



Universidad Católica Andrés Bello  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social  
Comunicaciones Corporativas  
Trabajo Final de Concentración

## **IMPACTO DEL COVID-19 EN LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS DE UNA *WEDDING PLANNER***

**Alumnos:**

**Valerie Sofia Castillo Etchart**

**Marisela Del Carmen Jiménez Páez**

**Tutor:**

**Genevieve Saint-Surin**

Caracas, agosto de 2022

## DEDICATORIA

Agradecerle a Dios, por haberme ayudado a tener las fuerzas necesarias para afrontar este camino lleno de tanto estrés y obstáculos, logrando así superarlo con éxito y dar lo mejor de mi en cada momento.

A Simón Jiménez y Maribel Páez, mis padres, que se encargaron de brindarme la mejor educación, que me llevó a ser quien soy hoy en día. Por su apoyo incondicional, su amor y su comprensión en los momentos más difíciles. Por ser mi soporte, mi motivación y mi razón de vivir.

A mis hermanos, por ser los mejores y por siempre estar presentes para mí en todos los momentos.

A Valerie Castillo, mi compañera de tesis y de vida. Por ser mi hermana desde que nacimos, por ser la persona más incondicional, por estar ahí y apoyarme en los buenos y en los malos momentos.

A todos mis entrenadores en Crossfit 58 por ayudarme todos los días a manejar el estrés y mantener mi salud mental y física.

A mis amigos por ser mis consejeros y mi distracción cada vez que necesitaba despejarme.

A Mila, mi mascota, por ser mi apoyo emocional todos los días.

**Marisela Jiménez.**

Quiero agradecerle a Dios por guiarme en todo el proceso y por llenarme de paciencia y fuerza para no rendirme y continuar dando siempre lo mejor de mí.

A mis papás, Denisse Etchart y Jorge Castillo que me mantuvieron firme y motivada durante todo el proceso, por apoyarme en todo momento y soportar mis tiempos de estrés y momentos de ansiedad.

A mis hermanos, Daniel Castillo y Jessica Castillo que fueron mi motor para lograrlo, mi mayor ejemplo durante todo el proceso y por enseñarme todo lo que sé.

A mi novio, Carlos Folache que no me permitió tirar la toalla, alentándome a seguir adelante, estar constantemente pendiente y ayudarme en todo el proceso, por ser mi complemento perfecto y no dejar que el estrés me consumiera.

A mi cuñada María Corina Folache por siempre motivarme a continuar, darme ideas y estar pendiente de mí, procurando que no esté pasando por ninguna etapa de estrés.

Al campamento Mi Guarimba, porque me apoyaron durante el proceso final y vivieron conmigo mi estrés, entendiendo mis faltas a las pre temporadas y dándome ánimos para seguir y no rendirme.

A Marisela Jiménez, mi compañera de tesis otra vez y amiga de toda la vida, para seguir sumando logros y metas juntas.

Nala, esto también te lo debo a ti por acompañarme todas las noches y horas de sueño que me quitó este trabajo.

**Valerie Castillo.**

## AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a nuestros padres por ser parte de cada paso que hemos dado a lo largo de nuestra vida y ahora en este momento tan especial e importante en nuestra culminación de la etapa académica universitaria, por ser nuestro motor y apoyarnos en todo lo que necesitamos.

A nuestra profesora Danielle Parodi, por brindarnos su tiempo y ayudarnos a finalizar nuestro Trabajo Final de Concentración, sus recomendaciones y asesoramiento fue muy valioso y enriquecedor para esta investigación.

A nuestra tutora Genevieve Saint-Surin por aguantarnos y ayudarnos durante todo este proceso, por ser nuestra pieza clave en la investigación y por hacer todo lo posible por solucionar todas las urgencias, dudas y problemas que sucedieron a lo largo del semestre, por asumir este reto con nosotras de una investigación totalmente nueva e innovadora.

A todas las *wedding planner* que fueron parte de nuestra investigación, Gabriela Daza, Norianna Salazar, Gabriela Moreira, Mineranger Rosa y Lorena Olivares, sin ellas no hubiese sido posible finalizar este Trabajo Final de Concentración y por darnos minutos de su agenda para que nuestra investigación pudiese avanzar y terminarse a tiempo.

A la UCAB, nuestra casa de estudios que nos ha brindado por 5 años las herramientas para poder lograr esta tesis y crecer cada día como profesionales y este es nuestro último paso para terminar la carrera de Comunicación Social, una experiencia sin igual e inolvidable, a pesar del Covid-19.

