



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Innovación tecnológica aplicada en la organización de eventos luego del COVID-19. Lima, 2024”

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE

Bachiller en Dirección Hotelera

PRESENTADO POR:

Fernandez Gallardo, Dayana Maria – Dirección Hotelera

Tremolada Sueldo, Alessia Ximena – Dirección Hotelera

ASESORA

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

LIMA - PERÚ

2025

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

MIEMBROS DEL JURADO

Rafael Cardenas, Teodoro Guillermo

Ricra Mayorca Juan Manuel

Barrantes Delgado Maria Gracia

DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD

Yo, Dayana Maria Fernandez Gallardo Identificado (a) con DNI N° 74840616 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracin Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

Yo, Alessia Ximena Tremolada Sueldo Identificado (a) con DNI N° 73899337 perteneciente al Programa de Dirección Hotelera, siendo mi asesor el Sr(a) Roxana Alexandra Albarracin Aparicio, identificado (a) con DNI N°: 41981490, y cuyo código ORCID es 0000-0002-6930-3718.

DECLARAMOS BAJO JURAMENTO QUE:

a) Somos los autores del documento académico titulado

“Innovación tecnológica aplicada en la organización de eventos luego del COVID-19. Lima, 2024”

b) El trabajo de investigación es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.

c) El asesor ha revisado minuciosamente el trabajo de investigación, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.

d) El trabajo de investigación cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 21% de similitud.

e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal y el numeral 34.3 del artículo 34 del


Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS.

Fecha 22, julio, 2025

Firmas de los autores

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Dayana Maria	Fernandez Gallardo	74840616		
Alessia Ximena	Tremolada Sueldo	73899337		

Firma del asesor

Nombres	Apellidos	Dni	Firma	Huella
Roxana Alexandra	Albarracin Aparicio	41981490		

DEDICATORIA

Dedicamos este trabajo con todo nuestro cariño a nuestras familias, por ser nuestro sostén incondicional, por su paciencia, amor y por acompañarnos en cada paso de este proceso.

También a nuestras amigas, quienes fueron parte fundamental en esta etapa, brindándonos apoyo, consejos y compañía en los momentos más retadores.

A todas las personas que estuvieron presentes de alguna forma, gracias por creer en nosotras.

ÍNDICE

Tabla de contenido

DEDICATORIA 5

AGRADECIMIEN.....	5
INDICE.....	7
RESUMEN.....	13
ABSTRACT.....	14
INTRODUCCIÓN.....	15

CAPÍTULO I:

INFORMACIÓN GENERAL	16
<u>1.1. Título del Proyecto</u>	16
1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario.....	19
1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación	16
1.4 Alcance de la solución	17

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1.2 Formulación del problema	21
2.1.3 Objetivos de investigación	21
2.1.4 Justificación de la investigación	22

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación	24
3.1.1. Antecedentes nacionales.....	24
3.1.2. Antecedentes internacionales.....	25
3.2. Marco teórico	27
3.2.1. Innovación tecnológica	27
3.2.2. Organización de eventos.....	31
3.3. Definición de términos básicos	40

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	45
5.1. Diseño metodológico	45
5.2. Población	47
5.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	47
5.5. Técnica de procesamiento y análisis de datos	49
5.5.1. Análisis descriptivo	50
5.5.2. Análisis ligados a la hipótesis	62
CAPÍTULO V: PROPUESTA DE INNOVACIÓN	67
6.1. Alcance esperado	67
6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio	67
6.2.1. Fuentes de ingreso	69
6.2.2. Canales de distribución	70
6.2.3. Estrategias de penetración en el mercado	70
6.2.4. Alianzas estratégicas.....	71
6.2.5. Benchmarking	72
6.3. Desarrollo del proyecto de innovación	73
6.4 Presupuesto	76
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES	81
REFERENCIAS.....	83
ANEXOS.....	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Resultados de la innovación tecnológica.....	52
Tabla 2 Resultados de Innovación de procesos.....	53
Tabla 3 Resultados de Plataformas digitales	55
Tabla 4 Resultados de la Estrategia de vanguardia	56
Tabla 5 Resultados de Organización de eventos.....	58
Tabla 6 Resultados de Experiencia del Usuario	59
Tabla 7 Resultados Estructura Organizacional.....	61
Tabla 8 Resultados Planificación de Actividades.....	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 de la Dimensión tecnológica.....	53
Gráfico 2 Innovación de procesos.....	55
Gráfico 3 de Plataformas digitales.....	56
Gráfico 4 de la Estrategia de vanguardia.....	58
Gráfico 5 de Organización de eventos.....	59
Gráfico 6 de Experiencia del Usuario.....	61
Gráfico 7 Estructura Organizacional.....	62
Gráfico 8 Planificación de Actividades.....	64

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo proponer una plataforma virtual de innovación tecnológica para las empresas organizadoras de eventos en la ciudad de Lima, en el año 2025. Se desarrolló bajo una metodología de tipo aplicada, con enfoque cualitativo, diseño descriptivo. El nivel de la investigación fue simple. Al tener un enfoque cualitativo, se consideró a la empresa Briyol que cuenta con 15 trabajadores para realizar un muestreo censal. Se escogió como técnica de recolección de datos la encuesta, utilizando la escala Likert dirigida a los 15 trabajadores, organizada en dos variables: innovación tecnológica y organización de eventos. Los resultados cualitativos mostraron que los resultados de ambas variables indican que 20% es medio y 80% es alto. En conclusión, se evidenció la necesidad de mejorar las herramientas que optimizan la planificación y ejecución lo que logrará una grata experiencia del usuario.

Palabras clave: organización de eventos, innovación tecnológica, pandemia, herramientas tecnológicas, eventos virtuales.

ABSTRACT

The present study aimed to propose a virtual platform for technological innovation for event organizing companies in the city of Lima in 2025. The study was developed under an applied methodology, with a qualitative approach and a descriptive design. The research level was basic. Given the qualitative approach, the company *Briyol*, which has 15 employees, was considered to carry out a census sampling. The data collection technique chosen was a survey, using a Likert scale directed at the 15 employees, organized into two variables: technological innovation and event organization. The qualitative results showed that for both variables, 20% scored medium and 80% scored high. In conclusion, the need to improve tools that optimize planning and execution was evidenced, which will achieve a pleasant user experience.

Keywords: event organization, technological innovation, pandemic, technological tools, virtual even

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación comprende el capítulo I, el cual establece los alcances del estudio al exponer de manera detallada la problemática que afrontaron las empresas organizadoras de eventos en Lima a raíz de la pandemia del COVID-19 y cómo la innovación tecnológica se ha convertido en un factor determinante para su adaptación y continuidad. En este apartado se formula el problema de investigación, se definen los objetivos generales y específicos, se justifica la importancia del estudio y se determinan los alcances de la solución propuesta.

En el capítulo II se describe de forma integral la investigación aplicada, abordando el impacto que la pandemia generó en el rubro de eventos, tanto a nivel internacional, nacional y local, así como la necesidad de fortalecer la transformación digital en este sector. También evidencia las principales dificultades que han enfrentado las empresas de organizaciones de eventos y a su vez se da un pronóstico que va a sustentar porque se debería de implementar propuestas tecnológicas y se plantea un pronóstico que sustenta la urgencia de implementar propuestas de innovación tecnológica.

Dentro del capítulo III se encuentra el marco teórico es el fundamento de la investigación. En este capítulo se detalla los antecedentes tanto nacionales como internacionales que van a permitir entender mejor la realidad que atraviesa el sector, también se encuentran las definiciones que son claves para llevar a cabo la investigación que están relacionadas con ambas variables: la innovación tecnológica y la organización de eventos, resaltando las importancias en el contexto posterior a la pandemia. Este marco teórico da elementos esenciales para poder comprender la problemática y desarrollar adecuadamente la propuesta de mejora.

En el Capítulo IV se desarrolla la hipótesis general y las hipótesis específicas de la investigación, también se da a conocer la definición de las variables, lo cual permite determinar la relación que existe entre las variables innovación tecnológica y la organización de eventos dentro de la ciudad de Lima. El análisis tiene dimensiones como la experiencia del público, la estructura interna de las empresas y por último los procesos de planificación de eventos.

Por su parte, en el Capítulo V se define de forma detallada el enfoque metodológico que se ha implementado, indican el tipo y diseño que tiene el estudio, así como también la población, la muestra y los métodos que se usarán para recopilar y analizar la información para llevar a cabo el trabajo de investigación. Por último, se enfatiza en que se cumplan los criterios de validez, confiabilidad y ética, que van a garantizar la solidez del trabajo.

Finalmente, dentro del Capítulo VI se da a conocer acerca de la propuesta de innovación que es una plataforma interactiva denominada. "TF Experiencie" que está orientada en poder optimizar los procesos de la planificación, ejecución y gestión de eventos virtuales e híbridos en Lima. La propuesta responde a las altas demandas que requiere el sector de eventos, en mejorar la experiencia de los asistentes y también contribuye a incrementar la competitividad de las empresas organizadoras de eventos en contexto tecnológico y a su vez exigente.

CAPÍTULO I: INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Título del proyecto

PROPUESTA DE INNOVACIÓN GENERADA DEL IMPACTO DEL COVID 19 EN ORGANIZACIONES DE EVENTOS

1.2 Área estratégica de desarrollo prioritario

Para la presente investigación se eligió la línea de investigación de mejora de procesos y operaciones, debido a que, se busca generar una búsqueda profunda del proceso que tuvieron que atravesar las empresas de organizaciones de eventos.

Se considera que debido a las circunstancias que atravesaron durante el COVID 19, se vieron obligados a tomar decisiones y/o acciones innovadoras nunca antes vistas dentro del rubro para lograr su objetivo. Esta elección tecnológica fue una respuesta importante frente a las empresas, debido que fueron parte de contextos altamente disruptivos como la pandemia del COVID-19, es por eso que rediseñaron sus modelos operativos y de gestión para adaptarse a nuevas realidades.

1.3 Actividad económica en la que se aplicaría la investigación

La investigación busca evidenciar las pérdidas económicas que tuvieron que atravesar las empresas de eventos tanto corporativos, sociales, entre otros. Según Lydia La Madrid, Comité Interinstitucional de la Cámara de Profesionales de Eventos (CAPEV) y Coordinadora Nacional de Comunicación y Prensa de Proventos, solo en empresas organizadoras de eventos sociales se aproximó una pérdida de 2,000 millones de soles, a su vez más de 220 mil empresarios eventistas y alrededor de 1 millón de personas los cuales eran trabajadores del rubro se han visto perjudicados durante la pandemia. (Madrid L. L., 2021). Según lo indicado, podemos evidenciar que las pérdidas han sido exorbitantes para el rubro durante el COVID 19.

En Perú, muchas empresas del sector implementaron medidas de bioseguridad y adoptaron modelos híbridos o virtuales para sus eventos. La Asociación Peruana de Producción de Eventos y Espectáculos (APPEVE) propuso protocolos post-cuarentena que incluían aforos controlados, espacios regulados y sanitización de los lugares, buscando garantizar la seguridad de los asistentes, es por ello que el proceso de adaptación e innovación tecnológica fue primordial durante esa etapa.

1.4 Alcance de la solución

La propuesta se centra en diseñar estrategias de innovación tecnológica para la organización de eventos con entornos virtuales, desarrollando medidas de seguridad sanitaria, y aprovechando tecnologías emergentes para mejorar la experiencia del usuario y la eficiencia operativa.

CAPÍTULO II: DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

2.1 Descripción de la realidad problemática

a) Describa la situación problemática en un contexto internacional

Desde un contexto internacional, el rubro de eventos ha atravesado una serie de desafíos sin precedentes durante el COVID 19. Se sabe que la mayoría de empresas del rubro no generaron ingresos, pero gracias a la realización de sus micro eventos les permitió mantenerse a flote, considerando que tuvieron que enfrentarse con: cambio a eventos virtuales, desafíos logísticos y de seguridad, pero sobre todo la incertidumbre sobre el futuro.

El sector de eventos en Alemania, también sufrió un gran impacto económico. Según datos de la Oficina Alemana de Convenciones, aproximadamente el 28% de los eventos planeados en 2020 fueron cancelados de forma inmediata y definitiva, mientras que un 43% fueron pospuestos o adaptados a formatos virtuales o híbridos (GBC,2021). Esta situación trajo pérdidas millonarias, tuvo un impacto negativo en diversas empresas dedicadas a la organización de congresos, ferias y reuniones corporativas. Frente a esta problemática, muchas empresas alemanas del rubro optaron por agilizar su transformación digital, implementar tecnologías de streaming profesional y fortalecer la experiencia del usuario a través de plataformas interactivas.

b) Describa la situación problemática en un contexto nacional

Desde un contexto internacional, podemos decir que la pandemia forzó al sector de eventos en Perú a adaptarse rápidamente a nuevas formas de interacción, impulsando la adopción de tecnologías digitales.

A pesar de la crisis sanitaria, el sector de eventos está comenzando a recuperar terreno. La Asociación de Ferias del Perú (2024) proyecta que el sector de eventos corporativos y ferias moverá aproximadamente US \$6,000 millones en 2025, lo que representa una recuperación significativa y superaría los niveles pre pandemia. Se espera que este sector atraiga a 200,000 visitantes extranjeros con fines de negocios, lo que demuestra el impacto económico y el potencial de crecimiento del sector de eventos

c) Describa la situación problemática en un contexto local donde se realizó el estudio, en este apartado se determina:

Desde un contexto local, Lima, al inicio de la pandemia tuvo programado eventos importantes para el público en general, lo cual se tuvieron que cancelar por la situación que estaba atravesando el país. La capital fue una de las ciudades más perjudicadas a nivel nacional, pero los eventos se reactivaron progresivamente, dando la aprobación el 28 de febrero del 2022, lo cual se habilitó con un aforo del 100%, incluyendo conciertos y espectáculos. (Palus, 2022)

El diagnóstico

La pandemia generó una transformación en el sector de organización de eventos. Las restricciones que dispuso el gobierno como el distanciamiento social, el cierre temporal de espacios físicos obligó a las empresas a adoptar tecnologías digitales. Sin embargo, muchas organizaciones no han logrado consolidar esas innovaciones, generando un vacío en la modernización sostenida del sector, debido a la poca capacitación en herramientas digitales y la resistencia al cambio.

El pronóstico

Es importante fortalecer la innovación tecnológica en la organización de eventos, ya que es probable que muchas empresas en Lima queden rezagadas. Esto se refleja en una pérdida de oportunidades económicas, disminución de la calidad de los eventos, poca atracción de clientes internacionales y menor capacidad de adaptación frente a futuras crisis sanitarias o tecnológicas.

El control del problema

Es fundamental establecer un conjunto de acciones estratégicas que permitan consolidar y expandir el uso de la innovación tecnológica en este ámbito. Una de las medidas principales es la implementación de programas de capacitación continua dirigidos a organizadores, técnicos y proveedores, con el objetivo de fortalecer sus competencias digitales y fomentar una cultura de transformación tecnológica sostenible.

