya más autores, llenar un formulario por autor)

2. Datos Académicos

Facultad de:	CIENCIAS ECONOMICAS
Escuela Profesional de:	" WEDDING PLANNER "

3. Tipo de trabajo de investigación

Tesis	()	Trabajo de investigación	()
Trabajo de suficiencia profesional	(X)		

4. Datos del Trabajo de investigación

Título:	" WEDDING PLANNER "
Año de publicación:	2018

5. Tipo de Acceso al documento

Acceso público *	(X)	Embargo	()
Acceso restringido **	()		

Si el autor elige el tipo de acceso abierto o público, otorga a la Universidad Nacional de San Martín – Tarapoto, una licencia **No Exclusiva**, para publicar, conservar y sin modificar su contenido, pueda convertirla a cualquier formato de fichero, medio o soporte, siempre con fines de seguridad, preservación y difusión en el Repositorio de Tesis Digital. Respetando siempre los Derechos de Autor y Propiedad Intelectual de acuerdo y en el Marco de la Ley 822.

En caso que el autor elija la segunda opción, es necesario y obligatorio que indique el sustento correspondiente:

--

6. Originalidad del archivo digital.

Por el presente dejo constancia que el archivo digital que entrego a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, como parte del proceso conducente a obtener el título profesional o grado académico, es la versión final del trabajo de investigación sustentado y aprobado por el Jurado.

7. Otorgamiento de una licencia *CREATIVE COMMONS*

Para investigaciones que son de acceso abierto se les otorgó una licencia *Creative Commons*, con la finalidad de que cualquier usuario pueda acceder a la obra, bajo los términos que dicha licencia implica

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/pe/>

El autor, por medio de este documento, autoriza a la Universidad Nacional de San Martín - Tarapoto, publicar su trabajo de investigación en formato digital en el Repositorio Digital de Tesis, al cual se podrá acceder, preservar y difundir de forma libre y gratuita, de manera íntegra a todo el documento.

Según el inciso 12.2, del artículo 12° del Reglamento del Registro Nacional de Trabajos de Investigación para optar grados académicos y títulos profesionales - RENATI "Las universidades, instituciones y escuelas de educación superior tienen como obligación registrar todos los trabajos de investigación y proyectos, incluyendo los metadatos en sus repositorios institucionales precisando si son de acceso abierto o restringido, los cuales serán posteriormente recolectados por el Repositorio Digital RENATI, a través del Repositorio ALICIA".



.....
Firma del Autor

8. Para ser llenado en la Oficina de Repositorio Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso Abierto de la UNSM - T.

Fecha de recepción del documento:

25 / 09 / 2018



.....
Firma del Responsable de Repositorio
Digital de Ciencia y Tecnología de Acceso
Abierto de la UNSM - T.

***Acceso abierto:** uso lícito que confiere un titular de derechos de propiedad intelectual a cualquier persona, para que pueda acceder de manera inmediata y gratuita a una obra, datos procesados o estadísticas de monitoreo, sin necesidad de registro, suscripción, ni pago, estando autorizada a leerla, descargarla, reproducirla, distribuirla, imprimirla, buscarla y enlazar textos completos (Reglamento de la Ley No 30035).

** **Acceso restringido:** el documento no se visualizará en el Repositorio.

DEDICATORIA

A mis padres por su apoyo emocional y la paciencia que han tenido para conmigo en estos años de arduo trabajo.

A mi esposo y a mi adorada hijita que sin ellos no sería la persona en la que me convertí hoy.

Jarumi Reátegui Goicochea

A mi adorada hija que, con su amor, comprensión, horas de desvelo sin ella, largos kilómetros de distancia de las personas que más amo valieron la pena para ser la profesional en la que me convertí, ya que descubrí que para ser madre tú tienes una profesión que valoras más que tu propia vida.

Susy Vanessa Torres Salazar

AGRADECIMIENTO

Profesores que con sus enseñanzas nos formaron, y que con los conocimientos adquiridos somos los profesionales de hoy.

ÍNDICE

Dedicatoria	v
Agradecimiento.....	vi
Índice	vii
RESUMEN	ix
ABSTRACT.....	x
Introducción.....	1
Justificación.....	3
Objetivos	4
Capítulo I: Wedding Planner.....	5
1.1. Etimología.....	5
1.2. Historia.....	6
1.3. Definición.....	7
1.4. Finalidad.....	7
Capítulo II: Modalidades.....	9
2.1. Protocolo.....	9
2.2. Actos Protocolarios.....	10
2.3. Servicios.....	11
2.3.1. Consultoría y organización total de la boda.....	11
2.3.2. Organización de la recepción.....	12
2.3.3. Coordinación del día de la boda.....	12
2.3.4. Consultoría por horas.....	12
2.3.5. Coordinador de banquete.....	12
2.3.6. Recomendados.....	13
2.4. Asesoría de imagen.....	13
2.4.1. Observación del sector industrial.....	13
2.4.2. Análisis de las fuerzas competitivas actuales.....	13
2.4.3. Rivalidad entre empresas existentes.....	14
2.4.4. Competidores potenciales.....	14

2.4.5. Poder de negociación de los proveedores.....	14
2.4.6. Servicio sustituto.....	15
2.4.7. Poder de negociación de los clientes.....	15
2.5. Análisis estructural de la industria.....	16
2.5.1. Barreras de entrada.....	16
2.5.2. Barreras de salida.....	17
2.5.3. Amenazas del sector.....	17
2.5.4. Oportunidades del sector.....	17
2.6. Análisis pest.....	17
2.6.1. Político.....	18
2.6.2. Económico.....	18
2.6.3. Social.....	18
2.6.4. Tecnológico.....	18
2.6.5. Perfil del cliente.....	18
Capítulo III: Diseño del plan.....	19
3.1. Bodas Vintage.....	19
3.2. Bodas Primaverales.....	20
3.3. Bodas con Color.....	21
3.4. Bodas Regionales.....	22
3.5. Los Proveedores.....	23
Capítulo IV: Diseño del Servicio.....	32
4.1. Paquetes.....	32
4.2. Modelo de Servicio Integral.....	32
Capítulo V: Cuantificar.....	38
5.1. Bodas realizadas entre 2014 a 2016 en el distrito de Tarapoto.....	38
5.2. Niveles socioeconómicos categorizadas en Perú.....	38
CONCLUSIONES.....	39
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40

RESUMEN

En este proyecto de monografía de los Wedding Planner, es importante destacar el diseño, organización y planificación del evento mencionado líneas arriba, respetando el estilo y las necesidades que tiene cada pareja. También es importante mencionar que se tiene el compromiso de saber escuchar, entender qué boda es lo que quiere y guiarnos para hacerla realidad, teniendo en cuenta que existen ideas diferentes de las planteadas o algo imposible. Este es el trabajo de un Wedding Planner, es conseguir descifrar esa información y hacer una boda preciosa y a medida desde cero.