**Valerie Castillo y Marisela Jiménez.**

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA</b>	I
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	III
<b>ÍNDICE</b>	IV
<b>ÍNDICE DE TABLAS</b>	VII
<b>RESUMEN</b>	VIII
<b>ABSTRACT</b>	IV
<b>INTRODUCCIÓN</b>	1
<b>CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA</b>	3
1.1 El problema	3
1.2 Objetivos	5
1.2.1 Objetivo general	5
1.2.2 Objetivos específicos	5
1.3 Justificación	5
1.4. Delimitación de la investigación	8
<b>CAPÍTULO II. MARCO REFERENCIAL</b>	11
2.1 Wedding planner y su incidencia a nivel mundial	11
2.2 Habilidades, aptitudes y valores del wedding planner	12
2.3 Historia del wedding planner	14
2.4 Tendencias en organizaciones de bodas	14
2.5 Tipos de bodas	16
2.5.1 Católicas	16
2.5.2 Ortodoxas	17
2.5.3 Judías	17
2.5.4 Gitanas	17
2.5.5 Hindúes	18
2.5.6 Chinas	18
2.5.7 Budistas	19

2.5.8 Árabes	19
2.6 Historia de los eventos	19
2.7 Tendencias en organización de eventos	21
<b>CAPÍTULO III. MARCO TEÓRICO</b>	<b>23</b>
3.1 Antecedentes	23
3.2 Bases teóricas	26
3.2.1 Eventos	26
3.2.2 Producción de eventos	27
3.2.3 Formato virtual	28
3.2.4 Formato presencial	28
3.2.5 Formato híbrido	29
3.2.6 Bodas	29
3.2.7 Novios	29
3.2.8 Wedding planner	30
3.2.9 Covid-19	31
3.2.10 Pandemia	31
3.2.11 Cuarentena	32
3.2.12 Medidas de bioseguridad	32
3.2.13 Tendencias	33
3.2.14 Estrategias	34
3.2.15 Cambios	34
3.2.16 Proveedores	35
<b>CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>36</b>
4.1 Modalidad de investigación	36
4.2 Enfoque y tipo de investigación	36
4.2.1 Tipo de investigación	37
4.3 Diseño de la investigación	38
4.4 Variables de investigación	39

4.4.1 Definición conceptual	39
4.4.2 Categorización de las variables	40
4.5 Unidades de análisis	44
4.6 Técnica e instrumentos de recolección de datos	45
4.7 Validación del instrumento	46
4.8 Procedimiento	47
<b>CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN Y INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS</b>	<b>49</b>
5.1 Presentación de resultados	49
5.2 Interpretación de resultados	76
5.2.1 Analizar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una wedding planner en Caracas, Venezuela.	76
5.2.2 Identificar los factores que afectaron la producción de eventos de la wedding planner durante y después de la cuarentena en Caracas, Venezuela.	77
5.2.3 Describir los resultados de los cambios implementados por la wedding planner para la producción de eventos.	85
5.2.4 Detallar las estrategias aplicadas por la empresa para abordar la producción de los eventos durante y después de la cuarentena.	91
5.2.5 Indagar las nuevas tendencias que surgieron a partir de la pandemia en la producción de bodas.	94
<b>CAPÍTULO VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>98</b>
6.1 Conclusiones	98
6.2 Recomendaciones	102
<b>REFERENCIAS</b>	<b>104</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla N°1.</b> Definición de variables	<b>1</b>
<b>Tabla N°2.</b> Categorización de los datos de wedding planner en cuarentena	<b>2</b>
<b>Tabla N°3.</b> Categorización de los datos de cambios implementados	<b>4</b>
<b>Tabla N°4.</b> Categorización de los datos de tendencias que surgieron	<b>5</b>
<b>Tabla N°5.</b> Matriz descriptora de resultados a partir de la entrevista a expertos en comunicación	III