Asimismo, resulta clave promover la inversión en innovación, tanto desde el sector público como el privado, a través de incentivos que faciliten la adopción de tecnologías emergentes como inteligencia artificial, plataformas interactivas, experiencias inmersivas y sistemas de gestión digital de eventos. Estas herramientas no solo optimizan la planificación y ejecución, sino que mejoran significativamente la experiencia del usuario.

2.1.2 Formulación del problema

2.1.2.1 Problema general

¿De qué manera la tecnología ha influido durante el COVID 19 en las organizaciones de eventos?

2.1.2.2 Problemas específicos

¿De qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la experiencia del usuario en Lima?

¿De qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la estructura organizacional en Lima?

¿De qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la planificación de actividades en Lima?

2.1.3 Objetivos de investigación

2.1.3.1 Objetivo general

Determinar de qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en las organizaciones eventos en Lima

2.1.3.2 Objetivos específicos

Determinar de qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la experiencia del usuario en lima

Determinar de qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la estructura organizacional en lima

Determinar de qué manera la innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la planificación de actividades en lima

2.1.4 Justificación de la investigación

2.1.4.1 Justificación teórica

Para alcanzar los objetivos de la investigación, se ejecutó un mecanismo metodológico basado en técnicas de investigación cualitativa, aplicando encuestas a profesionales del sector de eventos. Esta técnica permitió captar percepciones subjetivas sobre el impacto que el COVID-19 generó en las organizaciones, principalmente en sus procesos operativos y estratégicos.

2.1.4.2 Justificación metodológica

La presente investigación adopta un enfoque cualitativo, dado que busca comprender y analizar las percepciones subjetivas de los profesionales del sector de eventos respecto al impacto generado por la pandemia del COVID-19. Es por ello que se escogió como método de recolección de datos la encuesta, lo cual es aplicada hacia los trabajadores del sector, lo que permitió adquirir información importante desde la experiencia de los personajes involucrados. Desde que se obtuvieron los resultados, la investigación plantea una innovación lo cual puede ser empleada en las empresas de eventos de Lima. Asimismo, el principal aporte radica en brindar un marco referencial que sirva de ayuda en la toma de decisiones estratégicas en situaciones semejantes.

2.1.4.3 Justificación práctica

El proyecto de investigación tiene como objetivo proponer soluciones concisas para evolucionar la organización de eventos en Lima en el contexto post pandemia. Para ello, se analiza el uso de nuevas tecnologías y un enfoque innovador que han mostrado resultados positivos en el sector.

De la misma manera, se sugiere que el desarrollo de alternativas prácticas pueda ser aplicadas por empresas locales con el objetivo de mejorar la eficiencia de sus operaciones, disminuir gastos y, al mismo tiempo, garantizar una mejor experiencia a los usuarios.

Por otro lado, los resultados obtenidos permitirán a los organizadores contar con herramientas útiles para tomar decisiones más informadas. Además, se abordará el aprovechamiento de plataformas digitales, la implementación de modelos híbridos, la automatización en la planificación y el uso de instrumentos que permitan evaluar en tiempo real el desarrollo de los eventos.

CAPÍTULO III: MARCO REFERENCIAL

3.1. Antecedentes de la investigación

3.1.1. Antecedentes nacionales

Córdova (2022), llevó a cabo una investigación titulada “La realidad aumentada en un evento streaming y su realización audiovisual, caso: Red Bull Batalla de los Gallos Final Internacional 2020”. En dicho estudio, el objetivo principal fue evidenciar la importancia de un evento en streaming, para lo cual se identificaron los factores y fundamentos clave que pueden ser utilizados en su realización audiovisual. En cuanto a la metodología, se empleó un enfoque cualitativo, con entrevistas a un productor de Red Bull y un focus group con cuatro raperos experimentados. Los resultados destacan que la empresa tuvo una buena adaptación durante la pandemia, siendo así la pionera en la innovación de streaming en Perú.

Cusima y Salinas (2023), llevaron a cabo una investigación titulada: “Impacto de la pandemia COVID 19 en los negocios de la empresa Teleticket”. Esta investigación tuvo como finalidad evaluar las acciones que fueron tomadas por la empresa Teleticket para enfrentar las dificultades económicas y organizacionales durante la pandemia. En cuanto a la metodología, se adoptó un enfoque cuantitativo debido a que han investigado a profundidad las estrategias que implementaron. Los hallazgos de la investigación fueron reestructurar el plan organizacional y así lograr ingresar a nuevos mercados innovando a un canal de evento virtual para poder mantenerse a flote. Los resultados de la diversificación fueron, el 70% de la recaudación del 2020 se adquirió por las ventas de pruebas COVID y citas de las empresas de salud

APTUS. Sin embargo, esta medida no se mantuvo a largo plazo ya que actualmente la empresa regresó a operar solo en el rubro de entretenimiento.

Basallo, et al. (2020), realizaron una investigación centrada en el desarrollo de una aplicación llamada “ARTISTAAP” en el cual se realizaban eventos y show virtuales durante el confinamiento en pandemia. El objetivo de esta investigación es desarrollar y evaluar la viabilidad de una aplicación móvil para la realización de shows virtuales de eventos sociales y privados, que permita superar las limitaciones impuestas por la pandemia en la realización de eventos artísticos presenciales. Se utilizó el enfoque cuantitativo y cualitativo, debido a que recopilaron los datos necesarios para lograr que la aplicación tenga una aceptación satisfactoria en el mercado. Esta investigación tuvo como finalidad analizar la rentabilidad utilizando diversas herramientas e indicadores. Los resultados de la investigación fueron la creación de la aplicación para cubrir una necesidad que aqueja a los artistas y al mundo del entretenimiento

3.1.2. Antecedentes internacionales

Fernández y Balonas (2021), realizaron una investigación sobre la creatividad en la organización de eventos en la era COVID. Esta investigación tuvo como objetivo abordar los desafíos que enfrentan las empresas de eventos durante la pandemia, así como la adaptación e innovación que generaron para lograr subsistir. El estudio utilizó el enfoque descriptivo cualitativo, donde se estudian algunos casos concretos, de la mano con entrevistas a expertos en el sector de eventos en España y Portugal. La muestra de esta investigación estuvo conformada por representantes clave del sector de la organización de eventos en España y Portugal. Se entrevistó a Juan Puchalt, secretario general de la Asociación de Ferias Españolas; a Elisenda Estanyol, directora del programa de Máster Universitario en Comunicación Corporativa, Protocolo y Eventos de la Universidad Oberta de Catalunya; y a Sónia Brochado, presidenta de la Sección de Eventos y

Congresos de APECATE (Asociación Portuguesa de Empresas de Congresos, Animación Turística y Eventos). Estas entrevistas permitieron obtener información especializada y representativa sobre las adaptaciones y desafíos del sector frente a la pandemia. El hallazgo que obtuvieron fue que la pandemia obligó a las empresas de eventos a adaptarse a nuevas plataformas tecnológicas, donde tuvieron que redirigirse hacia lo digital.

González (2023), ejecutó una investigación sobre “Estrategias de la micro y pequeña empresa para eventos sociales ante la pandemia (covid-19)”. Esta investigación tuvo como objetivo determinar cómo actuaron estratégicamente las empresas, adaptándose a los nuevos retos que se atravesaban, logrando así su supervivencia. El estudio utilizó un enfoque cualitativo y tres técnicas de investigación como: entrevistas, análisis de documentos y la observación no participante. En el hallazgo se concluye que es imprescindible que las empresas de eventos en Querétaro sean resistentes al cambio y creen estrategias innovadoras para enfrentar los desafíos de la pandemia.

Elvir, et al. (2021), llevó a cabo una investigación titulada: “Eventos en línea organizados por empresa, producto del confinamiento causado por la pandemia COVID 19 en el D.C”. El objetivo principal de esta investigación fue comprender cómo los eventos en línea es la nueva realidad para las empresas de eventos a raíz de la pandemia. En cuanto a la metodología, se adoptó un enfoque mixto debido a que realizaron entrevistas y encuestas. Las entrevistas fueron realizadas a personas expertas en el tema y las encuestas fueron realizadas a personas que forman activamente de eventos en línea. La población se investigó de acuerdo a las personas contempladas económicamente activas, el cual manifiesta que la población de Tegucigalpa es de 1.826.534 habitantes, de los cuales el 76.7% conforma a una población económicamente activa, de los cuales para las encuestas, según la fórmula correspondiente, se le realizará a 384 personas y las entrevista se consideró a aquellos

empleados de empresas privadas del Distrito Central, tomados por conveniencia considerando la anuencia en participar en el estudio.

3.2. Marco teórico

3.2.1. Innovación tecnológica

La innovación tecnológica ha jugado un rol muy importante en la adaptación de los modelos de negocios ante la crisis que ha provocado el covid-19. Esto no solo ha abierto las puertas a la continuidad de las empresas durante tiempos difíciles, si no que ha acelerado la transformación así una era digital en diferentes rubros. Las nuevas plataformas y herramientas hoy en día son factores claves para mantenernos a la vanguardia y también para seguir manteniendo la competitividad garantizando la experiencia del cliente en un entorno variable

"La innovación permitiría favorecer a los nuevos modelos de negocios con oportunidades ante cualquier crisis. De tal manera, la pandemia ha sido muy revolucionaria, tanto así que aceleró la digitalización de los clientes y empresas" (**Bar Am, et al., 2020**). Lo que resalta Bar Am et al. (2020) es que la innovación tecnológica es ahora una ventaja en tiempo de crisis. La pandemia ha obligado a las empresas y clientes a adaptarse de una manera muy rápida a la digitalización, lo que ha transformado sus modelos de negocio y abrió el camino hacia una gestión de eventos más dinámica y centrada en la experiencia del usuario.

Esta innovación es clave para la transformación de las organizaciones permitiendo que se evolucionen en un contexto más digital y a su vez más competitivo. Al aplicar esta estrategia mejora la eficiencia operativa y también impulsa la creación de nuevos productos, servicios y modelos de negocio.

Según Santander Open Academy (2021), define que la innovación tecnológica es mejorar de forma significativa los productos, servicios, procesos usando herramientas tecnológicas. Además de lo mencionado, también trata de hacerlo mejor de lo que ya existe. Es por eso, que, en mundo digital, la innovación es de suma importancia para que las empresas se adopten y puedan trabajar con más eficiencia y también crear nuevas ideas para los clientes o consumidores

Según Repsol (2024), la innovación tecnológica implementa mejoras significativas en la realización de actividades que satisfacen las necesidades mediante el uso de la tecnología. En este sentido, engloba tanto la mejora como la creación de nuevos productos, procesos, servicios o modelos de negocio con progresiones tecnológicas. Además, en un entorno digitalizado, su adopción permite a las empresas optimizar operaciones, ofrecer soluciones más eficientes y, por ende, mantenerse competitivas.

Importancia de la innovación tecnológica

La innovación resulta fundamental para afrontar los distintos desafíos que surgen ante cualquier circunstancia, ya que es esencial para construir una comunidad y una economía más eficiente. Además, la habilidad para innovar constituye un elemento clave para adaptarse a diversos cambios, al mismo tiempo que garantiza la rentabilidad de los negocios y fomenta el desarrollo económico.

Bunster (2020), destaca que, en consecuencia de la pandemia, se presentó un serie de desafíos pero a su vez se dio la oportunidad de innovar y cambiar la forma de pensar la mayoría de empresas. Además, menciona que la innovación fue fundamental para encontrar muchas soluciones durante la pandemia. También como lo indica el autor, la crisis de la pandemia abrió la puerta a nuevas ideas, llevando a las empresas a reinventarse y adaptarse a una nueva realidad. Dado el contexto, la innovación tuvo un rol muy importante para superar los obstáculos que trajo la pandemia.

Por otro lado, el valor que tiene la innovación tecnológica radica en la capacidad de mejorar procesos, dar respuestas rápidas y a su vez optimizar los productos o servicios. Asimismo, en un mercado que cada vez es más exigente y a la vez competitivo, innovar no solo va a ayudar al crecimiento económico, sino que también va mejorar la calidad y va generar nuevas oportunidades de desarrollo.

Según Larkin et al. (2021), las organizaciones que amparan soluciones con tecnología avanzada tienen mayor capacidad para enfrentar de manera eficiente en plazas de alta demanda. lo que les permite poder diferenciarse y obtener un mejor rendimiento. Según el autor, es fundamental que las organizaciones empleen tecnologías avanzadas para lograr tener mayor competitividad y así lograr optimizar los procesos y diferenciarse en plazas de alta demanda. Esto les permite multiplicar su eficiencia y adaptarse efectivamente a los diversos cambios del mercado.

La relevancia de la innovación tecnológica radica en la capacidad de realizar grandes cambios para mejorar todos los aspectos de la comunidad y la economía. La innovación tecnológica incentiva el cambio al permitir que se desarrollen nuevas soluciones, servicios, productos y la calidad de vida.

Gutiérrez Arenas, A., & Quintero Arango, L. F. (2019) mencionan cómo la innovación tecnológica actúa como un activo estratégico en las organizaciones modernas. Los autores resaltan que la evolución digital permite a las empresas perfeccionar su rendimiento, atender a los cambios del entorno y permanecer competitivas a través de la integración de nuevas tecnologías en sus modelos de negocio y sus procesos.

Esta cita refleja cómo los autores tienen un panorama claro y actualizado sobre el rol estratégico que efectúa la innovación tecnológica en el entorno empresarial.

Los autores resaltan que la evolución digital no solo es un instrumento moderno, sino también un elemento primordial para aumentar la productividad y emplear diversos cambios en el entorno. Además, se destaca que las organizaciones que constituyen la innovación en sus procesos obtienen beneficios competitivos sostenibles al responder de manera eficiente a las exigencias del mercado.

Áreas donde surgió la innovación tecnológica

Durante la pandemia se creó un cambio general que obligó a diferentes sectores a cambiar y transformarse rápidamente. La situación fue crítica tanto así que impulsó a que la innovación tecnológica esté presente en diferentes áreas. Existieron sectores como es el caso de la educación, el comercio y logística que encontraron en la tecnología un acceso para continuar operando, y en algunos caso en pleno confinamiento.

Kumar (2020) Señala que ante la crisis que surgió, múltiples industrias adoptaron soluciones tecnológicas para que de esa manera se pueda continuar con las diferentes actividades que existen como la de restaurantes, supermercados, educadores y diversas áreas que también implementan aulas virtuales y teletrabajo

Globalmente esta crisis obligó a distintas áreas a una inmediata adaptación. Áreas que nunca antes habían usado herramientas tecnológicas como en la educación, se vieron obligadas a implementarlas para que de esta manera se pueda seguir con la enseñanza. La crisis sanitaria también hizo que la innovación no solo fuera una alternativa, sino que se convirtió en una necesidad que debía ser implementada de inmediato para garantizar la continuidad de los servicios.