El Wedding Planner, ayuda a encontrar el estilo perfecto para la celebración, se hace el trabajo en la sombra, llamadas, mails, reuniones, cuadros de presupuestos, no todo son lacitos, recortables y manualidades, es un trabajo multitarea que requiere dedicación y esfuerzo, por eso existe y se recomienda contratarlo.

Contratar el servicio de Wedding Planner les puede parecer en un primer momento un gasto extra, incluso un poco caro. Sin embargo, tener alguien con experiencia que los ayude con esta parte tan importante, puede hacer ahorrar en tiempo, esfuerzo y dinero, además asegura el éxito rotundo de su boda. El Wedding Planner está presente el día de la boda, transmite en todo momento tranquilidad, pero llevando de manera estricta el guión que ha acordado con los novios, sabiendo minuto a minuto lo que está pasando y lo que tiene que pasar, adelantándose a cualquier cosa que pueda ocurrir, antes de la llegada de los invitaos. Es el día de los novios quienes pusieron la confianza y son ellos los que tienen que disfrutar de su evento.

Palabras claves: Wedding Planner, diseño, organización, planificación, compromiso, información, estilo, presupuesto, boda, éxito, novios.

ABSTRACT

In this monograph project of the Wedding Planner, it is important to highlight the design, organization and planning of the event mentioned above, respecting the style and needs of each couple. It is also important to mention that you have the commitment to know how to listen, understand what wedding is what you want and guide us to make it a reality, bearing in mind that there are different ideas than those proposed or something impossible. This is the job of a Wedding Planner, is to figure out that information and make a beautiful and customized wedding from Zero.

The Wedding Planner, helps to find the perfect style for the celebration, work is done in the shade, calls, mails, meetings, budget tables, not everything is ribbons, cut-outs and crafts, it is a multitasking work that requires dedication and effort, that's why it exists and it is recommended to hire it.

Hiring the Wedding Planner service may seem at first an extra expense, even a bit expensive. However, having someone with experience to help them with this important part can save time, effort and money, and ensure the success of your wedding. The Wedding Planner is present on the day of the wedding, transmits at all times tranquility, but strictly carrying the close that has agreed with the couple, knowing minute by minute what is happening and what has to happen, anticipating anything that may occur, before the arrival of the guests. It is the day of the couple who put the trust and it is they who have to enjoy your event.

Keywords: Wedding Planner, design, organization, planning, commitment, information, style, budget, boyfriends, success, sweethearts.



INTRODUCCIÓN

ANTECEDENTES

Las Wedding Planner han adquirido notoriedad en el siglo XXI y estos son trabajos realizados profesionalmente para obtener certificación de titulación en diferentes universidades en los respectivos países:

Europa

Iglesia, L. (2015). Concluyó que: Madrid es un mercado cargado de mucha competencia, y como se ha visto afectada por la crisis los costes han tenido que ser reducidos, ya que la demanda existe pero las parejas tienden a hacerlo empíricamente, cuando el estrés aumentan piden consultoría para las cosas básicas dentro de una boda, la segmentación en edades es de 24 a 40 años como público objetivo a exponer nuestros servicios, presentando este plan podemos a través de los datos obtenidos concluir que es un negocio rentable, dando buenas utilidades, el desarrollo de todo el trabajo es eficaz cuando encuentras proveedores y mantienes una relación profesional de acorde con los parámetros expuestos.

Latinoamérica

Méndez, F. (2012). Concluyó que: es un mercado poco profesionalizado en Paraguay, en cuanto a la organización de eventos, encontrando que aún hay un nicho muy interesante para explorar y desarrollar en este país, sobre todo apuntando a un target que desea contar con servicios más innovadores. El principal aporte logrado, es justamente el de la inserción de una consultora de eventos sociales especializada en el wedding planner profesional, debido a la gran demanda encontrada por parte del público objetivo luego del sondeo realizado, mediante las Relaciones Públicas como base metodológica para el posicionamiento. La diferencia de posicionar a la consultora de manera cotidiana, como lo hacen los que ya se encuentran instalados en el país y la de incorporar una empresa mediante las Relaciones Públicas, de manera correcta, hace más factible la viabilidad del proyecto, consiguiendo alcanzar el posicionamiento deseado dentro del mercado paraguayo de bodas. Una vez

entendido el propósito del proyecto profesional a desarrollar, es posible pensaren el correcto posicionamiento de las Relaciones Públicas dentro de Paraguay, así de esta forma se replantea el concepto de la disciplina, logrando que se conozca y utilice correctamente.

La composición etaria de la población de Paraguay, que tiene un 70% de personas menores de 35 años, hace que este mercado sea aún más potencial, pues gran parte de la población se encuentra entre los 20 y 30 años de edad, que es la franja objetiva. En este trabajo queda demostrado mediante diferentes análisis brindados por el Registro Civil, el último Censo paraguayo y VISA, que hay una fuerte demanda de enlace civil de matrimonios heterosexuales, remarcando por otra parte, a través del sondeo de encuestas realizado por la autora, la falta de profesionalismo, innovación y variedad de oferta dentro del mercado de las bodas.

Como aporte profesional no sólo se destaca el establecimiento a futuro de la consultora de wedding planner profesional pautada, una vez que la autora ya esté establecida y en contacto con los proveedores en Paraguay, sino también lograr el aporte profesional y, ya en el marco de los negocios del país, la incorporación de las Relaciones Públicas como disciplina. Con la práctica correcta de ésta, se hará una mejor propagación.

Bossio, L. & Bohoroquez, C. (2016). Concluyó que: El turismo de bodas es un nuevo mercado que va en acenso, las actuales condiciones del mundo más la globalización han permitido el fácil acceso del ser humano a nuevos territorios con características únicas y especiales que son: La historia, belleza, innovación, cultura, misterio, realismo magino, entre otros, los cuales atraen el interés a extranjeros y nacionales. Gracias a lo anterior el turismo de bodas ha tenido la oportunidad de crecer en Cartagena de indias contando con el apoyo, gestión y logística de diversas entidades locales, nacionales e internacionales, quienes quieren hacer de Cartagena un destino sostenible en el tiempo y cautivador para la pareja de enamorados. En esta preparación podemos notar el buen desempeño de iglesias, hoteles, almacenes especializados, diseñadores, Wedding Planner etc., y destacamos igualmente la administración del hotel Santa Clara, promotor del evento Cartagena Bridal Week, el cual atrae a personalidades internacionales en el mundo de las bodas junto con la

colaboración de Corpoturismo y Procolombia. Es así como la ciudad de Cartagena de indias cada vez se fortalece y se transforma en su medida como un ejemplar destino para llevar a cabo la realización de la boda, esto sin dejar de lado que existen condiciones para mejorar y para que esta pueda desarrollarse aún más, al punto de poder llegar ser un epicentro a nivel latinoamericano y quizás de talla mundial. Finalizando, las encuestas realizadas por el grupo investigador reflejaron que Cartagena de Indias, cuenta con condiciones de gran valor y significancia para organizar una boda desde la primera etapa (Pre-boda: Despedida de soltero) hasta la última etapa (Post-boda: Luna de miel); donde los encuestados en su mayoría nacionales e internacionales dieron altos valores a cada una de las preguntas. Posicionando a Cartagena de indias, como ciudad privilegiada para realizar cualquier tipo de boda turística con experiencias inolvidables.