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general, analizar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner* en la ciudad de Caracas, Venezuela. Es una investigación cualitativa, donde para obtener los resultados, se utilizó la entrevista como instrumento que se aplicó a cinco profesionales en el área de *Event and Wedding Planner* ubicadas a nivel nacional e internacional y realizan bodas en Venezuela. Como resultado se obtuvo que efectivamente tuvieron que implementar nuevas estrategias, surgieron cambios y se identificaron tendencias a partir de la cuarentena, debido a que hubo gran incidencia causando suspensiones de bodas, postergaciones, problemas con proveedores, cambios en los equipos, problemas psicológicos y emocionales, tanto para las profesionales como para los clientes, se utilizaron nuevos formatos y ambientes y se implementaron las medidas de bioseguridad de diferentes maneras. Se logró entender la situación de cada una de las *wedding planner* antes, durante y después de la cuarentena y cómo se reinventaron e implementaron estrategias que les permitieron a los profesionales continuar su trabajo siguiendo nuevos formatos y modalidades que permiten la realización de bodas con los invitados más importantes para los novios, sin perder la emotividad del momento. Se pudo analizar el impacto tanto positivo como negativo del Covid-19 en la producción de bodas, entendiendo que su aparición generó nuevas tendencias que, de ahora en adelante, serán utilizadas por los profesionales que se dediquen a la planificación de eventos. Cada una de las *wedding planner* cumple con las medidas de bioseguridad y las aplican de manera creativa para dar motivación a los invitados de acoplarse a las mismas. La investigación brinda un gran aporte a las empresas involucradas dentro de este gremio, ya que el estudio demuestra que las medidas de bioseguridad pueden ser implementadas correctamente.

**Descriptor:** *wedding planner*, tendencias, producción de bodas, novios, Covid-19, cuarentena, estrategias, cambios.

## ABSTRACT

This research aims to analyze Covid-19's impact on the production of events of a wedding planner in Caracas, Venezuela. It is a qualitative research, which results were obtained with the interview instrument, applied to five professionals in the Event and Wedding Planner business located nationally and internationally that perform weddings in Venezuela. The results show that they had to implement new strategies as a consequence of the changes that arose and the new trends caused by the quarantine, which also increased wedding suspensions, postponements, problems with suppliers, changes in equipment, psychological and emotional problems for the professionals and the clients. Therefore, they implemented new formats and biosafety measures. Moreover, it was possible to understand the situation of each wedding planner before, during and after the quarantine and how they reinvented and implemented different strategies to allow them to continue having guests and avoiding harming the bride and groom's emotional moment. Furthermore, this research analyzes the positive and negative impact of Covid-19 on wedding production, understanding that its appearance generated new trends that, from now on, will be used by professionals dedicated to event planning. Each wedding planner studied complies with the biosecurity measures and applies them in a creative way to motivate the guests to adhere to them. This research is useful for other companies involved in this guild, since it shows how the biosecurity measures can be implemented correctly.

**Keywords:** *wedding planner, trends, wedding production, boyfriends, Covid-19, quarantine, strategies, chan*

## INTRODUCCIÓN

Según Jaramillo, L y Marquina, R (2021, p.4) “la pandemia de la enfermedad por Covid-19 es una enfermedad infecciosa nueva, que puede llegar a presentar manifestaciones clínicas graves, llegando incluso a la muerte” por esto mismo, provocó uno de los desastres biológicos más grandes que se ha vivido en toda la historia de la humanidad tras su aparición, convirtiéndose en “una amenaza para la salud mundial llegando a ser por lejos el brote más grande de neumonía atípica desde la aparición del Síndrome Respiratorio Agudo Severo (SARS) en el año 2003” (Marquina y Jaramillo 2020, p. 4)

Por otro lado, al igual que afectó a la salud, generó una gran caída de los sectores económicos de los países desarrollados y subdesarrollados, trayendo consigo el desempleo masivo y la escasez de los alimentos por la falta de producción.

Se puede decir que uno de los principales rubros laborales que se vio afectado por la misma, fueron las empresas y corporaciones que se dedican a la producción de eventos, debido a que durante un año no se permitía el contacto social de grupos grandes de personas, se exigía el distanciamiento y la cancelación de cualquier tipo de evento sea pequeño o grande.

En ese sentido, esta investigación se plantea como propósito principal entender de qué manera se vio afectado el campo laboral de los *event and wedding planner* tras la aparición del Covid-19, la cuarentena y las restricciones aplicadas por los países a nivel nacional e internacional, entendiendo que muchos de estos profesionales se vieron afectados por un largo período de tiempo.

De acuerdo a esto, se está analizando la manera en la que lograron adaptarse aplicando nuevas estrategias y tendencias que permitieran la producción exitosa de la boda, aplicando las medidas de bioseguridad y manejando efectivamente las limitaciones que se presentaban en el camino. A lo largo de la investigación, se utilizará el término *wedding planner*, ya que es el concepto más

utilizado mundialmente y es el que se quiere posicionar en el rubro de los eventos y el entretenimiento. No obstante, a estos profesionales también se les puede llamar planificador de bodas.