Sánchez et al. (2021) señalan que la pandemia aceleró la evolución digital en diversos ámbitos como: la educación, el comercio y la salud, por medio del uso tecnológico como: aulas remotas, pagos de manera online, e-commerce y tele salud. Este acoplamiento al

cambio no solo atendió a una emergencia, si no que realizó una transformación estructural en la operacionalización.

La pandemia agilizo el proceso de evolución digital en diversos sectores, impulsando la aceptación de tecnologías emergentes y disruptivas para poder enfrentar los retos establecidos durante la crisis. Sectores como la educación, la salud y el comercio se vieron en la necesidad de innovar, adoptando instrumentos tecnológicos que conceden la continuidad de las actividades de gran importancia como: la telesalud, enseñanzas desde la virtualidad y el comercio electrónico.

3.2.2. Organización de eventos

Definición de organizaciones de eventos

Las organizaciones de eventos es un rubro que ha ganado valor en el sector empresarial, debido a que les permite a las empresas generar experiencias únicas hacia sus clientes potenciales. Este tipo de acciones no pone énfasis únicamente en la logística y coordinación, además de eso intenta conseguir establecer lazos inquebrantables entre la empresa y su público, gracias a las experiencias memorables que genera.

Calabuig (2021) hace mención que las organizaciones de eventos tienen como un pilar fundamental generar experiencias que sean positivas para los asistentes. A raíz de esto, muchas empresas de eventos utilizan eventos como una estrategia de marketing, porque les permite crear vínculos sólidos con su comunidad. Desde este punto de vista se puede decir que los eventos no solo sirven para entretener, si no también para transmitir mensajes, valores, y reforzar identidad con una marca y sobre todo para construir relaciones duraderas con el público.

Por otro lado, Calabuig también menciona que las empresas organizadoras de eventos no solo sirven para hacer una planificación básica, si no que, al contrario, cada evento

responde a objetivos concretos, por lo el diseño su diseño requiere de una visión muy estratégica. El proceso de realizar un evento abarca distintas etapas, que van de la concepción de la idea y su planificación, hasta la ejecución y evaluación final. Durante cada fase, el enfoque está puesto en alcanzar que el cliente y público estén satisfechos y sobre todo garantizar una experiencia significativa y única.

Chavez (2020), menciona que las organizaciones de eventos destacan por la creatividad, coordinación y producción de las celebraciones, con el propósito de recibir resultados positivos y generar una experiencia memorable para los usuarios. Es por ello que integrar esos elementos es fundamental para obtener resultados positivos antes, durante y después de un evento y así lograr cumplir con las expectativas del público.

Asimismo, las organizaciones de eventos simbolizan una herramienta esencial que es empleada por diversas empresas, organizaciones y entidades gubernamentales. Esto se debe a que facilita un impacto positivo, fomenta la interacción entre los participantes y refuerza la reputación de la institución. Es por ello la importancia de disponer de creatividad, planificación estratégica y una buena capacidad para responder a las necesidades del público.

López (2019) destaca que planificar eventos requiere de un proceso completo que empieza con la formulación de una idea clara y se expande hasta una ejecución y análisis crítico, con el objetivo de asegurar que los asistentes formen parte de una experiencia valiosa que inspire de manera positiva en la percepción pública de la marca.

Según López, es esencial abordar la organización del evento de manera holística, agregando la evaluación como un método clave para valorar su efectividad. La apreciación de los participantes tiene un impacto decisivo para medir su éxito, debido a

que una experiencia memorable transforma el evento en una pieza clave para afianzar la estrategia del marketing y comunicación de la organización.

Importancia de las organizaciones de eventos

La importancia de las organizaciones de eventos se origina en la planificación exhaustiva que se realiza, debido a que se anticipa futuros contratiempos, se minimiza posibles riesgos y garantiza seguridad. Además, la atención a los detalles previo al evento, junto con la capacidad de adaptación durante el desarrollo del mismo, resulta fundamental para lograr los objetivos previamente establecidos por la organización o empresa.

ESAH (2015), reconoce que las organizaciones de eventos tienen un papel importante para prevenir contratiempos y lograr resultados positivos en todas sus etapas que son antes, durante y después del evento. Para esto, resulta indispensable obtener objetivos claros, gestionar tiempos de manera eficiente y es importante contar con una lista de proveedores confiables. Asimismo, se recomienda siempre tener un plan alternativo, un plan B o hasta C, porque estos planes pueden ayudarnos a afrontar cualquier imprevisto que surja a la hora del evento. En resumen, todos estos elementos reflejan la importancia de una planificación super detallada y de una gestión adecuada de los recursos, aspectos clave para alcanzar el éxito en cualquier tipo de evento.

A través de los últimos años, la organización de eventos ha pasado por una transformación notoria, impulsada por los avances de la tecnología. A la par, se han descubierto nuevas prácticas sostenibles y cada día más surgen nuevas tecnologías. Gracias a ello, es posible ofrecer experiencias más completas y significativas para los asistentes, al tiempo que se minimiza el impacto ambiental asociado a cada evento.

Acuilae (2021) resalta que la sostenibilidad es primordial dentro de la organización de eventos, debido a que promueven acciones como la utilización de materiales reciclables,

la reducción de desechos y el respaldo a productos locales. Además, dichos eventos tienen como propósito que las personas se eduquen y creen conciencia, sobre todo vean la importancia del cuidado del medio ambiente. Del mismo modo, considerar planes sostenibles no solo muestra un compromiso de responsabilidad social y ambiental, también aporta positivamente la experiencia del público y ayuda a afianzar la marca ante una comunidad cada vez más consciente con los principios ambientales.

Por otro lado, la automatización digital ha ido transformando la manera en la que se planifican y experimentan los eventos. A causa de la implementación de

Por otro lado, la digitalización ha revolucionado la forma en que se planifican y experimentan los eventos. Gracias a la implementación de tecnologías avanzadas, es factible alcanzar un mayor incremento de participación de los asistentes y ofrecer experiencias únicas, mientras se mejoran los aspectos logísticos y operativos de los eventos.

Sánchez Silva (2023), señala que las diferentes herramientas como son la realidad virtual, realidad aumentada están transformando la manera en que se planifican y se desarrollan los eventos. También permiten recoger datos que servirán para los organizadores, esto ayuda a mejorar y que el público lo disfrute y a su vez hace que la tecnología sea un recurso estratégico para destacar en un entorno digital el cual es altamente competitivo

Fases de las organizaciones de eventos

La organización de eventos está conformada por diversas fases fundamentales lo cual permite establecer una mejor planificación, coordinación y ejecución, logrando de este modo obtener resultados positivos. Estas fases, desde el planteamiento inicial hasta la

finalización de la evaluación, son importantes para lograr obtener resultados favorables y una experiencia grata para los participantes.

De acuerdo con **Calabuig (2021)**, todo evento debe seguir un proceso bien estructurado, dividido en tres fases principales: antes, durante y después del evento. Primera fase, esta es la etapa previa, se determina el tipo de evento que se va a realizar y se definen sus objetivos concretos. Segunda fase, en la fase de ejecución, se lleva a cabo todo lo planificado contando con un equipo preparado que conoce a detalle cada paso del proceso. Tercera y última fase, en la etapa posterior, se realiza una evaluación de los resultados, se desmonta la infraestructura utilizada, se recogen los materiales y se finaliza formalmente el evento.

En esta línea, el éxito de un evento no ocurre por casualidad, sino que responde a un proceso que ha sido planeado muy detallado. Para ello, es muy necesario que cada evento pase por etapas que son clave que aseguren una preparación adecuada y una ejecución eficaz. Este enfoque estructurado permite mantener el control sobre todos los elementos involucrados y facilita el cumplimiento de los objetivos planteados. Por lo tanto, conocer a detalle cada una de estas fases es esencial para quienes se dedican a la organización y gestión de eventos.

Ariza Osorio (2018), destaca que la organización de eventos se divide en cuatro fases importantes: planeación, producción, ejecución y evaluación. Primero, en la planeación se definen los objetivos, lo que se hará en el evento y las metas que se quieren alcanzar. Segundo, en la producción se coordinan los aspectos técnicos y logísticos, pero todo tiene que ser detallado. Tercero, en la ejecución se lleva a cabo todo lo que se ha

planificado en las anteriores fases. Cuarto y última fase, en la evaluación se van a revisar los resultados del evento para que se pueda mejorar en el futuro.

Es muy importante que, durante todo el proceso, se administren bien los recursos, para que se eviten errores y la toma de decisiones erróneas. En resumen, todo el proceso se debe de llevar de forma integral. Solo así, con una buena comunicación y coordinación de recursos, actividades y objetivos, se puede asegurar que el evento sea exitoso.

Roca (2023), menciona que la organización de eventos es un proceso estratégico que necesita la planificación cuidadosa, una ejecución precisa y una evaluación al final. Para empezar, es importante que se coordinen bien los recursos y las actividades, ya que esto va a ayudar a alcanzar los objetivos ya trazados. Además de ello, la evaluación permite aprender de cada experiencia y también sirve para poder mejorar en los siguientes eventos.

Tipo de eventos en una organización

Los eventos son instrumentos fundamentales para las empresas, las cuales son utilizadas para fortalecer su marca y darles alcance a sus productos, logrando crear un lazo directo con los consumidores.

Existe diversidad de tipo de eventos, entre ellos corporativos, deportivos, educativos, culturales y sociales, los cuales se organizan con fines particulares y buscan brindar experiencias satisfactorias a los usuarios

Montiel (2023), analiza que, desde una perspectiva empresarial, los eventos son considerados recursos estratégicos que permiten a las organizaciones posicionar su marca, presentar nuevos productos y generar vínculos tanto con clientes actuales como con potenciales consumidores. Existen diversos tipos de eventos, desde los deportivos hasta los corporativos, cada uno de ellos presenta elementos distintivos y objetivos específicos.

El autor subraya la importancia de los eventos como instrumentos esenciales dentro de las estrategias organizacionales, no solo funcionan como herramientas para aumentar la visibilidad de sus productos y servicios, sino que también representan oportunidades reforzar el vínculo emocional con su comunidad.

Del mismo modo, en un entorno comercial con un nivel alto de competitividad, es importante que las empresas excedan los métodos comunes de promoción y se focalicen en brindar experiencias satisfactorias.

Es por ello que, dentro de una organización, los eventos deben de cumplir un papel importante en el cumplimiento de diferentes objetivos, como afianzar la identidad de la corporación, incentivar el compromiso y la captación de un nuevo público. Cada evento al estar focalizado en un objetivo específico posibilita a que las empresas ajusten su planificación y se enfoquen en el público objetivo al que quieran llegar.

CETYS Educación Continua (México), resaltó que los eventos se pueden clasificar en dos grandes grupos: internos y externos. Los eventos internos están pensados para las personas que forman parte de la organización, como los empleados y colaboradores, reuniones de equipo, talleres o actividades de capacitación son algunos ejemplos y su principal objetivo es fortalecer el trabajo en equipo y mejorar el ambiente laboral. En cambio, los eventos externos están dirigidos a personas fuera de la empresa, como clientes, proveedores o medios de comunicación. Estos eventos ayudan a crear nuevas relaciones, fortalecer la imagen de la marca y dar a conocer lo que ofrece la organización.

Esta clasificación muestra la importancia de adaptar cada evento según a quién va dirigido. Mientras los eventos internos ayudan a unir al equipo y mantenerlo motivado, los externos permiten generar vínculos y posicionar mejor a la organización. Por eso,

tener claridad sobre este tipo de enfoques ayuda a tomar decisiones más acertadas al momento de organizar un evento.

Tenicela (2023) define que los eventos son mucho más que actividades puntuales, define que son herramientas poderosas de comunicación, que permiten conectar con personas a través de un mensaje, una marca o una causa específica. Según esta definición, los eventos pueden tomar distintas formas como sociales, culturales, deportivas, empresariales, académicas, entre otras, y cada tipo corresponde a una intención diferente como la de informar, celebrar, promocionar o educar.

El autor propone una forma de ver los eventos como algo más que una simple actividad. Desde su enfoque, los eventos son espacios con sentido, capaces de transmitir mensajes, emociones o ideas claras. No se trata solo de organizarlos por cumplir, sino de darles un propósito concreto, ya sea emocional, informativo o comercial. Además, destaca que los eventos son canales de comunicación muy poderosos, con la capacidad de influir y conectar de forma auténtica. Esta mirada resulta especialmente valiosa en la actualidad, donde las experiencias en vivo se han vuelto una manera clave de acercar a las organizaciones con distintos públicos.

Evolución en el rubro de eventos través del tiempo

El sector de los eventos ha atravesado una notable evolución, ajustándose a las exigencias del mercado y beneficiándose del crecimiento de sectores vinculados. El resultado que obtuvieron, no solo se ha diversificado la oferta de eventos, sino que también se ha promovido avances en infraestructura, calidad de los servicios y

capacidad del personal. De esta manera, la industria se ha consolidado como una actividad con un impacto social y económico

Morales, et al. (2011), comentan que el rubro de eventos ha ido evolucionando a nivel mundial, ya que actualmente existen diversas organizaciones y asociaciones que están desarrollándose en el mercado, donde podemos percibir eventos de todo tipo como: deportivos, culturales, tecnológicos, científicos e incluso eventos donde se despierta la creatividad e innovación. La organización de todo evento beneficia en muchos rubros como: el gastronómico, hotelero, transporte, etc.

A través del tiempo se ha observado una evolución constante en las organización de eventos, tanto en la mejora de las instalaciones y equipos, así como también la capacitación del staff, lo que genera una evolución positiva año tras año.

El autor señala que la organización de eventos no es una tarea improvisada, sino al contrario, es un industria profesional y bien estructurada, con un impacto directo en el sector del turismo, la gastronomía y el transporte. Gracias a las nuevas tecnologías, logística y capacitación, se espera que esta industria siga creciendo.

En los últimos años, la industria de eventos ha experimentado una transformación considerable. Por otro lado, el avance de la tecnología y el aumento de las expectativas del mercado han modificado la manera de planificar y ejecutar este tipo de actividades. En la actualidad, no es suficiente contar con una buena idea; ahora también se requiere una visión estratégica, objetivos bien definidos y el uso de herramientas digitales que optimicen cada etapa del proceso.

Arrogante (2022), destaca que la organización de eventos ha mejorado satisfactoriamente, logrando incorporar nuevas herramientas y técnicas que optimizan tanto la planificación como la ejecución. La autora subraya la importancia de cumplir con los objetivos, adaptándose a las necesidades actuales del mercado.

De la misma manera, el uso de la tecnología optimiza la gestión de los eventos y aporta en la experiencia de los usuarios.

Según la autora, esta transformación en la organización de eventos atiende a la necesidad de acoplarse a un entorno tecnológico y cambiante. La integración de alternativas digitales y el replanteamiento de objetivos permiten una gestión con mejor desempeño en sintonía con las tendencias actuales del mercado.