➤ **Justificación**

Al presente, con el ritmo de vida señalado dentro de las sociedades consumistas y globalizadas, el estereotipo de mujer ama de casa cada día es menos frecuente en los hogares. Es por ello que hoy la mujer tipo se posiciona como una ejecutiva full time, que a su vez se dedica en su tiempo libre a actividades como el gimnasio o encuentros con amigas muy esporádicos, por lo que a la hora de realizar una boda es escaso el tiempo que poseen para dedicarle al evento que marcará su vida desde el sí acepto. (Méndez, 2012)

Hoy son esas mujeres las que dejan de lado la costumbre de desarrollar paso a paso el casamiento en conjunto con su madre, suegra, hermanas y amigas. Ellas prefieren dejar de lado tanto estrés y discusiones sin sentido contratando a una wedding planner que realice todo por ellas.

Esta hada madrina, como muchos la llaman, es quien lleva la agenda de la novia hasta el día del casamiento, es la que le hace citas con la modista, prueba de calzados, se encarga de elegir las mejores opciones minimizando las alternativas para que los novios elijan, liberando las tensiones complejas y haciendo de este evento un día para disfrutar a pleno con los seres queridos.

Al existir una gran demanda en el mercado es preciso realizar reservas de salones, consultas con decoradores y hasta inclusive Djs con un tiempo aproximado de un año de anticipación en muchos de los casos. Por lo tanto, la llegada de la wedding planner en el mercado es la llave maestra para lograr la boda de tus sueños. (Méndez, 2012)

En la actualidad la boda blanca soñada, ya forma parte del pasado. Las parejas tienen personalidades, hijos, trabajos y demandas que hacen que quieran diferenciarse de otras bodas; es por eso que hoy se especula con grandes producciones para sorprender a los invitados.

Considerables veces este mercado se vuelve considerablemente competitivo haciendo que los organizadores se refresquen o pasen a ser sustituidos por otros con ideas más novedosas, estos temas de imponer modas hacen que el trabajo del wedding planner muchas veces quiera ser cambiado por personas que son simplemente creativas, pero no poseen las herramientas y conocimientos necesarios para el desarrollo complejo de una boda. Por lo que el Wedding Planner ya forma parte de una tendencia insertada en los mercados de los países desarrollados, creciendo e intentando la penetración dentro de los países latinoamericanos, más retraídamente. (Méndez, 2012).

➤ **Objetivos**

a. Objetivo General

Diseñar un plan para la prestación de servicio de coordinación, planeación y ejecución de bodas en el distrito de Tarapoto.

b. Objetivo Específico

- Cuantificar las bodas realizadas entre 2014 a 2016 en el distrito de Tarapoto.
- Identificar niveles socio económicos de acuerdo a la distribución geográfica en el distrito de Tarapoto.
- Formular modalidades para ofrecer la coordinación, planeación y ejecución de bodas.

CAPÍTULO I

WEDDING PLANNER

1.1. Etimología

El término wedding planner es el significado utilizado para denominar a el/la organizador/a de bodas en la actualidad.

Los creadores profesionales son personas formadas en este campo sólo desde hace unos pocos años. Antes hubo organizadores, pero eran amateurs, gente intuitiva que ofrecía un cocktail o una fiesta y se convertía así en la parte gestora y ejecutiva de su propio evento. (Méndez, 2012).

Puede afirmarse que los wedding planner son las personas capacitadas profesionalmente, encargadas de organizar una boda desde la planeación del evento, acompañando con una serie de pasos a los novios hasta llegar al altar. Es un servicio que ayuda a que los novios se relajen y depositen en las manos del organizador toda su confianza, evitando así el estrés que lleva preparar un casamiento.

Las épocas se han transformado y la falta de tiempo hace que cada vez sean más las personas que acuerden estos servicios, no por no querer organizar su boda, sino con el propósito de delegar en manos de expertos situaciones por las que no muchos están preparados a atravesar. (Méndez, 2012)

El organizador es un profesional en lo que a eventos se trata, maneja y establece contactos, planifica detalladamente minuto a minuto lo que va a ocurrir, otorga soluciones y facilita a los contratantes/agasajados en cuando a un sinnúmero de obligaciones a cumplir.

Si bien no todo el mundo se maneja con la disponibilidad económica y gustosa de contratar a un organizador, éste es, muchas veces, un profesional necesario para el éxito absoluto de los eventos.

1.2. Historia

- **Mundo**

Originalmente el término wedding planner surge en un auge de estos últimos años en los Estados Unidos, donde el organizador de bodas toma un papel fundamental dentro del mercado norteamericano. Una de las propulsoras fue Martha Stewars, el ama de casa más conocida en estos tiempos. Ella fue una de las primeras en cuanto implementación de nuevos métodos para la cocina y organización de bodas, se posiciona lanzando un magazine con tips y secretos para las futuras parejas a la hora de organizar sus bodas, comparte conocimientos y además datos específicos, pudiendo contratar los servicios que brinda para poder realizar el casamiento con la firma y detalles genuinos de su marca, Martha Stewars Wedding. (Méndez, 2012).

- **Latinoamérica**

Otra pionera de este rubro, pero más al nivel latinoamericano es Bárbara Diez, reconocida wedding planner argentina, quien instauró dicho mercado en el país. Su manejo y elegancia hacen que ella y su grupo sean reconocidos y posean la agenda más ocupada en cuanto a la organización de bodas. Si bien inicialmente atendió sólo ese mercado, en los últimos años se abrió al mercado de los eventos sociales para terminar abarcando los eventos corporativos simultáneamente. (Méndez, 2012).

Dentro de Paraguay, hoy está situada en el contexto de organización de eventos Desireé Grillón, quien incursionó en el campo de los eventos con su empresa de catering. Fue ella quien tuvo una visión originaria dentro del mercado paraguayo, donde actualmente los eventos sociales, en especial los casamientos tienen un auge cada vez mayor.

- **Perú**

En nuestro país la reconocida wedding planner Mercedes Salgado tiene a EATM que es la Escuela de Artes y Técnicas de la Moda, ellos brindan curso

de especialización para formarte como wedding planner trayendo a profesionales en este rubro con años de experiencia dentro del mercado latinoamericano e internacional. (Salgado, 2016)

Janeth Aguilar, escuela wedding planners ofrece certificación a nivel nacional con diplomados intensivos que duran una semana, contando con un staff de docentes de Latinoamérica preparados en las diferentes ramas en las que se especializa un Wedding. Esta reconocida escuela está abierta todo el año en diferentes talleres brindados al público en general con talentos que pueden ser educados y perfeccionados en el compartir de experiencias para un mejor desenvolvimiento.