Más allá de organizar una boda, estos profesionales tienen un objetivo claro, ayudar a los novios a tener el día más especial de sus vidas, compartiendo junto a sus seres más queridos, afrontando todos los inconvenientes que puedan presentarse durante la producción de un evento. Son personas que lograron adaptarse a una cuarentena que los agarró desprevenidos, siendo ellos los más afectados, y lograron cumplir con las peticiones de cada una de las parejas con quienes estaban involucrados.

Cada uno de los capítulos que comprenden la investigación, están enfocados en exponer de forma clara el rol que desempeñan estos profesionales en la sociedad, el capítulo uno se encuentra estructurado por el planteamiento del problema, las preguntas de investigación, los objetivos generales y específicos, la justificación y la delimitación de la investigación. Dentro del capítulo dos y tres, se establece el marco referencial, el marco teórico compuesto por los antecedentes y las bases teóricas que sustentan esta investigación. En el capítulo cuatro, se puede visualizar el marco metodológico, en el cual se define la modalidad, el enfoque, el tipo, el diseño y las variables de investigación donde, dentro de ellas, se encuentra la definición conceptual y la categorización de variables.

Luego, dentro del mismo capítulo, se tienen las unidades de análisis, la técnica e instrumentos de recolección de datos, la validación del instrumento y el procedimiento. En el número cinco, se encuentra la presentación de resultados en una matriz y la discusión de resultados. Por último, en el capítulo seis, se presentan las conclusiones y las recomendaciones que se derivaron de la investigación. Dentro de todos estos capítulos, se incluyen las páginas preliminares, en las cuales están los anexos que van al finalizar toda la investigación, donde se está la estructura de las entrevistas, la realización de las mismas y fotos que nos mandaron las *wedding planner*.

# CAPÍTULO I.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### **1.1 El problema**

En marzo de 2020 se anunció el inicio de la pandemia por Covid-19 en Venezuela, la cual provocó muchos cambios en la rutina diaria de las personas. Muchas empresas tuvieron que afrontar diversos cambios a nivel de producción y comercialización de sus productos, sobre todo las empresas o personas que se dedicaban a la planificación de eventos, específicamente de bodas, también conocidos como *wedding planner*. Como comenta Carruyo, citado por Petit (2020), que el Covid-19 les cambió la vida y este tipo de empresas se ha tenido que reinventar en la forma en la que desarrollan los eventos, debido a que, a pesar de la existencia de la pandemia, las parejas jóvenes tomaban la decisión de continuar con la realización de su acto matrimonial.

Es por esto, que se quiere investigar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos, específicamente las bodas, buscando entender las estrategias implementadas, la nueva gestión, metodologías, procesos y nuevas tendencias que se han desarrollado a partir de esta pandemia, de qué manera los afectó, cómo se han desenvuelto y hoy en día, qué hacen para enfrentar esta situación mundial.

Sin embargo, las reuniones de gran cantidad de personas o eventos masivos pueden generar cierta repercusión en la planificación y respuesta del país en el que se está realizando el evento; la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021, párrafo 10) señaló que “esto se debe a que cuando la transmisión se amplía entre un gran número de personas, puede originar un número importante de casos y desbordar rápidamente las capacidades de los sistemas de salud”.

Posterior a la cuarentena, muchos países empezaron a implementar ciertas restricciones con respecto a las reuniones con grandes o medianas cantidades de personas. Por esto mismo, a la hora de realizar un evento, existen diferentes reglas y lineamientos con respecto a las normas de bioseguridad que, al no seguirse correctamente, ponen en riesgo a los invitados y además, no debe llevarse a cabo la celebración a menos que se apliquen de forma estricta las medidas de precaución para prevenir las infecciones que se pueden ocasionar (OMS, 2021).

Este problema afecta directamente a las organizaciones encargadas de la producción de eventos y en este caso a las *wedding planner*, perjudicando la gestión del mismo, involucrando también a la pareja de novios, ya sean jóvenes o adultos, que buscan realizar su ceremonia como siempre lo han soñado y a sus familiares que no pueden asistir en su totalidad por prevención, motivos de salud o cuando el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, anunció la suspensión de vuelos para hacer frente a la amenaza de la pandemia del Covid-19, perjudicando a la asistencia de algunos invitados en ciertos casos (BBC News Mundo, marzo, 2020)

Se quiere analizar el impacto del Covid-19 en la elaboración y gestión de bodas específicamente en Venezuela y a su vez, entender los avances, la evolución, cambios, implementaciones, nuevas tendencias y progresos desde que la cuarentena inició en marzo 2020 hasta la actualidad, para así, poder entender todas las consecuencias que trajo en esta área.