La organización de eventos ha evolucionado, lo cual ahora permite ser una herramienta clave para la comunicación estratégica. Las marcas actualmente buscan generar experiencias interactivas que permitan conectar directamente con su público, logrando así fomentar la fidelización y oportunidades de negocio.

Wohlmuth (2023), resalta que las organizaciones de eventos han dejado de ser solo una actividad operativa para convertirse en una herramienta estratégica de gran valor. Esta evolución ha permitido que el sector se adapte a las demandas de distintos productos y servicios, comunicando mensajes claros y ajustados a las características de cada tipo de evento. Con el paso del tiempo, estos encuentros han pasado de ser simples reuniones a convertirse en espacios donde surgen oportunidades reales de negocio. Esto es posible gracias al concepto de relacionamiento, el cual fomenta la interacción entre los participantes, facilitando el vínculo entre necesidades y posibles soluciones.

Este enfoque resalta cómo la evolución de los eventos ha permitido crear experiencias significativas para quienes participan. Al priorizar la interacción genuina y el contacto humano, los eventos se han convertido en espacios clave para fomentar relaciones auténticas. Esto evidencia que, en la actualidad, la comunicación trasciende los medios tradicionales, buscando generar vínculos reales entre las marcas y su audiencia mediante vivencias que realmente impactan y perduran en el tiempo.

3.3. Definición de términos básicos

- **Digitalización de clientes:**

Es el proceso mediante el cual las empresas mejoran su relación con los clientes utilizando tecnologías digitales. Por ejemplo, en la actualidad, se apoyan en aplicaciones móviles, redes sociales o plataformas de atención online para brindar un servicio más ágil y personalizado. Además, permite almacenar datos de forma segura y entender mejor las necesidades del consumidor.

- **Empresarios eventistas:**

Son personas profesionales dedicadas a la organización de eventos de diversos tipos, como bodas, ferias, lanzamientos de productos o conferencias. Su trabajo combina estrategia, creatividad y gestión logística, con el objetivo de ofrecer experiencias únicas adaptadas a los intereses del cliente y del público.

- **Eventos con entornos virtuales:**

Se trata de eventos que se llevan a cabo a través de entornos digitales, utilizando plataformas como Zoom, Meet o Teams, lo que facilita la asistencia de personas sin necesidad de desplazarse físicamente. Dentro de esta modalidad se encuentran seminarios, congresos y ferias en formato virtual, los cuales se distinguen por su fácil acceso, la posibilidad de interactuar en tiempo real y la utilización de herramientas tecnológicas que permiten registrar y analizar el nivel de participación de los asistentes.

Además, ofrecen un análisis detallado sobre la participación, lo que ayuda a medir su éxito.

- **Impacto psicológico:** El impacto psicológico se refiere a las reacciones emocionales que surgen como resultado de la experiencia vivida durante un

evento. Sin embargo, este impacto puede presentarse de diversas formas como cambios en el comportamientos, emociones, pensamientos y bienestar general

- **Impulsar una marca:** Se refiere a la agrupación de estrategias y acciones que han sido creadas para aumentar la visibilidad, y el reconocimiento de marca dentro de un mercado. A su vez incluye actividades como lo son las campañas publicitarias, marketing, patrocinios, entre otras acciones.
- **Instrumento de marketing:** Es una herramienta o técnica la cual es utilizada por las empresas para promover sus servicios o productos y conseguir sus objetivos comerciales. Asimismo, estas herramientas abarcan una amplia variedad de estrategias y tácticas, incluyendo la publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, marketing digital, marketing directo y merchandising.
- **Magnitud económica:** La magnitud económica hace referencia a la cuantificación o medida de diversos aspectos económicos como: ingresos, gastos, producción, consumo, inversión, ahorro y otras variables económicas relevantes. Es por ello que la magnitud económica es fundamental para el análisis y comprensión de la economía, ya que permite evaluar el tamaño, la importancia y el impacto de diversos fenómenos económicos en una escala local, nacional y global.
- **Series de procesos:** Las series de procesos hacen referencia a las sucesiones de actividades interrelacionadas que se llevan a cabo de manera sistemática y organizado para lograr un objetivo claro. Así mismo estos procesos pueden abarcar diversas áreas y ambientes, desde la manufactura y la producción hasta la gestión empresarial, los servicios y la investigación científica. Además, cada

serie de procesos está compuesta por etapas secuenciales que pueden incluir la planificación, ejecución, control y mejora continua, con el fin de optimizar la eficiencia y los resultados finales.

- **Trascendencia social:** La trascendencia social hace mención a la influencia que tiene una acción, evento o un fenómeno, puede generar en el conjunto de la sociedad. De igual forma la trascendencia social puede manifestarse en cambios tanto positivos como negativos en la vida de las personas, en la forma como se relacionan entre sí, o en la percepción de los demás en temas importantes.
- **Plan organizacional:** Un plan organizacional es un documento o conjunto de directrices estratégicas que detalla los objetivos, metas, estrategias y acciones que una organización debe seguir para alcanzar sus metas a largo plazo. Este plan establece la estructura organizativa, define roles y responsabilidades, y especifica los recursos necesarios para implementar las estrategias propuestas

CAPÍTULO IV: HIPOTESIS Y VARIABLES

4.1 Formulación de hipótesis principales y derivadas

4.1.1 Hipótesis principal

La innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en las organizaciones de eventos en Lima

4.1.2 Hipótesis derivadas

1. La innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la experiencia del usuario en Lima
2. La innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la estructura organizacional en Lima
3. La innovación tecnológica ha influido durante el covid 19 en la planificación de actividades en Lima

4.2 Operacionalización de variables

4.2.1 Variable 1

Innovación tecnológica

Esta variable será definida a través de un conjunto de preguntas elaboradas de forma metódica, alineadas con el tema en estudio. Este proceso garantizará la obtención de datos claros y significativos, lo que permitirá realizar un análisis exhaustivo y fundamentado.

Operacionalmente se define en base a 3 dimensiones:

D1: Innovación de proceso

D2: Plataformas digitales

D3: Estrategias de vanguardia

3.2.2 Variable 2

Organización de eventos

Las organizaciones de eventos son una fórmula para dejar una experiencia positiva en todas las personas que tienen el privilegio de asistir a un evento.

Operacionalmente se define en base a 3 dimensiones:

D1: Experiencia de usuario **D2:**

Estructura organizacional

D3: Planificación de actividades:

CAPÍTULO V: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1. Diseño metodológico

Tipo:

Esta investigación es del tipo aplicada, debido a que tiene como principal objetivo buscar una solución con un enfoque práctico, orientado a mejorar la gestión de eventos en la ciudad de Lima tras la pandemia. Este estudio también analiza cómo la innovación tecnológica impacta en el rubro de eventos, no solo se va comprender la realidad actual, sino también propone una solución y herramientas que serán usadas en las diversas organizaciones de eventos. En conclusión, se busca facilitar la adaptación de las nuevas exigencias dentro del mercado, promoviendo la eficiencia y optimización en un contexto postpandemia.

Según Castillo (2018), la investigación aplicada está estrechamente vinculada con la investigación básica, porque ambas se apoyan en sus descubrimientos y avances. Además, se distingue porque solo se centra en la aplicación práctica del conocimiento, buscando resultados concretos que puedan ser utilizados en la realidad. En este sentido, permite dar solución a problemas específicos mediante el desarrollo de tecnologías, métodos o propuestas innovadoras que respondan a necesidades reales.

Enfoque:

Diseño

El enfoque descriptivo tiene como propósito analizar el fenómeno del estudio, ofreciendo una perspectiva amplia sobre la incorporación de la innovación tecnológica en la organización de eventos tras la pandemia.

Mediante este diseño, se pretende identificar las tecnológicas que fueron utilizadas, así las transformaciones que surgieron durante el proceso de planeamiento y realización de eventos. Además, se busca analizar las diversas percepciones de la organización como

de los participantes, sin alterar las variables y describiendo su conducta en un escenario real.

El enfoque descriptivo dentro de la investigación se caracteriza por integrar tanto métodos cualitativos como cuantitativos, centrándose en aspectos puntuales de un tema específico. Este tipo de investigación recurre al uso de herramientas que permiten responder interrogantes como: quién participa, qué sucede, cuándo ocurre, dónde se desarrolla y de qué manera se lleva a cabo, lo que facilita obtener una visión detallada y comprensible del fenómeno en estudio. Por esta razón, se considera un recurso clave para comprender y analizar en profundidad la problemática abordada.

(Ochoa y Yunkor, 2021)

Nivel: Simple

Esta investigación es de un nivel simple, tiene como propósito explorar, de forma sencilla y directa, el uso de herramientas tecnológicas dentro del ámbito de los eventos en la ciudad de Lima. También se propone identificar cuáles son las herramientas tecnológicas más empleadas dentro del rubro, como las plataformas para la gestión de eventos. En resumen, se trata de ofrecer una mirada general sobre cómo estas innovaciones vienen transformando la manera en que se planifican y se llevan a cabo los eventos.

5.2. Población

Para la investigación se plantea muestreo censal, es decir, no se selecciona una muestra, sino que se estudia a cada uno de los individuos que componen la empresa. Para el presente caso, se utilizará como participante a la empresa organizadora de eventos “Briyol eventos”, el cual está conformado por 15 colaboradores.

5.3. Muestra

Dentro del presente estudio, dicha investigación será conformada por un universo de 15 personas, lo que vendría a ser la cantidad de personas que actualmente laboran en la organización.

5.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación, se emplea la técnica de **cuestionarios**, con el objetivo de analizar el impacto de la **innovación tecnológica** en la **organización de eventos** durante la pandemia en la empresa "Briyol eventos".

En primer lugar, se construirán **dos cuestionarios** de 20 preguntas en la escala de Likert, con el propósito de obtener una visión general de cómo la empresa ha implementado **innovaciones tecnológicas** para enfrentar los desafíos provocados por la pandemia en la organización de eventos. Las preguntas buscarán medir, por ejemplo, si se han adoptado plataformas virtuales, herramientas digitales o nuevas formas de gestión que permitan optimizar la planificación y ejecución de eventos.

Las dos variables principales del estudio serán: **innovación tecnológica** y **organización de eventos**. La primera se refiere a los cambios y mejoras tecnológicas adoptadas por la empresa para adaptarse a nuevas condiciones, mientras que la segunda se centrará en cómo estos avances han impactado en la planificación, gestión y ejecución de los eventos.

Validez

La validez de este estudio se asegura mediante la evaluación de un experto en el campo, quien ofrecerá su opinión sobre las preguntas formuladas en las entrevistas. La experta, Roxana Alexandra Albarracín Aparicio, posee 8 años de experiencia en investigación y se desempeña como docente en esta área.

Confiabilidad

Variable 1: Innovación tecnológica

Estadísticas de Fiabilidad de Escala

Alfa de Cronbach	
escala	0.790

La primera herramienta mostró una confiabilidad del 0.790, lo que equivale al 79%. Esto indica que la herramienta diseñada tiene una confiabilidad alta.

Variable 2: Organización de eventos:

Estadísticas de Fiabilidad de Escala

Alfa de Cronbach	
escala	0.742

La primera herramienta mostró una confiabilidad del 0.7242, lo que equivale al 72%. Esto indica que la herramienta diseñada tiene una confiabilidad alta.

Interpretación de la magnitud del Coeficiente de Confiabilidad de un instrumento.

Rangos	Magnitud
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

La investigación presentó una alta confiabilidad en sus instrumentos, gracias a la aplicación del coeficiente alfa de Cronbach en cada una de las variables evaluadas.

5.5. Técnica de procesamiento y análisis de datos

En la presente investigación, se recopiló información a través de cuestionarios realizados a los colaboradores, por lo mismo se utilizará una fuente confiable como lo es Google Forms, lo que permitirá obtener unos datos más precisos que se va a archivar dentro una hoja de cálculo Excel Microsoft 365. Los datos serán obtenidos de manera automática, debido a que el programa permite tener un resultado conciso, es por ello que teniendo esta información se colocará en una hoja de cálculo Excel y se va a procesar por la herramienta de Baremación, y como resultado final se colocará en el programa Jamovi , el cual nos arrojará gráficos precisos.

5.5.1. Análisis descriptivo

Resultados obtenidos para la variable: Innovación tecnológica

En relación con los resultados obtenidos por parte de nuestros encuestados que son parte de la empresa de eventos “Briyol”, mediante los instrumentos validados, se llevó a cabo un cuestionario.

V1: Innovación tecnológica Tabla

1:

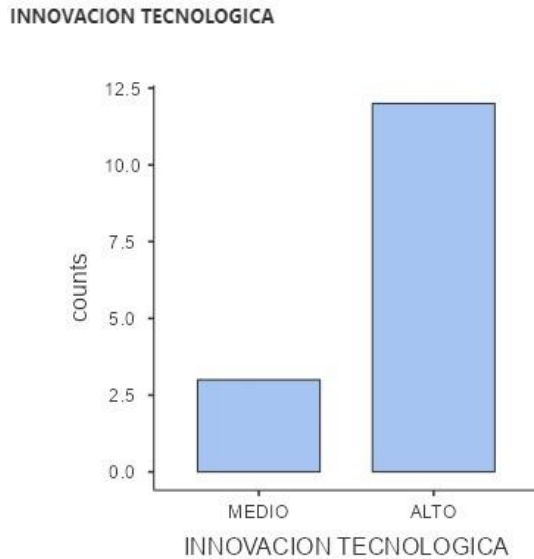
Frecuencias de innovación tecnológica

INNOVACIÓN TECNOLÓGICA	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	3	20.0 %	20.0 %
ALTO	12	80.0 %	100.0 %

Nota: En la tabla se muestra la frecuencia de la variable de innovación tecnológica. Elaboración propia.

Gráfico 1:

Gráfico de la dimensión tecnológica



Nota: En el gráfico se muestra la frecuencia de la innovación tecnológica. Elaboración propia.

Los resultados para la innovación de proceso indican que 20% es medio y 80% es alto. La mayoría de los trabajadores valora altamente el alcance que tuvo la innovación

tecnológica porque demuestra que la tecnológica fue y sigue siendo parte de la industria tras el impacto del COVID 19 en las organizaciones de eventos, es por ello que la empresa Briyol es consciente de los cambios positivos que ha traído eso al rubro, debido a que es una buena opción el cual contribuye al buen despliegue del evento que se vaya a realizar.