El Wedding Planner es una actividad que ha crecido mucho en los últimos años, haciendo de esta rama de los eventos muchas veces una obligación para realizarlos con éxito y envergadura, principalmente cuando las personas no disponen del tiempo necesario para realizarlos o prefieren seguir el desarrollo detalladamente de la mano de profesionales preparados para eso. (Méndez, 2012).

1.3. Definición

Mahane, 2012 cita: “Nació en Estados Unidos este concepto teniendo a las Wedding Planner como las hadas madrinas de este siglo, quitando toda preocupación de los novios teniendo como única responsabilidad imaginar la boda de sus sueños para que la empresa que contraten les asigne un asistente que se encargue de la organización de la boda”.

Nicuesa, 2016 cita: “...es un organizador de bodas que gracias a su conocimiento y experiencia colabora con un amplio número de proveedores para crear una boda que se ajuste no solo al gusto de la pareja protagonista sino también al presupuesto.”

1.4. Finalidad

La finalidad de poder contratar un Wedding Planner reside primordialmente en la posibilidad de derivar seguimientos y problemáticas típicas que

acontecen antes y durante el día del evento, logrando disfrutar de la planificación y del momento de la fiesta.

Se evita así el estrés que puede ocasionar tanto la elaboración como el montaje y el minuto a minuto del acontecimiento, haciendo de este un día inolvidable para que la pareja de contrayentes disfrute con amigos. (Rivera, 2010).

Por otro lado, no es lo mismo la negociación que realiza un organizador profesional con los diferentes proveedores, partiendo del conocimiento que el productor posee acerca del trato, de los mejores precios, de las mejores ofertas que ofrece el mercado, que la que podría realizar la pareja en forma personal. El organizador profesional se encarga de contratar lo mejor para el bolsillo del contratante, pero sin dejar de lado la calidad.

El organizador es el que toma decisiones importantísimas a la hora de la organización, siempre acompañada del punto de vista de los agasajados, recomendando ante todo y nunca imponiendo. Al ser una persona abocada a la realización de fiestas, percibirá los detalles y que generalmente una persona que no se encuentra capacitada o es amateur en el negocio de los eventos, dejaría escapar. De repente hay temas que no sólo necesitan del conocimiento, sino además de la dedicación, el tiempo y el entusiasmo que un organizador nunca dejaría de lado.

Por lo dicho es recomendable la contratación de un organizador profesional a la hora de montar un evento que se quiera disfrutar, realizar acorde a lo planeado, no estresarse ni con las negociaciones y mucho menos contratos o puntos que son considerados irrelevantes, pero que el día del festejo pasan a ser prioritarios.

El día del agasajo solamente es necesario que el contratante participe de las fotos, ceremonias, comparta alegrías con sus seres queridos y deje en manos de un profesional las inquietudes y posibles problemáticas a acontecer. (Méndez, 2012).

CAPÍTULO II

MODALIDADES

2.1. Protocolo

La toma de decisión, Este es el inicio del que parte todo Wedding Planner, ya que es aquí de donde parte la aventura de la vida de los novios, teniendo como guía a su Planeador de Boda, resultando en algo fabuloso e inolvidable partiendo de lo que los novios deseen como servicio a escoger.

Un planeador profesional es un compañero para el gran día, está capacitada para solucionar todos los problemas que se presenten durante la organización y desarrollo el mismo día del evento. Sus responsabilidades son la de investigación y análisis de proveedores, la pre-producción, la producción y la post-producción. (Lagna Fietta, 2010).

Persona que junto a su equipo se consagra a planificar y realizar todo lo necesario hasta lograr el objetivo deseado. Con su experiencia y sus contactos, lleva a cabo la planificación y elaboración del evento, acorde a los gustos del cliente.

Son personas creativas y dinámicas, que mediante la experiencia orientan al cliente a elegir entre las mejores opciones. Por lo tanto, el productor profesional, como muchos lo denominan, debe saber comunicar, ser creativo, ser buen vendedor, realizador y director.

Un Planeador no pretende modificar o imponer ideas o situaciones; por el contrario, busca indagar en los gustos del cliente para este, conjuntamente con el equipo de trabajo y los proveedores, conseguir lo que desea. Todo esto se enriquece con las experiencias previas de todos.

Conviene manejar una armonía a través de las relaciones, no sólo con el cliente, el equipo de trabajo y proveedores, debido a que, si logra una correcta comunicación entre, es mucho más fácil lograr los objetivos planteados. Como se visualiza en la figura es necesario mantener la relación entre todos,

definiendo la interrelación como un gran equipo donde la comunicación, sugerencias e ideas fluyan constantemente.

Dentro de las **habilidades y aptitudes** de un organizador las esenciales son las de saber escuchar al cliente, saber preguntar, mantener cierta creatividad, pero con criterios, ser metodológico y prolijo, no sólo en la planificación, sino también en el desarrollo. Saber dirigir es una cualidad fundamental; si un organizador profesional posee todas estas características, se espera que pueda sobrellevar toda la organización de un evento; al igual que el director de una orquesta, debe saber cuándo hacer que los instrumentos de percusión comiencen a sonar, de lo contrario la más bella melodía podría dejar de serlo. (Lagna Fietta, 2010).

Dentro de los **valores principales** está la responsabilidad, que es prioritaria para la elaboración del evento; le sigue en importancia el compromiso, entendiéndolo como el cumplimiento de todo lo pactado con las distintas personas con las que se debe tratar, (proveedores, clientes, etc.); por último, la honestidad y humildad se agregan a la lista de valores necesarios en un productor de eventos.

2.2. Actos protocolarios

El planeador profesional crea la idea principal sobre la que girará todo el evento, luego las entrevistas realizadas al cliente; allí se evidencian sus gustos, inquietudes y lo que se desea transmitir en el acontecimiento.

En la preproducción luego de obtener el hilo conductor, la idea del evento, es todo lo que se realiza anterior al evento, desde las citas con los proveedores, presentación de presupuestos, las posteriores a la elección de la temática y la difusión del evento, si esto lo requiere. (Rivera, 2010)

Durante la producción del evento se encarga de la supervisión de los proveedores durante el montaje e instalación de servicios. La productora asiste a los agasajados, está presente durante todo el acontecimiento incluyendo desde el ensamble de la primera pieza acudiendo ante cualquier situación que se pudiera presentar. Deberá procurar que la pareja no se entere

de ningún percance que ocurra durante el festejo, ya sea con los mismos invitados o proveedores; este es un momento en el que ellos deben disfrutar y encontrarse ajenos a todas las preocupaciones.