A partir de este problema, surgen algunas interrogantes para la investigación:

1. ¿De qué manera se vio afectada la planificación de eventos matrimoniales?
2. ¿Cuáles fueron los cambios que surgieron en las empresas de *wedding planner* a partir de la situación mundial Covid-19?
3. ¿Qué estrategias utilizaban las empresas planificadoras para llevar a cabo una boda durante la pandemia de Covid-19?

4. ¿Surgieron nuevas tendencias para la producción de bodas a partir de la pandemia?

## **1.2 Objetivos**

### **1.2.1 Objetivo general**

Analizar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner* en Caracas, Venezuela.

### **1.2.2 Objetivos específicos**

1. Identificar los factores que afectaron la producción de eventos de las *wedding planner* durante y después de la cuarentena en Caracas, Venezuela.
2. Describir los resultados de los cambios implementados por las *wedding planner* para la producción de eventos.
3. Detallar las estrategias aplicadas por la empresa para abordar la producción de los eventos durante y después de la cuarentena.
4. Indagar las nuevas tendencias que surgieron a partir de la pandemia en la producción de bodas.

## **1.3 Justificación**

Existen cinco (5) criterios en los cuales se basa la investigación para formar la justificación, como mencionaron Hernández y sus colaboradores, citado por Hernández (2016, p. 101) los cuales “ofrecen una serie de criterios orientados a ponderar el valor potencial de un estudio: conveniencia, relevancia social, implicaciones prácticas, valor teórico y utilidad metodológica.”

Los aportes teóricos tienen incidencia dentro de la investigación, debido a que según Berganza y Ruiz (2005, p. 47) “una investigación constituye un aporte

teórico cuando desde la reflexión y revisión de teorías, de conceptos, de tendencias, el investigador se propone a contribuir el avance de los mismos o aportar algo nuevo". El trabajo a realizar tiene como uno de sus propósitos identificar las nuevas tendencias, cambios y nuevas estrategias de planificación, programación y desarrollo de eventos, específicamente bodas, ya que Ludvigsen, citado por Anco (2020, p. 1) afirmó que el Covid-19 "ha causado un gran impacto social en el contexto de la organización de los eventos" y a raíz de esto se vieron afectados de diferentes maneras.

Resulta oportuno destacar que el valor teórico de esta investigación es el criterio en el que esta investigación se basa y profundiza, ya que se quiere abarcar un tema que previamente no ha sido investigado, para así, poder recomendar a las nuevas empresas y a los que actualmente ya están dentro del mercado para que puedan evolucionar, adaptarse a las nuevas actualizaciones y tendencias globales para potenciar esta área de planificación y gestión de eventos, entendiendo que, puede aplicarse tanto a bodas como a producciones en general.

Este tema tiene relevancia en el ámbito de gestión de eventos y a nivel corporativo según el concepto de Wilson y Sperber (2004, p. 3) "la relevancia es una propiedad que atañe potencialmente no sólo a los enunciados u otros fenómenos perceptibles, sino también a los pensamientos, a los recuerdos y a las conclusiones de las inferencias", debido a que fueron los que se vieron perjudicados al momento de poder llevar a cabo eventos por las restricciones de bioseguridad aplicadas. Esta investigación será útil como referencia y sugerencias para los eventos que tengan previsto producir y planificar a partir de la publicación de esta investigación.

La proyección social, a partir del concepto de Berganza y Ruiz (2005, p. 47) "responde a las demandas de una sociedad determinada, un grupo social, instituciones, o sus resultados previsibles pueden ser de interés para dichas instancias" aplica como justificación de esta investigación, porque sus resultados serán de gran interés y ayuda para los profesionales del área, servirán a nivel

mundial como recomendaciones y referencias más allá de las diferencias culturales, son metodologías y tendencias que se pueden adaptar, ajustar y amoldar a cada tradición dependiendo del país al ser una investigación que va a identificar las soluciones actuales y en una situación que perjudica a todos los países del mundo de alguna manera u otra.

Tiene como importancia el análisis a profundidad de la problemática que existió en la realización de eventos matrimoniales durante la cuarentena y cómo hicieron las *wedding planner* para adaptarse a los cambios que se dieron en el momento con respecto a las medidas de bioseguridad y la limitación de personas que impuso el gobierno de cada país, siendo esta la restricción que mayor cambio generó en la planificación de los mismos, debido a que en la cultura de los latinoamericanos lo común es invitar a una elevada cantidad de invitados a la celebración (Carruyo, citado por Petit, 2020).