V1D1: Innovación de procesos

Tabla 2:

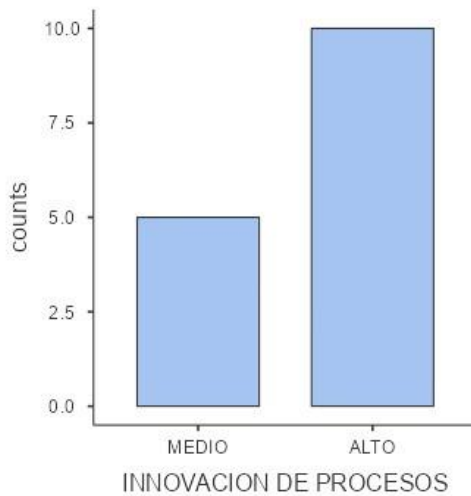
Frecuencias de innovación de procesos

INNOVACIÓN DE PROCESOS	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	5	33.3 %	33.3 %
ALTO	10	66.7 %	100.0 %

Nota: En la tabla se muestra la frecuencia de innovación de procesos

Gráfico 2:

INNOVACION DE PROCESOS



Nota: El gráfico presenta la frecuencia de la innovación de procesos:

Los resultados para la innovación de proceso indican que 33,3% es medio y 66,7% es alto. Se proyecta una favorable ventaja en las encuestas según la opinión de los trabajadores, debido a que consideran que la innovación de procesos que existe en la empresa ha tenido un progreso significativo. La implementación de nuevos métodos o la mejora sustancial de los procedimientos existentes dentro de la organización, con el fin de optimizar la eficiencia, reducir costos y aumentar la competitividad.

V1D2: Plataformas digitales

Tabla 3

TAS DIGITALES

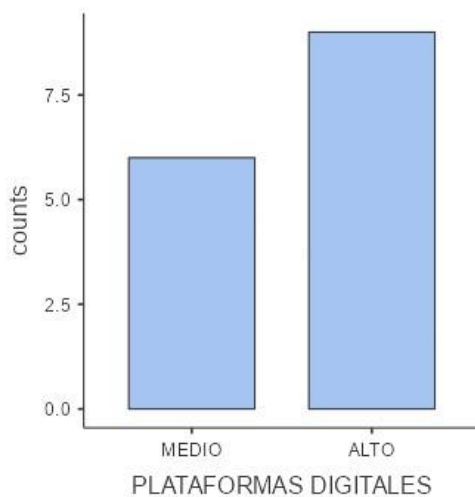
PLATAFORMAS DIGITALES	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	6	40.0 %	40.0 %

ALTO	9	60.0 %	100.0 %
------	---	--------	---------

Nota: La tabla muestra los resultados de las plataformas digitales

Gráfico 3:

PLATAFORMAS DIGITALES



Nota: El gráfico muestra la frecuencia de las plataformas digitales. Elaboración propia

Los resultados para la innovación de proceso indican que 40% es medio y 60% es alto. Los trabajadores de la empresa Briyol consideran que la clave para el éxito es la implementación de plataformas digitales en las empresas. Su apoyo y adopción de estas herramientas han facilitado la mejora de la eficiencia operativa, la fomentación de la innovación, fortalecimiento de la comunicación y colaboración entre equipos.

V1D3: Estrategia de vanguardia *Tabla*

4:

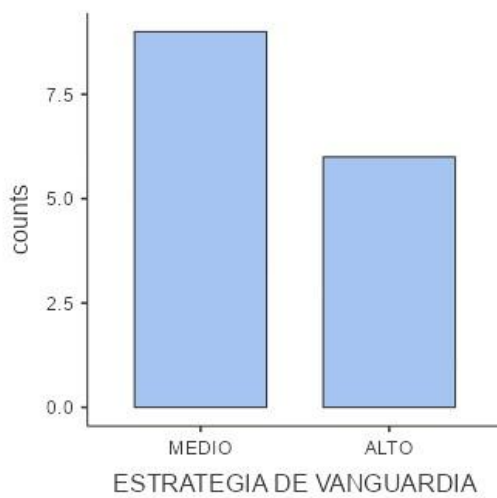
Frecuencias de ESTRATEGIA DE VANGUARDIA

ESTRATEGIA DE VANGUARDIA	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	9	60.0 %	60.0 %
ALTO	6	40.0 %	100.0 %

Nota: La tabla muestra los resultados de la estrategia de vanguardia. Elaboración propia.

Gráfico 4:

ESTRATEGIA DE VANGUARDIA



Nota: El gráfico representa la frecuencia de viabilidad financiera. Elaboración propia.

Los resultados para la innovación de proceso indican que 60% es medio y 40% es alto. La mayoría de los empleados perciben que la estrategia de vanguardia de la empresa está en un nivel intermedio, lo que sugiere que las iniciativas innovadoras están en desarrollo o no se están implementando de manera completamente destacada. Sin embargo, una parte importante de los trabajadores considera que la estrategia es eficaz y está generando un impacto positivo en la empresa, señalando que existe un grupo que valora altamente las acciones de vanguardia implementadas

V2: Organización de eventos:

Tabla 5:

Frecuencias de ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	3	20.0 %	20.0 %
ALTO	12	80.0 %	100.0 %

Nota: La tabla muestra los resultados de la frecuencia organización de eventos:

Gráfico 5:

ORGANIZACION DE EVENTOS



Nota: El gráfico representa la frecuencia de la organización de eventos. Elaboración propia.

Los resultados para la innovación de proceso indican que 20% es medio y 80% es alto. La mayoría de los empleados perciben que la organización de eventos en la empresa es alta, lo que sugiere que consideran que los eventos se gestionan de manera eficaz, bien organizada y exitosa. Solo un pequeño porcentaje tiene una percepción media, lo que podría indicar que algunos creen que en ciertos aspectos la organización de los eventos podría mejorarse o que no todos los eventos cumplen con los estándares esperados. En general, la percepción sobre la organización de eventos es muy positiva.

V2D1: Experiencia de usuario *Tabla*

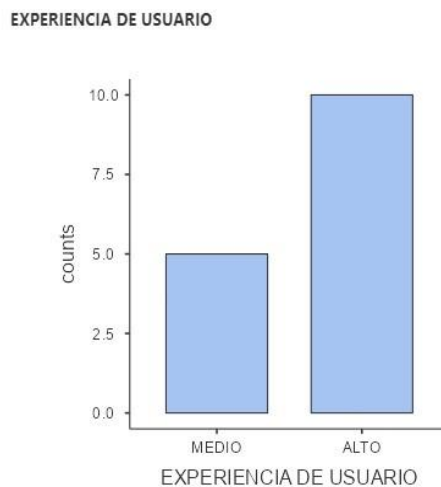
6:

Frecuencias de EXPERIENCIA DE USUARIO

EXPERIENCIA DE USUARIO	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	5	33.3 %	33.3 %
ALTO	10	66.7 %	100.0 %

Nota: La nota muestra los resultados de la experiencia del usuario.

Gráfico 6:



Nota: El gráfico representa la frecuencia de la experiencia de usuario.

Los resultados para la innovación de proceso indican que 33.3% es medio y 66.7% es alto. La experiencia del usuario recibe más apoyo por parte de los trabajadores de la empresa Briyol, esto indica que los colaboradores valoran especialmente la satisfacción y fidelización de sus clientes. El hecho de que los empleados dediquen más recursos y

atención a mejorar esta experiencia refleja una estrategia centrada en el cliente, con el objetivo de obtener una ventaja competitiva.

V2D2: Estructura Organizacional *Tabla*

7:

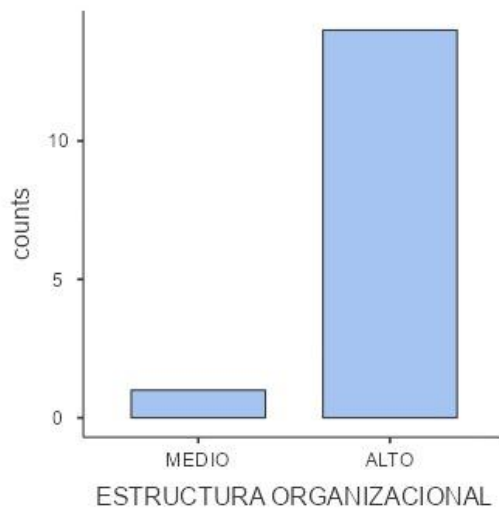
Frecuencias de ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	1	6.7 %	6.7 %
ALTO	14	93.3 %	100.0 %

Nota: La nota representa la frecuencia de la estructura organizacional. Elaboración propia.

Gráfico 7:

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Nota: El gráfico representa la frecuencia de viabilidad financiera. Elaboración propia.

Los resultados para la innovación de proceso indican que 6.7% es medio y 93.3% es alto. La mayoría de los empleados perciben que la estructura organizacional de la empresa es alta, lo que sugiere que consideran que la empresa tiene una estructura clara, bien definida y efectiva. Solo una pequeña parte de los empleados la percibe como media, lo que podría indicar que algunos creen que hay áreas que podrían mejorarse o que la estructura no es tan sólida en ciertos aspectos. En general, la percepción sobre la estructura organizacional es bastante positiva.

V2D3: Planificación de actividades

Tabla 8:

Frecuencias de PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

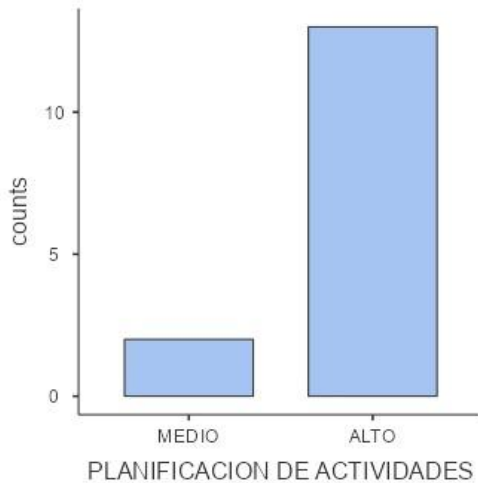
PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES	Frecuencias	% del Total	% Acumulado
MEDIO	2	13.3 %	13.3 %
ALTO	13	86.7 %	100.0 %

Nota: El gráfico representa la frecuencia de la planificación de actividades.

Gráfico 8:

Nota: El gráfico representa la frecuencia de planificación financiera. Elaboración propia.

PLANIFICACION DE ACTIVIDADES



Los resultados para la innovación de proceso indican que 13.3% es medio y 86.7% es alto. La mayoría de los empleados perciben que la planificación de actividades en la empresa es alta, lo que indica que consideran que las actividades están bien organizadas, estructuradas y planificadas de manera efectiva. Solo una pequeña fracción de los empleados tiene una percepción media de la planificación, lo que sugiere que algunos consideran que podrían existir áreas de mejora o que la planificación no es tan detallada o eficiente en ciertos casos. En general, la percepción sobre la planificación de actividades es muy positiva.

5.5.2. Análisis ligados a la hipótesis

Hipótesis Principal:

HP: La innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en las organizaciones de eventos en Lima

HO: La innovación tecnológica no ha influido durante el COVID 19 en las organizaciones de eventos en Lima

Tabla 9 de Innovación tecnológica y organizaciones de eventos

Correlación de V1 con V2

Correlación		INNOVACION TECNOLOGICA	ORGANIZACION DE EVENTOS
INNOVACION TECNOLOGICA	Rho de Spearman	—	0.583
	valor p	—	0.022
ORGANIZACION DE EVENTOS	Rho de Spearman	0.583	—
	valor p	0.022	—

[3]

Nota: Elaboración propia

Análisis de Correlación:

Con los resultados que conseguimos, se evidencia que existe una correlación de 0.583 es decir de 58%, con lo que se puede decir que cuenta con una correlación moderada entre la variable innovación tecnológica y organizaciones de eventos. Además, se obtuvo un p valor de .022 con lo cual se demuestra la validez de la hipótesis.

0.00 - 0.20 Relación muy baja

0.21 - 0.40 Relación baja

0.41 - 0.60 Relación moderada

0.61 - 0.80 Relación significativa

0.81 - 1.00 Relación muy significativa

Primera Hipótesis Específica

HE: La innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la experiencia del usuario en Lima.

H0: La innovación tecnológica no ha influido durante el COVID 19 en la experiencia del usuario en Lima.

Tabla 10 de Innovación tecnológica y experiencia del usuario

Correlación de V1 con V2D1

Correlación		INNOVACION TECNOLOGICA	EXPERIENCIA DE USUARIO
INNOVACION TECNOLOGICA	Rho de Spearman	—	0.354
	valor p	—	0.196
EXPERIENCIA DE USUARIO	Rho de Spearman	0.354	—
	valor p	0.196	—

[3]

Nota: Elaboración propia

Análisis de Correlación:

Con los resultados que conseguimos, se evidencia que existe una correlación de 0.354 es decir de 35%, con lo que se puede decir que cuenta con una correlación baja entre la variable innovación tecnológica y experiencia del usuario. Además, se obtuvo un p valor de .196 con lo cual se demuestra la validez de la hipótesis.

0.00 - 0.20 Relación muy baja

0.21 - 0.40 Relación baja

0.41 - 0.60 Relación moderada

0.61 - 0.80 Relación significativa

0.81 - 1.00 Relación muy significativa

Segunda Hipótesis Específica

HE: La innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la estructura organizacional en Lima.

H0: La innovación tecnológica no ha influido durante el COVID 19 en la estructura organizacional en Lima.

Tabla 11 de Innovación tecnológica y estructura organizacional

Correlación de V1 con V2D2

Correlación		INNOVACION TECNOLOGICA	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL
INNOVACION TECNOLOGICA	Rho de Spearman	—	0.535
	valor p	—	0.040
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Rho de Spearman	0.535	—
	valor p	0.040	—

[3]

Nota: Elaboración propia

Análisis de Correlación:

Con los resultados que conseguimos, se evidencia que existe una correlación de 0.535 es decir de 53%, con lo que se puede decir que cuenta con una correlación moderada entre la variable innovación tecnológica y estructura organizacional. Además, se obtuvo un p valor de .040 con lo cual se demuestra la validez de la hipótesis.

0.00 - 0.20 Relación muy baja

0.21 - 0.40 Relación baja

0.41 - 0.60 Relación moderada

0.61 - 0.80 Relación significativa

0.81 - 1.00 Relación muy significativa

Tercera Hipótesis Específica

HE: La innovación tecnológica ha influido durante el COVID 19 en la planificación de actividades en Lima.

H0: La innovación tecnológica no ha influido durante el COVID 19 en la planificación de actividades en Lima.

Tabla 12 de Innovación tecnológica y planificación de actividades

Correlación de V1 con V2D3

Correlación		INNOVACION TECNOLOGICA	PLANIFICACION DE ACTIVIDADES
INNOVACION TECNOLOGICA	Rho de Spearman	—	0.784
	valor p	—	< .001
PLANIFICACION DE ACTIVIDADES	Rho de Spearman	0.784	—
	valor p	< .001	—

[3]

Nota: Elaboración propia

Análisis de Correlación:

Con los resultados que conseguimos, se evidencia que existe una correlación de 0.784 es decir de 58%, con lo que se puede decir que cuenta con una correlación moderada entre la variable innovación tecnológica y planificación de actividades. Además, se obtuvo un p valor de .001 con lo cual se demuestra la validez de la hipótesis.