La post-producción abarca desde la partida del último invitado, el desarmado del evento y en muchos casos, el cierre de contratos. Es importante que la organizadora se encuentre presente después de la fiesta, para supervisar que el salón, casa o lugar donde se desarrolló el festejo sea dejado en buenas condiciones. Debe controlar que cada proveedor haya cumplido con lo pactado y posterior al evento hacer una síntesis de evaluación del mismo, destacando los puntos a favor y planteándose mejorar lo que sea necesario haciendo de esto una rica experiencia para futuras actividades.

Es innegable la importancia de la figura del productor profesional durante todo el tiempo en que acontece el evento, promoviendo la realización de todo lo planificado, haciendo cumplir lo pactado dentro del cronograma pre-establecido.

2.3. Servicios

En la actualidad, los Planeadores profesionales se adecúan a las necesidades de los clientes, eligiendo diferentes clases de servicios dependiendo de la situación económica o de la celebración. Como resultado de esto, hay una gran diversidad de servicios a ofrecer coherentes a cada situación. Según Danyi Rivera (2010), wedding planner mexicana miembro de Association of Bridal Consultancy, la división de consultoría puede conformarse como se evidenciará en los siguientes apartados.

2.3.1. Consultoría y organización total de la boda

Consiste en la planeación de la idea, el desarrollo, la pre-producción, la producción y la post-producción del evento. En simples palabras, abarca todo con respecto al día tan esperado. Asesora a los agasajados, en cuanto a moda, etiqueta y procedimientos, buscan proveedores adecuados, acompañan a las pruebas y se encuentran presentes hasta que el lugar quede completamente vacío. (Rivera, 2010).

2.3.2. Organización de la recepción

Este servicio incluye la contratación de los servicios para el día del festejo, acompaña a los clientes a las diferentes citas, organiza, comunica las actividades del día. A diferencia de la consultoría y organización total de la boda, es la organización que sirve como intermediaria simplemente. (Rivera, 2010).

2.3.3. Coordinación del día de la boda

Este servicio es contratado con un mes de anticipación a la fecha de la boda, encontrándose ya todos los servicios y proveedores contratados, faltando solamente la supervisión de los últimos detalles. La wedding planner hace una revisión para que ningún punto fundamental quede ignorado. Realiza cronogramas y establece las pautas con los servicios contratados, el día de la boda se presenta y supervisa. (Rivera, 2010).

2.3.4. Consultoría por horas

Es común que los novios, recurran también a la profesional organizadora de eventos, aun cuando no posean mucho capital o sólo quieran encargarse ellos mismos de la organización. Se contactan con la wedding planner, con el fin de que les sugiera tips, despeje las posibles dudas o incertidumbres y asista a los novios en planes de acciones específicas. Termina siendo más que una organizadora una asesora y consultora, quién soluciona ciertos problemas. (Rivera, 2010).

2.3.5. Coordinador de banquete

Es lo que normalmente ofrecen las empresas de catering o como ellos mismos lo llaman organizador de eventos, una táctica un poco engañosa para los solicitantes. Su papel es la contratación y supervisión de la comida y bebida, no se involucran con ninguna otra actividad, que no sean estas dos antes mencionadas.

2.3.6. Recomendados

Son los directores de recintos o zonas para eventos que encargan proveedores para trabajar a la par de ellos, ya que suelen tener experiencias previas y conocimientos de sus manejos. Les resulta mucho más fácil trabajar con proveedores de los que ya conozcan su forma de pautar, además suelen recibir una comisión.

Resumiendo, todos los diferentes tipos de organizadores se basan de acuerdo a los gustos, las creencias, la personalidad, el tiempo y el presupuesto que los novios poseen, es importante saber qué tipo de servicio desean contratar los novios para adecuarse a sus necesidades y requerimientos. (Rivera, 2010).

2.4. Asesoría de imagen

2.4.1. Observación del sector industrial

El sector industrial es el grupo de competidores dentro de la industria de la organización de bodas. Son empresas que prestan los mismos servicios y hacen que la competencia sea directa entre unos y otros. (Porter, 2009)

2.4.2. Análisis de las fuerzas competitivas actuales

Para analizar y determinar las fuerzas competitivas actuales es necesario establecer las cinco fuerzas de Porter (2009). Mediante este proceso será posible determinar los precios a plantear, los posibles costos que tendrán que soportar y las inversiones necesarias para competir en el sector.

- Competidores Potenciales
- Clientes
- Proveedores
- Servicios Sustitutos
- Rivalidad entre empresas existentes
- Competidores del Sector

De acuerdo a lo planteado por Porter en su libro Ser competitivo los componentes de las cinco fuerzas del mismo, son las siguientes:

2.4.3. Rivalidad entre empresas existentes

Es la capacidad de generar ofertas con mayor valor agregado para el cliente con relación a otros competidores directos. (Porter, 2009).

En el rubro de industria de los eventos, en especial los sociales, es muy bajo el nivel de rivalidad que existe, debido a que la oferta es prácticamente monopólica. Por lo que es muy difícil establecer a más de dos empresas organizadoras de eventos sociales. En todo caso, si existe con mayor frecuencia, una parte del mercado que no contrata este servicio, ya sea por desconocimiento o por falta de recursos. En estos casos, la misma novia se ocupa de la contratación de los diferentes proveedores, según la necesidad.

2.4.4. Competidores potenciales

Es necesario realizar estrategias de defensa y ataque frente al ingreso de quienes pasan a producir lo que la empresa produce. (Porter, 2009).

Los competidores potenciales para Project Party son la mayoría de las empresas de catering que se encuentran ofreciendo cierto servicio de organización o también denominado asistencia en eventos. Los competidores potenciales, en el último tiempo tienen un gran crecimiento en el mercado paraguayo de eventos.

2.4.5. Poder de negociación de los proveedores

El poder crece si son indispensables o difíciles de cambiar a la empresa; se debe forjar una relación mutuamente provechosa e intentar utilizar varios. (Porter, 2009).

Si bien los proveedores son fundamentales para el desarrollo de la industria de los eventos, la amplia oferta en este mercado que está creciendo continuamente en la tierra paraguaya, es lo que hace que el

proveedor en el presente tenga un débil poder de negociación para con los de la industria de los eventos, ya sean sociales como corporativos.

También hay que destacar que los habitantes de Paraguay se caracterizan justamente por su amabilidad y su actitud de servicio, en relación a otros países. Estas características ayudan siempre en la negociación, para que la misma resulte amena, positiva, y el acuerdo realizado sea conveniente para ambas partes.

2.4.6. Servicio sustituto

Es el riesgo de reemplazo de los servicios ofrecidos por la empresa por otros que los marginen, porque satisfacen las mismas necesidades. (Porter, 2009).

2.4.7. Poder de negociación de los clientes

Los compradores tratan de hacer que bajen los precios, exigiendo mayor calidad o servicio, haciendo que los competidores se enfrenten entre sí. (Porter, 2009).