Además, el objetivo es ofrecer una mejor visión sobre cómo se manejan en la actualidad las *wedding planner* y cuáles son las nuevas tendencias que aplican luego del levantamiento de la mayoría de las restricciones. Este proyecto se está realizando para aportar a los profesionales que se destacan en esta área, un apoyo adicional de información que les puede servir de ayuda para organizar los eventos con éxito y evitar cualquier tipo de incidente a nivel de salud para los invitados involucrados, así como también brindar a los recién casados un evento en el que se sientan a gusto.

Tomando en cuenta lo anterior, esta investigación trae consigo implicaciones prácticas que, como señalan Berganza y Ruiz (2005, p. 47) esto se da “cuando entre sus objetivos figura la manera en que se pueden resolver aspectos que den soluciones a problemas de las instituciones, actores sociales o individuales presentes en la sociedad” y se relaciona con la pandemia y la manera en que afectó a la planificación, gestión y producción de eventos, específicamente bodas, que a lo largo de la investigación se encontrarán las soluciones y las decisiones que tuvieron que tomar tanto los profesionales independientes como las empresas

encargadas de *wedding planner* para servir de referencia a los demás especialistas en esta área.

Se quiere indagar en este tema para entender si surgieron nuevas tendencias y cuál es la nueva modalidad actual, poscuarentena, de producción de eventos y al mismo tiempo Doherty, citado por Anco (2020, p.1) en su investigación planteó que “el COVID-19 ha cambiado fundamentalmente la forma cómo funciona la organización de eventos”, por lo que se quiere entender y analizar cómo enfrentaron los diferentes obstáculos que la pandemia trajo consigo, de qué manera se reinventaron en la época más estricta, las nuevas metodologías y cómo llegaron a estas para seguir celebrando y dejando en alto la unión en matrimonio de dos personas.

Asimismo, Doherty, citado por Anco (2020, p.1) aclaró que “se debe adoptar un enfoque más innovador y emprendedor con el fin de recuperar, reconstruir y reinventar el desarrollo de los actos” dando sentido al propósito de esta investigación y al interés que las investigadoras tienen de aportar nuevas tendencias adaptadas a la realidad que actualmente se vive a nivel mundial con relación a la producción, planificación y gestión de eventos.

La información que se recopile tendrá relevancia para todos los profesionales independientes y empresas que trabajen en el área de la planificación de eventos matrimoniales, específicamente en Venezuela, ya que los investigados serán aquellos que realicen y ejerzan en el país, utilizando como referencia sus experiencias. Así mismo, la investigación podrá ser de utilidad para cualquier país del mundo, debido a que no es excluyente y las nuevas tendencias y modalidades pueden adaptarse o utilizarse como inspiración.

#### **1.4. Delimitación de la investigación**

Es importante destacar lo que se entiende por delimitación, Ortiz (2006, p. 534) la define como:

Se refiere en primer lugar a la descripción general de las características del contexto donde se desarrollará el estudio, pudiendo ser, por ejemplo, una organización, una dependencia, un grupo social específico, una comunidad o un barrio o vecindario determinado. En segundo, a la especificación de la delimitación temporal del estudio, refiriéndonos al período durante el cual el mismo se desarrollará.

En nuestra investigación el espacio corresponde a la zona de Caracas en Venezuela, en un tiempo de dos (2) meses, desde mayo hasta julio del 2022, que nos permita recolectar los datos suficientes para luego continuar con el análisis de los mismos.

El problema que se plantea en la investigación es conocer la manera en la que las *wedding planner* a raíz de la cuarentena por Covid-19, lograron adaptarse a la situación mundial y continuaron organizando eventos matrimoniales a pesar de las restricciones que existían en ese momento. Así como también, se quiere indagar la manera en que realizan dichos eventos en la actualidad y entender las nuevas tendencias mundiales que han adquirido a la hora de planificar el evento de manera exitosa cumpliendo las exigencias de cada pareja y adaptándose a la situación mundial.

Se analizarán las tendencias mundiales, ya que esto va a servir de referencia y como inspiración para las *wedding planner* que lleven a cabo sus proyectos en Venezuela. Se quiere expandir la búsqueda, debido a que se debe conocer el mercado y entender qué está ocurriendo, tomando en cuenta que en Venezuela no se ha hecho previamente este estudio. Al surgir en otro país, independientemente de la cultura, tradición o restricciones, son visiones diferentes que se pueden adaptar y funcionar en cualquier otro, para confirmar si funciona y es viable.