0.00 - 0.20 Relación muy baja

0.21 - 0.40 Relación baja

0.41 - 0.60 Relación moderada

0.61 - 0.80 Relación significativa

0.81 - 1.00 Relación muy significativa

CAPÍTULO VI: PROPUESTA DE INNOVACIÓN

6.1. Alcance esperado

La presente investigación de innovación tiene como finalidad brindar una mejora continua en las organizaciones de eventos en Lima mediante el desarrollo e implementación de una plataforma digital interactiva llamada “TF Experience”, la cual estará diseñada para simplificar la realización de futuros eventos virtuales e híbridos.

Se busca incentivar la transformación digital en las organizaciones de eventos, mediante una plataforma tecnológica que presente herramientas innovadoras como videoconferencias interactivas y espacios virtuales personalizados. A su vez, se busca identificar nuevas oportunidades de negocio a través de la aplicación de estrategias de marketing digital, automatización y análisis de datos para fortalecer la competitividad de las empresas organizadoras.

6.2. Descripción del mercado objetivo del producto o servicio

La plataforma digital propuesta está orientada a satisfacer las necesidades de diversos actores involucrados en la organización de eventos en la ciudad de Lima, quienes, frente al contexto postpandemia, demandan soluciones tecnológicas innovadoras que les permitan adaptarse a los nuevos formatos virtuales e híbridos.

El mercado objetivo se estructura en los siguientes segmentos:

- **Agencias y empresas organizadoras de eventos**

Corresponde a organizaciones especializadas en el desarrollo de eventos corporativos, académicos, ferias, exposiciones y presentaciones de marca. Estas entidades requieren herramientas digitales que integren componentes presenciales y virtuales, optimicen recursos y mejoren la interacción con los asistentes.

- **Instituciones del sector educativo y profesional**

Incluye universidades, institutos, centros de formación y asociaciones que desarrollan eventos formativos como conferencias, talleres y capacitaciones en línea. Este público busca plataformas con funciones estables, interactivas y con facilidad para la transmisión de contenido académico.

- **Empresas del sector privado**

Empresas medianas y grandes que realizan eventos tanto internos (como inducciones, capacitaciones y reuniones) como externos (como congresos, ruedas de negocios o lanzamientos). Estas organizaciones necesitan soluciones digitales integrales que permitan una planificación eficiente y medición de resultados en tiempo real.

- **Organizadores independientes y emprendedores**

Segmento conformado por profesionales autónomos, pequeñas empresas y emprendedores que desarrollan eventos con recursos limitados. Buscan plataformas accesibles, fáciles de usar y con opciones personalizables que se ajusten a sus necesidades específicas.

6.2.1. Fuentes de ingreso

Para la realización de este proyecto tenemos dos opciones, las cuales son:

- **StartUp Perú (Programa Pro Innóvate - Ministerio de la Producción)**

Es uno de los programas más importantes y beneficios del país debido a que brinda apoyo a los emprendimientos innovadores. Ofrece financiamiento a través de concursos como

Es uno de los programas más importantes del país para apoyar emprendimientos innovadores. Ofrece financiamiento a través de concursos como: “StartUp Perú” 9G lo cual entrega entre S/ 50, 000 y S/.150, 000 a proyectos en etapa temprana con alto grado de innovación y potencial de crecimiento e “Innovar para Reactivar” que está orientado a ideas que respondan a las necesidades generadas por la pandemia, como sería el caso de esta nueva plataforma.

Los fondos son no reembolsables y se otorgan mediante convocatorias públicas. Generalmente cubren hasta el 75%-80% del presupuesto del proyecto, mientras que el equipo emprendedor debe aportar el resto.

- **Capital propio**

Como alternativa o complemento a los fondos externos, se contempla la inversión directa de las integrantes del equipo como capital semilla. Este autofinanciamiento cubriría los costos iniciales del proyecto, como el diseño del prototipo, la contratación de servicios técnicos básicos y el desarrollo de una versión mínima viable (MVP) de la plataforma. También permitirá asumir gastos operativos como el registro del dominio web, hosting y herramientas digitales necesarias. Esta inversión refleja el compromiso del equipo y servirá como base

para demostrar la viabilidad del proyecto, fortaleciendo las futuras postulaciones a concursos o programas de financiamiento externos.

6.2.2. Canales de distribución

Dado que se trata de una plataforma digital orientada a la organización de eventos virtuales e híbridos, los canales de distribución se centrarán en medios digitales, lo cual permite una amplia cobertura, bajo costo operativo y facilidad de escalabilidad.

La página web oficial será el canal principal para atraer usuarios. A través de este portal, los organizadores podrán registrarse, acceder a planes de servicio, consultar precios, ver demostraciones de la plataforma, y comunicarse con soporte técnico. Además, se incluirá un blog con artículos educativos sobre organización de eventos digitales.

Se utilizarán plataformas como Facebook, Instagram, LinkedIn y TikTok, segmentando campañas publicitarias según el tipo de usuario (empresarial, académico o independiente). Estas redes también funcionarán como canal de atención, comunidad y posicionamiento de marca.

Habrán alianzas con intermediarios para que los usuarios obtengan diversas promociones a través de agencias de eventos, universidades y asociaciones empresariales, quienes podrán ofrecer la plataforma a sus propios clientes o miembros como parte de sus servicios.

6.2.3. Estrategias de penetración en el mercado

Para ingresar con éxito al mercado limeño y captar a los primeros usuarios, se implementarán diversas estrategias enfocadas en generar confianza, demostrar valor y facilitar la adopción tecnológica:

- El Modelo freemium ofrecerá una versión gratuita con funciones limitadas (por ejemplo, eventos con hasta 50 asistentes o 1 evento mensual), ideal para

organizadores independientes o pequeñas empresas.

Esto permitirá

familiarizarse con la plataforma antes de optar por una versión de pago.

- Durante los primeros meses se ofrecerán precios promocionales, así como recompensas a los usuarios que recomienden la plataforma a otras empresas o instituciones.
- Casos piloto con eventos reales; se implementarán alianzas con universidades, ONGs o agencias de eventos para usar la plataforma en actividades reales como congresos, charlas o talleres, lo que permitirá demostrar su funcionalidad y generar testimonios positivos.
- Se generará contenido educativo (blogs, videos, webinars, guías) relacionado con la transformación digital en eventos, el uso de herramientas interactivas, buenas prácticas post-COVID-19, etc., posicionando a la plataforma como referente en el rubro.

6.2.4. Alianzas estratégicas

Para asegurar el éxito y sostenibilidad de la plataforma digital para eventos virtuales e híbridos, se propone establecer alianzas estratégicas con actores clave del sector educativo, empresarial y tecnológico. Estas alianzas permitirán ampliar el alcance del producto, validar su funcionamiento en contextos reales y fortalecer su desarrollo a lo largo del tiempo.

Se buscarán colaboraciones con agencias organizadoras de eventos que puedan incorporar la plataforma dentro de los servicios que ofrecen. Esto permitirá que se difunda en el mercado, lo cual facilitará la realización de pruebas piloto con clientes reales, donde podrán dar recomendaciones validadas por personas capacitadas. Además, se priorizará tratos con centros educativos como: universidades e institutos,

donde constantemente realizan congresos, talleres y charlas. Se considera que utilizando la plataforma en sus eventos, se va generar visibilidad y confianza en el producto.

Por otro lado, se establecerán vínculos con empresas proveedoras de tecnología, como servicios en la nube, herramientas de videoconferencia, inteligencia artificial o realidad aumentada. Además, se explorarán oportunidades con programas de financiamiento e incubadoras de emprendimientos, como StartUp Perú, que pueden brindar apoyo económico, asesoría empresarial y redes de contacto.

Finalmente, se considerará la colaboración con creadores de contenido e influencers especializados en tecnología, eventos o educación. Su participación ayudará a posicionar la plataforma en el mercado y aumentar la confianza del público objetivo a través de reseñas, demostraciones y recomendaciones en redes sociales.

6.2.5. Benchmarking

Se llevó a cabo un cotejo entre las plataformas virtuales que destacan en nivel mundial, para lograr identificar cuáles son los beneficios más competitivos, como también para saber qué puntos de mejora pueden ser empleadas y adaptadas en las plataformas.

Entre los referentes que han considerado se encuentran tres plataformas llamado: Zoom events, Hopin y Eventtia, éstas plataformas se han sabido adaptar durante la pandemia y por ofrecer alternativas para la realización de eventos virtuales e híbridos.

Zoom events, es una plataforma que ha logrado posicionarse como un instrumento de gran ayuda para los usuarios; logrando así integrar funciones como salas paralelas, controlar el número de asistentes y transmisiones en vivo.

Hopin, es una plataforma que ha destacado principalmente por ofrecer una experiencia mucho más interactiva, con espacios virtuales personalizados, networking automatizado y también reciben mayor aceptación en ferias y congresos.

Por último, existe Eventtia que tiene como fortaleza su enfoque en eventos corporativos y académicos, proporcionando herramientas para la planificación, el registro y analítica avanzada.

A pesar de las fortalezas mencionadas, estas plataformas muestran limitaciones al ser diseñadas para un público extranjero. Los precios suelen ser elevados para las pequeñas y medianas empresas de Perú.

6.3. Desarrollo del proyecto de innovación

6.3.1. Etapa 1: Identificación de necesidades y propuesta de valor

Para iniciar, se realizó un cuestionario a los 15 colaboradores de la empresa organizadora de eventos "Briyol" para conocer cómo atravesaron la crisis del COVID 19 y también se evaluó su grado de conocimiento a nivel digital. Los resultados que se obtuvieron respecto a la empresa Briyol, señala que hubo pérdidas económicas, cancelaciones de eventos y una baja preparación para gestionar actividades remotas. La información que se obtuvo fue de gran importancia para confirmar la necesidad de la creación de plataformas virtuales que faciliten a las organizaciones de eventos en un contexto post covid 19.

Con los resultados que se han obtenido se plantea la propuesta de valor de la plataforma "TF Experience", que se enfocará en brindar a las empresas organizadoras de eventos una herramienta tecnológica adaptable, intuitiva y segura. Es una plataforma permitirá no solo gestionar eventos virtuales o híbridos, sino también crear espacios personalizados, también ayuda fomentar la interacción entre los participantes y ofrecer reportes en tiempo real. Además, integrará sistemas de pago locales y contará con altos estándares de seguridad para proteger la información de los usuarios. Todo esto contribuirá a mejorar la experiencia de los asistentes y fortalecerá la competitividad de las empresas en un mercado cada vez más digitalizado.

6.3.2. Etapa 2: Definición de las funcionalidades clave

A partir de los resultados del diagnóstico, se determinarán las funciones principales que debe tener la plataforma. Se incluirá el registro de usuarios, una agenda interactiva de eventos, personalización de los espacios virtuales, transmisión en vivo, herramientas de conexión entre los participantes, opciones de pago en soles y un sistema de analítica que permitirá medir la participación en tiempo real.

6.3.3. Etapa 3: Diseño conceptual del prototipo

De acuerdo a lo mencionado se elaborarán los primeros diseños de la plataforma. Estos bocetos se desarrollarán en papel y programas digitales, lo cual permitirá visualizar cómo se visualizarán en las pantallas, menús y botones antes de construir el prototipo funcional. Este paso ayudará a tener una idea clara de la estructura y navegación.

6.3.4. Paso 4: Desarrollo del prototipo funcional (MVP)

Con los diseños listos, se procederá a crear un prototipo funcional o MVP (producto mínimo viable). Esta será una versión inicial que permitirá ver cómo funciona la plataforma y probar sus funciones principales. Se podrá navegar por las pantallas, utilizar los menús y visualizar los espacios virtuales

- **Descripción y módulos de la plataforma:**

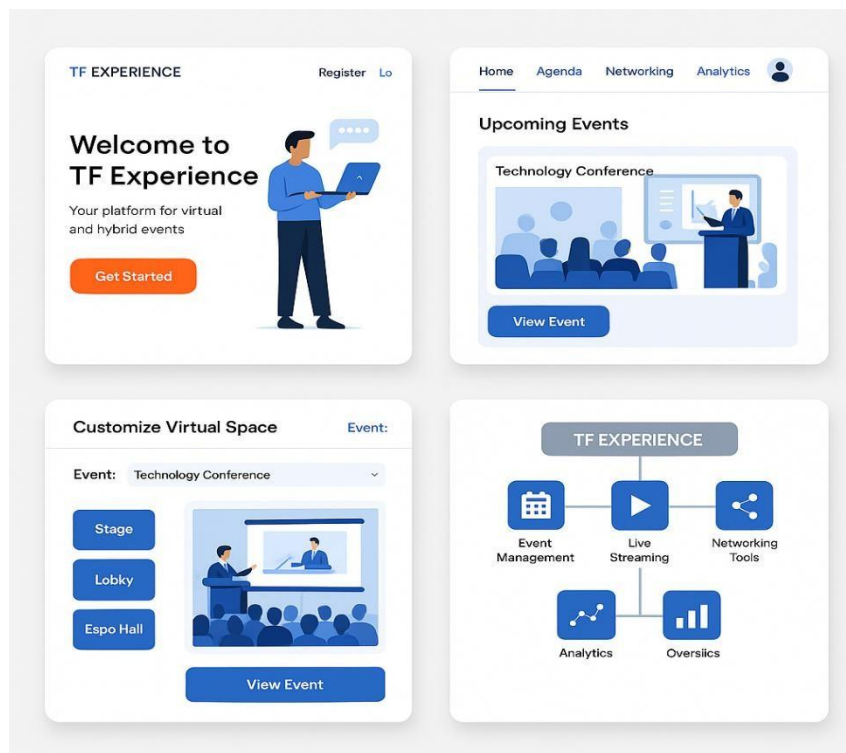
La plataforma “TF Experience” está pensada para organizar eventos virtuales o híbridos, y será compatible con computadoras, tablets y celulares. Va a contar con módulos integrados que permitirán gestionar eventos, realizar transmisiones en vivo, facilitar el networking entre los asistentes, personalizar los espacios

virtuales, procesar pagos en línea, generar reportes, así también como garantizar la seguridad de la información de todos los usuarios.

- **Visualización del prototipo**

El prototipo mostrará las pantallas y la estructura de la plataforma. Permitirá ver cómo será la navegación y las principales funciones para los usuarios.

Figura 1. Vista preliminar del prototipo “TF Experience”



6.3.5. Paso 5: Validación y retroalimentación del prototipo

Una vez elaborado el prototipo, se presentará a un grupo de personas vinculadas al sector de eventos. Ellos podrán explorar la plataforma, probar sus funciones y brindar sugerencias de mejora. Esta etapa será clave para detectar posibles fallas y realizar los ajustes necesarios antes de su implementación definitiva.

6.3.6. Etapa 6 Estrategia de lanzamiento y posicionamiento comercial

Finalizada la etapa del desarrollo del sistema, se implementa un programa de posicionamiento en el mercado. Esta etapa integra acciones estratégicas con el objetivo de promocionar la plataforma y atraer nuevos usuarios. Se llevará a cabo campañas de difusión digital, publicaciones en redes sociales y alianza con agencias de eventos, instituciones educativas y empresas interesadas

En simultáneo, se identificarán y evaluarán oportunidades de financiamiento a través de programas de innovación como Startup Perú. La meta de esta etapa es lograr que la plataforma sea reconocida como una solución innovadora, el cual se adapte a las nuevas demandas del rubro de eventos en Lima, generando una base sólida de usuarios.