El cliente tiene muy poco poder de negociación para con la industria de los eventos, debido a que ellos buscan un excelente servicio y no se influyen tanto por los costos en la actualidad. El mercado de las bodas es un nicho que poco a poco se encuentra creciendo. También es cierto que, en un mercado de población pequeña, como es Asunción, los proveedores manejan listas de precio estándar, lo que se llamaría un commodity. Resulta muy fácil poder conocer los precios que se pasaron para un determinado evento, ya sea en servicios de catering, decoración, sonido, imagen, etc.

Las diferencias fundamentales se dan en la calidad de los servicios prestados, como así también en el valor agregado. Pero en cuanto a presupuestos, cada proveedor presenta sus precios de una manera estándar para sus clientes, con las considerables variaciones según el número de personas asistentes al mismo.

Estas cinco fuerzas determinan la rentabilidad de la industria; cuanto más débiles sean las fuerzas colectivamente, mayor es la oportunidad de un superior comportamiento.

Luego del análisis de las cinco fuerzas de Porter es fácil determinar que el punto más fuerte hasta el instante es el de competidores potenciales, debido a que la industria de los eventos es muy reciente. Es por eso que hay muy pocos competidores instaurados, pero son muchos los posibles ingresantes en el mercado, sobre todo personas que ya están establecidas como proveedoras del mercado.

2.5. Análisis estructural de la industria

Como se menciona en el apartado anterior las cinco fuerzas de Porter son las que imponen en un sector determinado del mercado, sin importar cuál sea, mediante esto se determina la rentabilidad del sector conformada por los precios que cobran las empresas, los costos que tienen que soportar y las inversiones para competir en el sector.

También se debe tener en cuenta que la amenaza de nuevas incorporaciones limita el potencial general de la obtención de beneficios, la presencia de productos sustitutos limita el precio que pueden cobrar los competidores para que no se sustituya. (Porter, 2009)

2.5.1. Barreras de entrada

En el rubro de los eventos sociales, las barreras de entradas no son muy fuertes o altas, debido a que es un rubro que, si bien se necesita capital para establecerse dentro del mercado, éste no requiere costos muy altos en comparación a otras industrias. Si bien es necesario tener cierto personal, los eventos se basan más en los contactos establecidos con los proveedores y los clientes que son los que satisfacen la demanda

2.5.2. Barreras de salida

El sector de los eventos cuenta con barreras de salidas medianas o prácticamente bajas, debido a que para salir del sector de los eventos es necesaria la indemnización de los empleados contratados y además en el caso de Project Party dejar de alquilar el lugar físico dónde se encuentra situado. Los costos que tiene el cerrar una empresa como ésta son bajos y si recién se está por iniciar son muy bajos.

2.5.3. Amenazas del sector

La poca capacitación con la que cuenta el sector de los eventos hace que sea una amenaza para la industria debido a que genera rechazo por parte de los públicos clientes a los que se les contacta, generando una constante repetición de temáticas y poca innovación.

A su vez es cada vez mayor la incursión de personas sin experiencia o capacitación previa que están incursionando en el sector, creando malas las experiencias y generando más desconfianza por parte de los clientes.

2.5.4. Oportunidades del sector

Los constantes avances tecnológicos para el rubro de los eventos son un posible incremento en la capacidad de la producción de los proveedores. Las nuevas tendencias de realizar eventos de altos costos y de grandes producciones hacen que sea más factible que un organizador pueda desempeñar su trabajo haciendo que el sector industrial crezca.

Por otra parte, cada vez más son las personas que se interesan por el sector de los eventos y su participación.

2.6. Análisis Pest

Esta es una herramienta de análisis del mercado local o internacional donde se dispone la empresa en los ámbitos político, económico, social y

tecnológico se plantea con el fin de poder tomar decisiones estratégicas. (Xifra, 2010).

2.6.1. Político

Se aborda la ley de unión de matrimonio gay. Grupos de presión mayoritarios en contra del casamiento gay.

2.6.2. Económico

La economía se encuentra en crecimiento en nuestra ciudad. El ciclo del mercado de los eventos se encuentra en pleno auge.

Crecimiento en cuanto al área de proveedores para el mercado de las bodas (catering principalmente).

2.6.3. Social

Aumento de los casamientos en los últimos años. Tendencia por eventos más originales.

Aceptación y conocimiento del wedding planner por parte de la sociedad. Modelos a seguir en tendencias principalmente de Argentina y Estados Unidos. Gran acceso y tendencias de compra. Es nula la práctica de las Relaciones Públicas.

2.6.4. Tecnológico

Nuevas tecnologías en los servicios de iluminación y DJ.

Aumento del uso de las redes sociales para la promoción de servicios.

Gran acceso de las tecnologías.

2.6.5. Perfil del cliente

El servicio sienta a un público objetivo ya delimitado que son jóvenes mujeres y varones de entre 20 y 40 años de edad.

CAPÍTULO III

DISEÑO DEL PLAN

3.1. Tipos de Boda en Tarapoto

- **Bodas Vintage.** Son bodas con colores bajos pasteles con accesorios antiguos (maderas, yutes, flores), asumiendo que sea de día o de noche, de noche lo acompañamos con velas, a diferencia del día nos favorece la luz del Sol.



3.2. Bodas Primaverales

- Son bodas decoradas con flores, mariposas, prevaleciendo el color verde menta, coral y rosa pastel.



3.3. Bodas con Color

- Son bodas decoradas del color que los novios escogen, asumiendo que estos irán en los detalles de la boda (lazos, flores, luces, sillas, mesas, etc.).



3.4. Bodas Regionales

- Son bodas decoradas con detalles que transmiten las costumbres del lugar donde se desarrollan en este caso Selvática, con muchos colores, detalles como el bombo baile que reemplaza de la hora loca u hora feliz, tragos regionales, comida y bocaditos regionales, sobre tiestos o troncos de madera.



3.5. Los Proveedores

Imagen personal, decoración, comida, música, Iglesias, flores, fotógrafos, espacios.

Wedding Planner. Conocer a los novios es mi prioridad saber qué es lo que quieren y asesorarles, ser amiga de los novios saber de sus gustos planificar, organizar, supervisar, recomendar, contratar, coordinar y entregar al 100 %, la boda.

- **Contacto: Jarumi Reátegui Goicochea**

☎ 942901442

- **Contacto: Susy Vanessa Torres Salazar**

☎ 999428532



a) Decoración

Dentro del distrito de Tarapoto:



N&N BODAS Y EVENTOS. Los novios escogen y ellos lo hacen.