Para obtener los resultados en la presente investigación, se realizará una entrevista a un grupo seleccionado de *wedding planner* por separado que trabajen en proyectos internacionales y en Venezuela, permitiendo comparar resultados sobre las nuevas tendencias, modalidades y manera en que los perjudicó la

pandemia, para luego analizarlos y observar las diferentes maneras en las que se desenvuelven en el campo laboral de eventos y comparar con el durante y después de la cuarentena por Covid-19.

## **CAPÍTULO II.**

### **MARCO REFERENCIAL**

Antes de realizar una investigación teórica profunda acerca de las *wedding planner*, se deben tener en consideración todos los aspectos importantes que engloban el concepto y todo lo que lo rodea y es por esto que se realiza un marco referencial.

#### ***2.1 Wedding planner y su incidencia a nivel mundial***

El *wedding planner* según Nicuesa, citado Reátegui y Torres (2017, p.7) “es un organizador de bodas que gracias a su conocimiento y experiencia colabora con un amplio número de proveedores para crear una boda que se ajuste no solo al gusto de la pareja protagonista sino también al presupuesto”.

Nacen prácticamente de una necesidad mundial, aunque es una profesión a la cual se le dió nombre hace pocos años, ha tenido un gran crecimiento a lo largo del tiempo, debido a que existe una alta demanda por parte de las parejas que buscan casarse y la facilidad que les da a ellos tener un profesional de este tipo para lograr agilizar el proceso y ayudar en todo lo que vendría a ser la organización de la misma, en cuestión de degustación de platos, alquiler del lugar, decoración, entre otros, así lo comenta Olivares (comunicación personal, mayo, 2022).

A partir de esta necesidad, las personas que están próximas a casarse buscan contratar a un *wedding planner*, ya que los mismos tienen la posibilidad de hacer seguimientos, liderar el proceso de organización y buscar resolver las problemáticas típicas que acontecen antes y durante el evento. Además, se logra evitar todo el estrés que puede ocasionar la elaboración y el montaje del evento

matrimonial, haciendo de este un día inolvidable en el que la pareja disfruta con sus amigos. (Reátegui y Torres, 2017)

El negocio es rentable a nivel mundial, según Olivares (comunicación personal, mayo, 2022) ser *wedding planner* genera más ingresos de lo que las personas se imaginan, gracias a la demanda que ha surgido en los últimos años de parte de los novios para celebrar su unión a lo grande. Todo depende de los tipos de clientes que se tengan, existen diferentes targets los cuales se ajustan según su presupuesto, hay parejas que cuentan con uno más elevado y otras que simplemente se adaptan a una cantidad de dinero estimado y con base a eso, se realizan las opciones que se pueden realizar con la misma. (Olivares, comunicación personal, mayo, 2022).

Además, a nivel profesional existen posibilidades de ejercer en otros países, debido a que se pueden organizar eventos independientemente de la preferencia de zona que tenga el cliente para el mismo, en el caso de Olivares (comunicación personal, mayo, 2022) ha realizado eventos a nivel nacional e internacional en países como Aruba y Chile, y actualmente está en curso una celebración en el año 2023 en Cancún.

Olivares, (comunicación personal, mayo, 2022) comenta que:

La pospandemia aumentó la realización de bodas. Las parejas empezaron a darle más valor a la familia, al matrimonio, al aprovechar el momento, de formalizar, de disfrutar, de vivir y de celebrar, es un sentimiento que nace después de la cuarentena en las parejas que quieren casarse.

Así como también “en estos momentos por la cantidad de gente volviendo a Venezuela, pues la demanda ha subido a gran escala” (Olivares, comunicación personal, mayo, 2022) y las personas que no pudieron realizar sus bodas por la pandemia, están retomando la planificación de las mismas.

## **2.2 Habilidades, aptitudes y valores del wedding planner**

Como toda profesión, *las wedding planner* cuentan con múltiples habilidades y aptitudes que deben desarrollar a lo largo de su trayectoria y a la hora de realizar la celebración de cualquier cliente. Tal como lo expresa Reátegui y Torres (2017, p.9 y 10) “son personas creativas y dinámicas, que mediante la experiencia orientan al cliente a elegir entre las mejores opciones. Por lo tanto, el productor profesional, como muchos lo denominan, debe saber comunicar, ser creativo, ser buen vendedor, realizador y director.”

Ninguno pretende modificar o imponer ideas o situaciones, en todo caso buscan indagar en los gustos de los clientes para que el evento sea de su agrado, así como también, trabajan a mano con su equipo para conseguir todo lo que se les pide, manejando armonía a través de las relaciones que establecen con el cliente, el equipo de trabajo y sus proveedores para lograr los objetivos planteados desde el inicio (Reátegui y Torres, 2017).