6.4 Presupuesto

Categoría	Detalle	Monto aproximado (S/.)
Desarrollo de la plataforma	Diseño UX/UI, programación web y móvil, base de datos, integración de funciones clave	14.000
Infraestructura tecnológica	Hosting, servidores en la nube, dominio web, licencias de software (Zoom Pro, Canva, etc.)	3.000
Validación y pruebas pilotos	Aplicación de encuestas, organización de eventos de prueba, análisis de resultados.	1,500
Marketing Y difusión	Campañas en redes sociales, diseño gráfico, video promocional, branding, community manager	2,500

<p>Formalización Legal</p>	<p>Registro de marca, constitución legal, términos de uso y políticas de privacidad</p>	<p>1,200</p>
<p>Recursos Humanos</p>	<p>Equipo técnico: programador, diseñador, asesor tecnológico, soporte operativo (freelance)</p>	<p>6,000</p>
<p>Gastos operativos</p>	<p>Movilidad, alimentación, materiales, imprevistos</p>	<p>1,200</p>
<p>Total general estimado</p>		<p>29,400</p>

CONCLUSIONES

1. En base al objetivo general, la investigación comprobó que la innovación tecnológica ha sido parte fundamental en la transformación de las organizaciones de eventos en Lima tras la pandemia. Podemos deducir que la pandemia fue la razón principal para adaptarse a las herramientas y plataformas digitales, por lo que generó un cambio al momento de planificar, gestionar y ejecutar los eventos. El proceso provocó una evolución estructural que persiste en la fase post pandémica, permitiendo evidenciar la importancia de integrar la tecnología como una herramienta vital en las estrategias de negocios de las empresas organizadoras de eventos.
2. De acuerdo al objetivo específico 1, se evidencia que la innovación tecnológica ha progresado satisfactoriamente en la experiencia del usuario durante los eventos digitales. A pesar de ello, también se evidenciaron limitaciones con respecto a la personalización e interacción que estas plataformas brindan en la actualidad, lo cual puede ser una barrera al lograr satisfacer a los participantes. A causa de ello, surgió la propuesta de una aplicación integral con el propósito de ofrecer una experiencia grata e interactiva al usuario, logrando potenciar la participación y retención en los eventos virtuales.

3. En base al objetivo específico 2, la investigación reveló que la organización interna de las organizaciones de eventos pudo adaptarse eficazmente para enfrentar la digitalización forzada en el sector. Añadieron nuevos roles tecnológicos, técnicas digitales de trabajo y diversos sistemas de gestión que necesitan mayor productividad. La aplicación propuesta busca ser un complemento en el proceso de cambio, ofreciendo herramientas que permitan la interacción grupal y automatización de procesos para así obtener una gestión eficaz.

4. Según el objetivo específico 3, se identificó que la planificación de actividades se tornó complicada debido a la incertidumbre y cambios constantes en consecuencia de la pandemia. Es por ello que la adaptación rápida fue importante para la gestión de actividades, fechas y formatos establecidos. También se logró poner en evidencia la escasez de herramientas que promuevan una planificación eficaz y automatizada. En consecuencia, la solución a este problema es la integración de funciones diseñadas para la mejora de la planificación y retroalimentación tras eventos virtuales, contribuyendo a expandir la efectividad y la destreza organizacional para afrontar escenarios cambiantes.

RECOMENDACIONES

1. Se espera que las organizaciones enfocadas en la planificación y realización de eventos en Lima continúen desarrollando propuestas tecnológicas innovadoras, donde destaque la capacidad de adaptación que puedan tener frente a los cambios continuos tras la pandemia. Entre estas tecnologías existen sistemas donde se transmite en tiempo real, software para la gestión integral de eventos y herramientas que puedan brindar soporte en la interacción con los asistentes. De igual manera, es fundamental que las organizaciones fomenten la capacitación en competencias digitales, con el propósito de aprovechar estas herramientas, optimizando una experiencia grata de los usuarios, pero sobre todo garantizando la sostenibilidad del servicio en las diferentes modalidades (presencial, virtual e híbrido).
2. Se recomienda que las entidades gubernamentales y organismos puedan adaptarse a los nuestro programas y políticas existentes para respaldar a la digitalización. Esto consiste en brindar incentivos financieros para los proyectos digitales, fomentando campañas de capacitación tecnológica para diversas empresas del sector e implementar normas que faciliten la ejecución de eventos virtuales e híbridos para lograr ofrecer protección, productividad y responsabilidad ambiental.
3. Se plantea el desarrollo de una aplicación digital integral que resuelva las necesidades del rubro de eventos, originadas a raíz de la evolución digital acelerada tras la pandemia. Esta aplicación incorporaría funciones que permitan optimizar la planificación de actividades, interacción con los participantes, el seguimiento del evento y la retroalimentación mediante indicadores específicos. La aplicación debe estar configurada con un diseño amigable para el usuario,

adaptable a diversos dispositivos, y enfocada en darle una experiencia enriquecedora al usuario. La formación de esta herramienta representa una solución práctica para afrontar las necesidades que hay en el rubro y colaborar en su mejora tecnológica, desarrollo profesional y crecimiento.

REFERENCIAS

Ariza Osorio, L. (2018, 12 de marzo). Gestión de proyectos: Etapas, fases y actividades de los proyectos. Servicios especializados en innovación y estrategia, usando tecnología avanzada y métodos divergentes.
https://yesidariza.blogspot.com/2018/03/gestion-de-proyectos-fases-y.html?utm_source=

Arrogante, M. (2022). *Organización de eventos empresariales (2a ed.)*. Editorial Paraninfo. https://latam.casadellibro.com/libro-organizacion-de-eventosempresariales-2-edicion-2022/9788413665283/12883776?utm_source

Bar Am, J., Furstenthal, L., Roth, E., & Felicitas, J. (2020, 17 de junio). Innovation in a crisis: Why it is more critical than ever. McKinsey & Company.
<https://www.mckinsey.com/capabilities/strategy-and-corporate-finance/ourinsights/innovation-in-a-crisis-why-it-is-more-critical-than-ever?cid=other-emlalt-mip>

Basallo, J., Morales, C., & Villanueva, A. (2020). *ARTISTAAP* (Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio UPC.
<http://hdl.handle.net/10757/654747>

Bunster, C. (2020, 17 de agosto). La innovación y oportunidades en pandemia. Udd ventures <https://uddventures.udd.cl/blog/la-innovaci%C3%B3n-y-oportunidades-en-pandemia>

Calabuig, J. (2021, 01 de abril). Organización de eventos: todo lo que debes de saber.

Novelty Spain. <https://blog.novelty-spain.com/organizacion-de-eventos>

Castillo, R. (2018). Investigación aplicada: Conceptos y estrategias. Editorial San Marcos.

CETYS Educación Continua. (2023). Taller de organización de eventos corporativos.

CETYS Universidad. https://www.cetys.mx/educon/programas/curso-enplaneacion-de-eventos-institucionales-yempresariales?utm_source=chatgpt.com

Concha Corro, C. E., Erazo Benavides, E. S., Serrano Castro, A. K., Ayme Ayme, C. W., & Lucintuña Punina, L. A. (2025, 10 de febrero). La innovación empresarial basada en tecnología como factor clave para el éxito organizacional. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 9(1), 4073-4087.

<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/15991/23067>

Córdova, D. (2022). *La realidad aumentada en un evento streaming y su realización audiovisual.*

Caso: Red Bull Batalla de los Gallos Final Internacional 2020

(Tesis de pregrado Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas) Repositorio UPC.

<http://hdl.handle.net/10757/668400>

Cusima, M., & Salinas, L. (2023). *Impacto de la pandemia COVID 19 en los negocios de la empresa Teleticket* (Tesis de pregrado Universidad Peruana de Ciencias

Aplicadas) Repositorio UPC. <http://hdl.handle.net/10757/670415>

Elvir, F., Reyes, J., & Núñez, M. (2021). *Eventos en línea organizados por empresas, producto del confinamiento causado por la pandemia COVID-19 en el*

D.C. (Tesis de pregrado Centro Universitario Tecnológico) Repositorio

UNITEC. <https://repositorio.unitec.edu/server/api/core/bitstreams/0b567151ee51-48dd-85c0-2d934ec74a84/content>

- Fernández-Souto, A.B y Balonas, S. (2021). *La creatividad en la organización de eventos en la era Covid*, Sphera Publica, 2(21), 121-146.
<https://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/5882/426-Texto%20del%20arti%cc%81culo-14141719-1-10-20211224.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González, P. (2023). *Estrategias de la micro y pequeña empresa para eventos sociales ante la pandemia (COVID 19)* (Tesis para pre grado Universidad Autonoma de Queretaro) Repositorio UAQ. <https://ri-ng.uaq.mx/bitstream/123456789/8179/1/RI007332.pdf>
- Gutiérrez-Arenas, A., & Quintero-Arango, L. F. (Julio-Diciembre, 2019). La innovación como activo estratégico para la productividad en la era tecnológica. *Science of Human Action*, 4(2). pp. 308-330. <https://doi.org/10.21501/2500-669X.3498>
- Kumar, S. (2020, 20 de Mayo). Innovación en tiempos de COVID-19. *Insights*. <https://www.ie.edu/insights/es/articulos/innovacion-en-tiempos-de-covid-19/>
- Madrid, L. L. (2021). Impacto económico de la pandemia en el sector de eventos en Perú. <https://capev.pe/impacto-covid-eventos>
- Montiel, F. (2023, 23 de Diciembre). Tipos de eventos que puedes organizar para una empresa. *Deusto*. <https://www.deustoformacion.com/blog/marketingdigital/tipos-eventos-que-puedes-organizar-para-empresa>
- Morales, A & Ramirez, G. (2011, 01 de Marzo). Origen, evolución y estadísticas de los eventos en el mundo.

Andreameventos. <https://andreameventos.blogia.com/2011/030101-origenevolucion-y-estadisticas-de-los-eventos-en-el-mundo.php>

Palus, A. (2022, 02 de Julio). Reactivación musical en el Perú: Los conciertos masivos en este 2022. *Punto Seguido* - *UPC*. <https://puntoseguido.upc.edu.pe/reactivacion-musical-en-el-peru-losconciertos-masivos-en-este-2022>

Roca, M. (2023). Planificación, organización y control de eventos (2.^a ed.). Editorial Paraninfo. <https://www.paraninfo.es/catalogo/9788428362009/uf0075--planificacion--organizacion-y-control-de-eventos-2-%C2%AA-edicion>

Tenicela, L. (2023). Los eventos como herramientas de comunicación estratégica. <https://eciperu.pe/curso/protocolo-y-organizacion-de-eventos>

Wohlmuth, P. (2023). La evolución en la organización de eventos. The marketing, piensa en mercadotecnia. https://www.themarkethink.com/mercadotecnia/laevolucion-en-la-organizacion-de-eventos/?utm_source=chatgpt.com

ANEXO 1

Reporte de turnitin

ALESSIA XIMENA TREMOLADA SUELDO

TESIS ACTUALIZADO 2025-1 PDF.pdf

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::30163:470706239

Fecha de entrega
29 jun 2025, 10:05 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
24 jul 2025, 1:18 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
TESIS ACTUALIZADO 2025-1 PDF.pdf

Tamaño de archivo
948.8 KB

111 Páginas

19.528 Palabras

113.254 Caracteres

21% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado

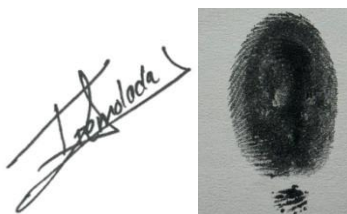
Fuentes principales

- 18% Fuentes de Internet
- 5% Publicaciones
- 13% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

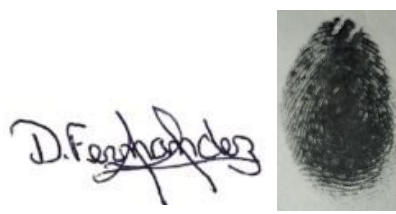
Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo. Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Tremolada Sueldo,
Alessia Ximena (Autor)



Fernandez Gallardo,
Dayana Maria (Autor)



Albarracin Aparicio
Roxana Alexandra (Asesor)

ANEXO 2 REGISTRO DE IMPACTO Y RESULTADOS

Tipo de documento: Trabajo de investigación

Título del Trabajo de Investigación o Tesis: Innovación tecnológica aplicada en la organización de eventos luego del COVID 19. Lima, 2024

Integrantes:

1. Fernandez Gallardo, Dayana Maria
2. Tremolada Sueldo, Alessia Ximena

Asesora: Albarracin Aparicio, Roxana Alexandra

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

Impacto Tecnológica: La presente investigación fomenta el uso de herramientas digitales en el rubro de eventos. Se considera que, al incorporar una plataforma propia, se potencia la transformación digital, lo que reduciría la necesidad de utilizar aplicaciones extranjeras.

Impacto Económico: La investigación propone el uso de diversas herramientas tecnológicas, lo cual permitirá optimizar los recursos en la organización de eventos. Esta propuesta tecnológica permite reducir costos operativos y disminuir gastos logísticos significativamente.

Impacto Organizacional: La investigación permite que las organizaciones de eventos adopten modelos más eficientes mediante la integración de tecnologías emergentes. Lo que facilita una mejor planificación, coordinación y gestión de recursos, potenciando la habilidad de ajustarse a cambios.

Impacto Social: La plataforma facilitará que los usuarios puedan participar de los eventos, sin importar su ubicación o limitaciones de movilidad, brindándole herramientas y un sistema amigable. Logrando así fomentar la inclusión y el acceso a fuentes de información.

Resultado del proceso de investigación

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

La presente investigación afirma que la innovación tecnológica fue esencial en la evolución de las organizaciones de eventos en Lima tras la pandemia del COVID 19. La crisis generó la necesidad de adoptar herramientas digitales, provocando cambios en la planificación y ejecución de eventos. Por otro lado, respecto a la experiencia del usuario se progresó con las tecnologías actuales a pesar de las limitaciones que se identificaron en la personalización e interacción.

Es por ello que se propuso una aplicación integral que permitirá mejorar la participación y fidelización en eventos virtuales. En cuanto a la organización interna, las empresas añadieron nuevas reglas y sistemas que ayudaran a adaptarse a la digitalización, lo que facilita a la propuesta obtener una mejor interacción y automatización para una gestión eficaz.