☎ 964478703

ESPLENDIDA EVENTOS

☎ 941108286

DECORACIONES KELLY

☎ 942019520 - 942652853

CARMIN EVENTOS

☎ 942412802

LUXUS DECORACIONES

☎ 942961256

IRVING EVENTOS Y CREACIONES

☎ 953394199

b) Comidas

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Patricia Rey

|

Petit Contacto

☎ 942675339

|

☎ 995333548



c) Música

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

DJ. HAROL

☎ 996547521

DJ. JOMO

☎ 987587632

DJ. ANGELO

☎ 957962154

**d) Orquestas**

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

ROLAND BAND

☎ 957932547

ROLY BAND

☎ 984587663



YERBA FRESCA

☎ 945331022

**SONIDO 2000**

☎ 942916641

**INTERNACIONAL YURIMAGUAS**

☎ 942052088 - 982010692



LOS RAFAS

☎ 042-521500 - 995152834



e) **Sonidos**

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Sonido Grillo

☎ 942492716

Sonido Pajatén

☎ 942483665

Sonido Francis

☎ 962587425

Sonido Escorpio

☎ 955368521



f) Coreógrafos y hora feliz

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Bianchy Dance.

☎ 966739512

Reyes Dance

☎ 042-520032

Coco Dance

☎ 942052715 – 942600294

**g) Iglesias**

Dentro del distrito de Tarapoto:

Iglesia Matriz de Tarapoto.

☎ 042-526325

Iglesia Matriz de Morales

☎ 042-521356



h) Flores

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Bella Flor

☎ 042-503481 - 943620705

Rosa Hortencia

☎ 042-527492

Floricel

☎ 968741254

La Jardinería

☎ 042-588385 - 945986321

Florenza

☎ 042-530736 - 955694694

**i) Fotógrafos**

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

SOLSOL

☎ 042-524412,
993696484

NICANOR

☎ 954090919

RCA Producciones

☎ 942842135

DAKOTA

☎ 042-529184

MARLOM DAG

☎ 942455794



j) Videos

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

RCA Producciones

☎ 942842135

EDGAR RIOS ESPINOZA

☎ 963258753

BERRU PRODUCCIONES

☎ 978770029

**k) Locales**

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Villa Verde

☎ 942675291

Qori Sisa.

☎ 942928189

959042919

Deluxe

☎ 942417563

Don Vicente

☎ 999224302

Los Cristales

☎ 942606400

Puerto Loco

☎ 942928321



Salonazo

☎ 961105693 - 942620960

Rancho Vista

☎ 948504421

**D) Maquillaje**

Proveedores dentro del distrito de Tarapoto:

Maritza Make Up

☎ 940834334



CAPÍTULO IV

DISEÑO DEL SERVICIO

4.1. Paquetes

- **Wedding Integral.** - Servicio completo encargada del 100% de la boda, 12 reuniones Wedding completo 2 horas por reunión = 24 horas reunidos con los novios para coordinar.

- **Wedding Parcial.** - Cuando los novios ya avanzaron con los servicios de la Boda y le falta el 50%, 07 reuniones Wedding parcial 2 horas por reunión = 14 horas reunidos con los novios para coordinar.

- **Wedding Day.** - Servicio solo para un día o una noche, los novios se hicieron cargo de todos los proveedores, 05 reuniones Wedding parcial 2 horas por reunión = 10 horas reunidos con los novios para coordinar.

- **Wedding Destination.** - Para novios extranjeros depende de la ciudad donde escojan casarse.

4.2. Modelo de servicio Integral

Servicio de Break, Almuerzos, Cenas Corporativas, Anfitrionas, Promotor, Asistente en atención al usuario, Servicio logístico en organización de charlas, foros, seminarios de diversas índoles, servicio de maestro de ceremonias; y alquiler de menaje.

RUC: _____

Tarapoto- Perú

Presupuesto _____ – 201

Tarapoto, _____ de _____ del 201__

Srs.: _____ & _____

Por la presente se remite la Proforma todo costo del servicio logístico, para el desarrollo del Evento a realizarse en _____ . En el cual se brindará los siguientes servicios:

Cant:	Producto / Servicio:	Costo Unitario:	Costo Total:
250	Doscientos Cincuenta sillas Metal / Tiffani.	5.00	1,250.00
31	Treinta y un mesas redondas con mantel	20.00	620.00
31	Treinta y un arreglos florales para centro de mesa	25.00	775.00
09	Nueve Mozos y/o Azafata correcta mente Uniformados, Fuentes, Encendedores, encargados del servicio incluye Pasaje Ida y Vuelta: Saposoa – Tarapoto. 6/Seis Horas de Trabajo, Excedente de horas extras: 15.00 * 1 hora	120.00	1,080.00
01	UN Open C&T , que incluye: UN Bartender y UN Asistente de Bar, Implementos de bar (tabla de picar, exprimidor, couler para ocho hilos, cuchillos, Licuadora). Cocteles a preparar: Chilcano de Pisco, Mojito, Primavera, Machupicchu, Daiquiri de Durazno, Piña colada, Coctel de Algarrobina. Además , se incluye en este paquete los gastos de transporte y cristalería.	2000.00	2,000.00
04	Cuatro Mesas iluminadas con luces led para los bocaditos	50.00	200.00
01	Un Maestro de ceremonia	280.00	280.00
01	Una Torta de tres pisos dos maquetas y una real	300.00	300.00
01	Una alfombra en la entrada de la Iglesia	50.00	50.00
10	Diez ramilletes con organza al borde las sillas de la iglesia	15.00	150.00
10	Diez Globos de elio para la preboda	8.00	80.00

03	Tres Piezas de accesorio Novio (1/Un Solapero Novio, 1/Un Buquet, 1/Un Ramillete,)	70.00	210.00
01	Un Arreglo floral con cintas para decoración en la parte delantera del carro, Dos Arreglos pequeños de lluvia en las puertas del carro	150.00	150.00
02	Dos Arreglos color lila con pedestal y tela organza al ingreso de la boda civil con pétalos de camino	80.00	160.00
02	Dos Arreglos Florales grades para mesa buffet	40.00	80.00
03	Tres (2/dos Juegos de Muebles Puff y 2/dos Mesas bar con 3/tres sillas cada mesa)	133.00	400.00
01	Un Panel Mágico de fondo iluminado con nombre de los novios para la foto con los asistentes	500.00	500.00
02	Una Alfombra al ingreso del salón principal y Una Alfombra sala de la boda Civil	50.00	100.00
01	Un Centro de Mesa para la boda civil	50.00	50.00
02	Dos Parejas de Baileton, incluye Pasaje Ida y Vuelta: Saposa – Tarapoto	200.00	400.00
500	Trescientos bocaditos de exhibición con accesorios variados escogidos por el cliente	1.50	750.00
01	Un Toldo de 8*15mt Impermeable con una araña en el centro de la pista de baile, focos americanos un tull árabe, persianas de organza, con pista de baile de 5mt Ancho*7mt largo, seis cascadas de luces, con 15cm de alto piso laminado blanco.	7,000.00	7,000.00
02	2/dos Mesas y 40/cuarenta sillas para Civil, Toldo 3*3mt para boda Civil, Alfombra con pétalos, cuadro de firmas, Cabezales Móviles, Par Led.	450.00	900.00
01	Un Pedestal o Trípode porta Retrato, lapiceros indelebles, cuadro de firmas, fotografía 40*60cm	250.00	250.00
250	Doscientos Cincuenta Cubiertos acero inoxidable (Cuchillo y Tenedor)	1.00	250.00