Anexo 3

INFORME DE JUICIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN VARIABLE 1

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: Albarracin Aparicio Roxana Alexandra

1.2. Cargo e institución del experto:

Docente - ISIL

1.3. Nombre del instrumento: Influencia de la innovación tecnológica en la organización de eventos luego del COVID 19.

1.4. Autor del instrumento: Fernandez Gallardo Dayana Maria y Tremolada Sueldo Alessia Ximena

1.5. Título de la investigación: Innovación tecnológica aplicada en la organización de eventos luego del COVID 19. Lima, 2024

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
4. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				X	
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	

7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				X	
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				X	
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					85%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		

III. **PROMEDIO DE VALORACIÓN:**

IV. 85%. V: **OPINIÓN DE APLICABILIDAD:**

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Firma del experto: Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

Lugar y fecha: Lima, 3/07/2025

DNI N.º 41981490

ORCID 0000-0002-6930-3718



INFORME DE JUCIO DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN VARIABLE 2

V. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres del experto: Albarracin Aparicio Roxana Alexandra 1.2. Cargo e institución del

experto: Docente - ISIL

Nombre del instrumento: eventos luego del COVID 19. Influencia de la innovación tecnológica en la organización de 1.3.

1.4. Autor del instrumento: Fernandez Gallardo Dayana Maria y Tremolada Sueldo Alessia Ximena

1.5. Título de la investigación luego del COVID 19. Lima, 2024 Innovación tecnológica aplicada en la organización de eventos

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				X	
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				X	

13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				X	
14. ORGANIZACIÓN	Existe organización lógica				X	
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				X	
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				X	
17. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos				X	
18. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				X	
19. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				X	
20. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				X	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					85%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		

VII. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

VIII. _____ 85 ____%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Firma del experto: Roxana Alexandra Albarracin Aparicio

Lugar y fecha: Lima, 3/07/2025

DNI N° 41981490

ORCID 0000-0002-6930-3718



MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y SU INFLUENCIA EN LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS LUEGO DEL COVID 19. Lima, 2024

Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	VARIABLES			
			ORGANIZACIONES DE EVENTOS			
			Dimensiones	Indicadores	Cuestionario	Item
¿DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA INFLUIDO DURANTE EL COVID 19 EN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO en Lima?	DETERMINAR DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA INFLUIDO	LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA INFLUIDO DURANTE EL COVID	EXPERIENCIA DEL USUARIO	% de satisfacción del cliente en los eventos realizados durante la pandemia	¿Consideras que los clientes han estado satisfechos con los eventos organizados durante la pandemia?	1
					¿La atención a las consultas a través de canales digitales fue eficiente durante los eventos?	2
					¿Los comentarios de los clientes sobre la experiencia del evento han sido mayormente positivos?	3
					¿Crees que los eventos realizados durante la pandemia han cumplido	4

	DURANTE EL COVID 19 EN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO en Lima	19 EN LA EXPERIENCIA DEL USUARIO en Lima			con las expectativas de los clientes?	
				Tiempo de respuesta a consultas o problemas del usuario mediante canales digitales	¿La empresa ha respondido de manera rápida y eficiente a las consultas o problemas de los usuarios a través de canales digitales?	5
					¿El uso de canales digitales ha mejorado la interacción con los clientes durante los eventos?	6
¿DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA INFLUIDO DURANTE EL COVID 19 EN LA ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	DETERMINAR DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA	LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	Nivel de adaptación de la estructura organizacional a las nuevas tecnologías	¿Consideras que la estructura organizacional se ha adaptado correctamente a las nuevas tecnologías implementadas?	7
		INFLUIDO			¿La estructura de la empresa ha sido lo suficientemente flexible para permitir la adopción de nuevas tecnologías en la organización de eventos?	8
		DURANTE			¿La estructura organizacional ha permitido un enfoque centrado en el cliente gracias a las nuevas tecnologías?	9

en Lima?	INFLUIDO	EL COVID			¿La empresa ha tenido un liderazgo efectivo en la transición hacia la digitalización de sus procesos?	10	
	DURANTE	19 EN LA			Flexibilidad organizacional para la adopción de nuevas tecnologías	¿La estructura de la empresa ha facilitado la gestión eficiente de los eventos a través de las tecnologías adoptadas?	11
	EL COVID	ESTRUCTU				¿Crees que la estructura organizacional ha permitido una implementación rápida de nuevas tecnologías en la planificación de los eventos?	12
	19 EN LA	RA				¿Los equipos de trabajo han recibido suficiente capacitación para adaptarse a las nuevas herramientas tecnológicas?	13
ESTRUCTU	ORGANIZA	CIONAL en					
	RA	CIONAL en					
	ORGANIZA	Lima					
	CIONAL en						
	Lima						
¿DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA HA INFLUIDO DURANTE EL COVID 19 EN LA	DETERMINA	LA	PLANIFIC	Nivel de colaboración y comunicación observada durante las	¿Se han realizado suficientes actividades en formatos híbridos para atender a diferentes públicos?	14	
	R DE QUE MANERA LA INNOVACIÓN	INNOVACIÓN	ACIÓN DE ACTIVIDADES		¿Crees que la estructura organizacional ha permitido una implementación rápida de nuevas tecnologías en la planificación de los eventos?	15	
	MANERA LA INNOVACIÓN	TECNOLOGÍA HA					
	N	CA HA					

PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES en Lima?	TECNOLOGÍA HA INFLUIDO DURANTE EL COVID 19 EN LA PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ES en Lima	INFLUIDO DURANTE EL COVID 19 EN LA PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES ES en Lima		actividades	¿La colaboración entre los diferentes equipos de trabajo ha sido adecuada durante la planificación de eventos?	16
				Número de actividades realizadas en formatos híbridos	¿La empresa ha adoptado correctamente formatos híbridos en la planificación de sus eventos?	17
					¿Consideras que la planificación de actividades en formato híbrido ha mejorado la accesibilidad de los eventos?	18
					¿El uso de nuevas tecnologías ha permitido una planificación más eficiente de las actividades durante los eventos?	19
					¿Las decisiones tomadas durante la planificación han estado basadas en datos recopilados de eventos anteriores?	29

Matriz de operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES									
VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	PREGUNTAS	ESCALA DE MEDICIÓN	ITEMS	INST	Escala	
								1	2
Innovación tecnológica	La innovación tecnológica es la adopción de nuevas técnicas,	Esta variable será definida a través de un conjunto	INNOVACIÓN DE PROCESOS	¿La automatización de procesos ha permitido una ejecución más rápida de las tareas en la organización de eventos?	ORDINAL	1	CUESTIONARIO VI	SI	No
				¿La eficiencia de los procesos tecnológicos ha contribuido a mejorar la calidad de los eventos organizados?		2			
				¿El uso de tecnologías ha optimizado el tiempo de respuesta a las demandas de los clientes durante los eventos?		3			

	procedimientos y tecnologías para mejorar productos, procesos y la gestión, generando ventajas competitivas.	de preguntas elaboradas de forma metódica, alineadas con el tema en estudio. Este proceso		¿Los procesos manuales en la organización de eventos han disminuido tras la adopción de tecnologías automatizadas?		4		
				¿La eficiencia de los procesos tecnológicos ha contribuido a mejorar la calidad de los eventos organizados?		5		
				¿Los procesos tecnológicos adoptados han mejorado la gestión del riesgo durante los eventos?		6		
				¿La adopción de procesos tecnológicos ha incrementado la capacidad de gestionar múltiples eventos simultáneamente?		7		
			PLATAFORMAS DIGITALES	¿Qué tan frecuentemente se utilizan plataformas digitales para la organización de eventos híbridos o virtuales?		8		
			¿El uso de plataformas digitales ha mejorado la interacción y participación de los asistentes en los eventos?		9			

		vo y fundame ntado.	VANGUA RDIA	¿El uso de herramientas innovadoras ha aumentado la fidelización de los clientes en los eventos organizados?		16			
				¿La aplicación de tecnologías de vanguardia ha permitido crear nuevas formas de participación en los eventos?		17			
				¿El uso de tecnologías innovadoras ha generado nuevas oportunidades de negocio en la organización de eventos?		18			
				¿Las nuevas tecnologías han mejorado la calidad general de los eventos organizados?		19			
				¿La organización ha adoptado tecnologías emergentes (como IA, realidad aumentada) en sus eventos?		20			
VD: Organi	Las organizaci	Esta variable		¿Consideras que los clientes han estado satisfechos con los eventos organizados durante la pandemia?		1		SI	No

zación de eventos son una fórmula para dejar una experiencia positiva en todas las personas que tienen el privilegio	se estableció mediante una serie de preguntas formuladas de manera sistemática, en función	EXPERIENCIA DEL USUARIO	¿La atención a las consultas a través de canales digitales fue eficiente durante los eventos?	ORDINAL	2	RUBRICA VD		
			¿Los comentarios de los clientes sobre la experiencia del evento han sido mayormente positivos?					
			¿Crees que los eventos realizados durante la pandemia han cumplido con las expectativas de los clientes?					
			¿La empresa ha respondido de manera rápida y eficiente a las consultas o problemas de los usuarios a través de canales digitales?					
			¿El uso de canales digitales ha mejorado la interacción con los clientes durante los eventos?					
		ESTRUCTURA	¿Consideras que la estructura organizacional se ha adaptado correctamente a las nuevas tecnologías implementadas?					
			7					

	de asistir a un evento.	del tema que se está investigando. Este enfoque permitirá obtener información precisa y relevante	ORGANIZACIONAL	¿La estructura de la empresa ha sido lo suficientemente flexible para permitir la adopción de nuevas tecnologías en la organización de eventos?						8
				¿La estructura organizacional ha permitido un enfoque centrado en el cliente gracias a las nuevas tecnologías?						9
				¿La empresa ha tenido un liderazgo efectivo en la transición hacia la digitalización de sus procesos?						10
				¿La estructura de la empresa ha facilitado la gestión eficiente de los eventos a través de las tecnologías adoptadas?						11

			<p>¿La colaboración entre los diferentes equipos de trabajo ha sido adecuada durante la planificación de eventos?</p>		16			
			<p>¿La empresa ha adoptado correctamente formatos híbridos en la planificación de sus eventos?</p>		17			
			<p>¿Consideras que la planificación de actividades en formato híbrido ha mejorado la accesibilidad de los eventos?</p>		18			
			<p>¿El uso de nuevas tecnologías ha permitido una planificación más eficiente de las actividades durante los eventos?</p>		19			
			<p>¿Las decisiones tomadas durante la planificación han estado basadas en datos recopilados de eventos anteriores?</p>		20			

Instrumento de recolección de datos

Questionario

1 2 3 4 5

Dimensión 1: Innovación de procesos

1. ¿La automatización de procesos ha permitido una ejecución más rápida de las tareas en la organización de eventos?
2. ¿La eficiencia de los procesos tecnológicos ha contribuido a mejorar la calidad de los eventos organizados?
3. ¿El uso de tecnologías ha optimizado el tiempo de respuesta a las demandas de los clientes durante los eventos?
4. ¿Los procesos manuales en la organización de eventos han disminuido tras la adopción de tecnologías automatizadas?
5. ¿La eficiencia de los procesos tecnológicos ha contribuido a mejorar la calidad de los eventos organizados?
6. ¿Los procesos tecnológicos adoptados han mejorado la gestión del riesgo durante los eventos?
7. ¿La adopción de procesos tecnológicos ha incrementado la capacidad de gestionar múltiples eventos simultáneamente?

Dimensión 2: Plataformas digitales

1 2 3 4 5

8. "¿Qué tan frecuentemente se utilizan plataformas digitales para la organización de eventos híbridos o virtuales?"
9. ¿El uso de plataformas digitales ha mejorado la interacción y participación de los asistentes en los eventos?
10. ¿Las plataformas digitales utilizadas en los eventos son fáciles de usar y accesibles para los participantes?
11. ¿Las plataformas digitales han permitido una mayor cobertura y asistencia en los eventos organizados?
12. ¿Las plataformas digitales han permitido una gestión eficiente del registro y control de asistencia en los eventos?
13. ¿Las plataformas digitales utilizadas permiten un acceso seguro y confiable a la información del evento?
14. ¿Las plataformas digitales han facilitado la transmisión en vivo de los eventos para un mayor alcance?

Dimensión 3: Estrategias de vanguardia

1 2 3 4 5

15. ¿La organización de eventos con tecnologías emergentes ha permitido captar a un público más amplio?

16. ¿El uso de herramientas innovadoras ha aumentado la fidelización de los clientes en los eventos organizados?

17. ¿La aplicación de tecnologías de vanguardia ha permitido crear nuevas formas de participación en los eventos?

18. ¿El uso de tecnologías innovadoras ha generado nuevas oportunidades de negocio en la organización de eventos?

19. ¿Las nuevas tecnologías han mejorado la calidad general de los eventos organizados?

20. ¿La organización ha adoptado tecnologías emergentes (como IA, realidad aumentada) en sus eventos?

21. ¿La organización de eventos con tecnologías emergentes ha permitido captar a un público más amplio?

Dimensión 4: Experiencia del usuario

1 2 3 4 5

22. ¿Consideras que los clientes han estado satisfechos con los eventos organizados durante la pandemia?

23. ¿La atención a las consultas a través de canales digitales fue eficiente durante los eventos?

24. ¿Los comentarios de los clientes sobre la experiencia del evento han sido mayormente positivos?

25. ¿Crees que los eventos realizados durante la pandemia han cumplido con las expectativas de los clientes?

26. ¿La empresa ha respondido de manera rápida y eficiente a las consultas o problemas de los usuarios a través de canales digitales?

27. ¿El uso de canales digitales ha mejorado la interacción con los clientes durante los eventos?

Dimensión 5: Estructura Organizacional

1 2 3 4 5

28. ¿Consideras que la estructura organizacional se ha adaptado correctamente a las nuevas tecnologías implementadas?

29. ¿La estructura de la empresa ha sido lo suficientemente flexible para permitir la adopción de nuevas tecnologías en la organización de eventos?

30. La estructura organizacional ha permitido un enfoque centrado en el cliente gracias a las nuevas tecnologías?

31. ¿La empresa ha tenido un liderazgo efectivo en la transición hacia la digitalización de sus procesos?

32. ¿La estructura de la empresa ha facilitado la gestión eficiente de los eventos a través de las tecnologías adoptadas?

33. ¿Crees que la estructura organizacional ha permitido una implementación rápida de nuevas tecnologías en la planificación de los eventos?

Dimensión 6: Planificación de actividades

34. ¿Se han realizado suficientes actividades en formatos híbridos para atender a diferentes públicos?

35. ¿Crees que la estructura organizacional ha permitido una implementación rápida de nuevas tecnologías en la planificación de los eventos?

36. ¿La colaboración entre los diferentes equipos de trabajo ha sido adecuada durante la planificación de eventos?

37. ¿La empresa ha adoptado correctamente formatos híbridos en la planificación de sus eventos?

38. ¿Consideras que la planificación de actividades en formato híbrido ha mejorado la accesibilidad de los eventos?

39. ¿El uso de nuevas tecnologías ha permitido una planificación más eficiente de las actividades durante los eventos?