250	Doscientos Cincuenta Platos de porcelana	0.50	125.00
250	Doscientos Cincuenta Servilletas de Tela	0.50	125.00
250	Doscientos Cincuenta vasos lisos o múltiples para cerveza o gaseosa	0.50	125.00
250	Doscientos Cincuenta Posa platos/base plateada	3.00	750.00
250	Doscientos Cincuenta copas flauta para el champagne/brindis (incluye brindis)	2.50	625.00
01	Una Barra Capitonés de 3 mts	300.00	300.00
03	Tres Piezas de novios (Copas decoradas de Novios, Cuchillo y Espátula para Torta)	16.00	50.00
250	Doscientos Treinta Aperitivos de Bienvenida (Pisco Sour) incluye Un Bartender (Barman o Barwoman)	2.50	625.00
01	<ul style="list-style-type: none"> ● Un 1/Un Coordinador de Bodas/ Wedding Planner + 1/Un Asistente y 1/Un Diseñador Gráfico ● Planificar el itinerario/programación junto a los novios antes del evento Durante 2/Dos meses los Lunes, Miércoles y Jueves. ● 1/Una Semana Antes del Evento Todos Los días (Lunes, Martes, Miércoles, Jueves, Viernes) ● Coordinar con Proveedores el día de la boda, desde las 10am a 5pm para el cumplimiento de los contratos establecidos. 	3,500.00	3,500.00
15	Quince Bolsas de Hielo incluyen 4/Cuatro Hieleras	5.00	75.00
05	Cinco Bidones con Agua tratada	4.00	20.00
02	Dos Letras Grandes con sus iniciales	70.00	140.00
01	Un Backing cuadro Selfie de los novios	200.00	200.00
250	Doscientos cincuenta Tarjetas de agradecimiento papel troquelado	0.50	125.00
01	Un Cuadro historia de Amor con fotos o eslogan del evento	150.00	150.00

01	Un Árbol de huellas	120.00	120.00
SON:	Veinticinco Mil Cuarenta 00/100 Nuevos Soles		25,040.00
(-)	Descuento		1,040.00
SON:	Veinticuatro Mil 50/100 Nuevos Soles		24,000.00

III. Precio total del producto/servicio:

El Precio Total por el servicio a prestar

_____ en _____. Es **S/. 24, 000. 00/ Veinticuatro Mil 00/100 Soles**

Los bienes/servicios que se destine al consumo en la Amazonía se encuentra exonerada del IGV, para ser consumidas en la misma, según el artículo único de la Ley N.º 29964. **EL PAGO SE HARÁ EFECTIVO 4/Cuatro DIAS ANTES DEL EVENTO;** previa firma del contrato por ambas partes.

IV. Forma de pago de producto/servicio:

La forma de pago se efectuará de la siguiente manera:

50% A la firma del contrato (**S/.12, 000. 00 /Doce Mil /100 Soles**) * Este punto es **muy importante** para formalizar el contrato.

50% días antes del evento (**S/.12, 000. 00 /Doce Mil /100 Soles**) /100 *Los costos presupuestados no incluyen modificaciones en fechas por causas ajenas a nuestro trabajo en el Producto/Servicio.*

V. Información del proveedor:

Nombre Comercial:

Razón Social:

RUC:

Jr.:

Distrito: **Tarapoto**

Provincia: **San Martin**

Departamento: **San Martin**

Contactos:

E – mail:

Para iniciar los trabajos, se deberá comunicarse con nosotros para que el representante de nuestra empresa lleve un contrato que se nos entregara con la firma de aceptación en conformidad de ambas partes.

Le agradeceremos que se contacte con nosotros si tuviera consultas sobre los términos de las propuestas.

Atentamente:

SS Catering & Event Planner

R.L.: _____

*Los costos presupuestados **no incluyen modificaciones en fechas**, por causas ajenas a nuestro trabajo en el Producto/Servicio.*

CAPÍTULO V

CUANTIFICAR

5.1. Bodas realizadas entre 2014 a 2016 en el Distrito de Tarapoto



Datos INEI 2016 Tarapoto – Perú

5.2. Niveles socioeconómicos categorizados en Perú

A. Canasta familiar: S./ 2,000.00 a más

B. Canasta familiar: S./ 1,200.00 a S./ 2,000.00

C. Canasta familiar: S./ 850.00 a S./ 1,200.00

Datos Ministerio de trabajo 2016

CONCLUSIONES

Concluir segmentando por niveles socio económico en el distrito de Tarapoto a través de los paquetes a ofrecer:

Wedding Integral. - Salario S/. 3,500.00 que corresponde al servicio completo encargada del 100% de la boda, 12 reuniones Wedding completo 2 horas por reunión = 24 horas reunidos con los novios para coordinar.

Wedding Parcial. - Salario S/. 1,800.00 contando que cuando los novios ya avanzaron con los servicios de la Boda y le falta el 50%, 07 reuniones Wedding parcial 2 horas por reunión = 14 horas reunidos con los novios para coordinar.

Wedding Day. - Salario S/. 1,000.00 por el servicio solo para un día o una noche, los novios se hicieron cargo de todos los proveedores, 05 reuniones Wedding parcial 2 horas por reunión = 10 horas reunidos con los novios para coordinar.

Wedding Destination. - Salario por acordar. Para novios extranjeros el costo depende de la ciudad donde escojan casarse.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bossio, L. & Bohoroquez, C. (2016). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto

Iglesia, L. (2015). *Empresa organización de eventos “bodas - Wedding Planner en un ambiente rural”* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Madrid, España.

Link: [eventoshttp://oa.upm.es/42653/1/TFM_LUCILA_IGLESIAS_PENA.pdf](http://oa.upm.es/42653/1/TFM_LUCILA_IGLESIAS_PENA.pdf)

Lagna Fietta, V. (2010, Mayo). *Bodas: planificación y organización*. Buenos Aires: Programa ejecutivo Universidad de Palermo

Lagna Fietta, V (2010) cita: *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay. **Link:** fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/216.pdf

Mahane, 2012 cita: *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay. **Link:** fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/216.pdf

Méndez, F. (2012). *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay. **Link:** fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/216.pdf

Nicuesa, F. (2016, Marzo). *Las Wedding planner*. Buenos Aires: Fane Page. **www.planeadordebodas.com.ar**

Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Deusto

Porter, T. (2009) cita: *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay.

Rivera, D. (2010). cita: *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay. **Link:** fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/216.pdf

Xifra, P. (2010) cita: *Wedding Planner y las Relaciones Públicas* (Tesis de pregrado). Universidad de Palermo, Paraguay.