Las aptitudes y habilidades principales de un *wedding planner* son saber escuchar al cliente, saber preguntar, mantener la creatividad con criterios, ser metodológico en la planificación y en el desarrollo, y es por esto que se espera que el evento se pueda sobrellevar de manera exitosa. (Lagna, citado por Reátegui y Torres, 2017).

Los valores principales para un profesional de esta gama son:

“La responsabilidad, que es prioritaria para la elaboración del evento; le sigue en importancia el compromiso, entendiéndolo como el cumplimiento de todo lo pactado con las distintas personas con las que se debe tratar, (proveedores, clientes, etc.); por último, la honestidad y humildad se agregan a la lista de valores necesarios en un productor de eventos.” (Reátegui y Torres, 2017, p. 9 y 10)

De acuerdo con lo anterior, la toma de decisión viene siendo relevante a para este tipo de profesionales, ya que Lagna, citado por Reátegui y Torres, (2017):

La toma de decisión, este es el inicio del que parte todo *wedding planner*, ya que es aquí de donde parte la aventura de la vida de los novios, teniendo como guía a su planeador de boda, resultando en algo fabuloso e inolvidable partiendo de lo que los novios deseen como servicio a escoger. Un planeador profesional es un compañero para el gran día, está capacitada para solucionar todos los problemas que se presenten durante la organización y desarrollo el mismo día del evento. Sus responsabilidades son la de investigación y análisis de proveedores, la preproducción, la producción y la posproducción. (p. 9)

### **2.3 Historia del wedding planner**

El término *wedding planner* según Méndez, citado por Reátegui y Torres (2017):

Surge en un auge de estos últimos años en los Estados Unidos, donde el organizador de bodas toma un papel fundamental dentro del mercado norteamericano. Una de las propulsoras fue Martha Stewars, el ama de casa más conocida en estos tiempos. Ella fue una de las primeras en cuanto implementación de nuevos métodos para la cocina y organización de bodas, se posiciona lanzando un *magazine* con *tips* y *secretos* para las futuras parejas a la hora de organizar sus bodas, comparte conocimientos y además datos específicos, pudiendo contratar los servicios que brinda para poder realizar el casamiento con la firma y detalles genuinos de su marca, Martha Stewars *Wedding*. (p. 6)

### **2.4 Tendencias en organizaciones de bodas**

Dentro de las tendencias en la organización de bodas, entra lo que sería la decoración sustentable, para López (2018):

A pesar de que la tecnología cada vez gana más adeptos en todos los ámbitos, lo natural se ha puesto de moda en los últimos años. Cada vez es mayor el número de personas que toman conciencia de lo ecológico y de los problemas medioambientales actuales y esto es algo que también se observa en la decoración de las bodas. (p.35)

Según López (2018) los expertos en materia, comentan que la conciencia ecológica no se trata de una moda, sino de una actitud. Hay varios aspectos en los cuales esto se ve reflejado, como lo es el diseño de las invitaciones con papel reciclado, la utilización de elementos naturales como la madera, paja y flores. Su uso se ha incrementado, las bodas ambientadas en la naturaleza entran en lo moderno, las flores son un elemento decorativo que da sensación de frescura en el entorno de la ceremonia. Los colores temáticos, pueden ser la clave para conseguir un efecto visual espectacular en la decoración, ya que cada color expresa una emoción distinta, los colores violeta van a resaltar pero los neutros van a tomar protagonismo al mismo tiempo.

La pizarramanía va a ser una tendencia que se va a mantener, la utilización de pizarras en el *photocall* y para indicar a los invitados dónde deben sentarse, al igual que el menú, es una manera original de mantener a los mismos informados de todo el desarrollo de la boda. Además, el uso de las piedras es un elemento natural que ayuda a darle originalidad a la decoración. (López, 2018)

Por otro lado, el maquillaje y el peinado de la novia ha cambiado, actualmente se aspira a algo más natural, López (2018) menciona que:

Las espaldas al aire, escotadas o transparentes son una de las tendencias que predominará en los vestidos de novia. También tendrán protagonismo las faldas con mucho vuelo y de tul y los hombros al aire, estilo boho. El velo está dejando paso a las capas con detalles de encaje y pedrería y a los velos-manga, que sustituyen a los tradicionales. También algunos grandes diseñadores como Cherubina quieren que las novias dejen a un lado el

vestido tradicional para dar paso al de dos piezas o al pantalón y lo han dejado reflejado en sus desfiles. (p. 37)

Los *wedding planner* son una nueva tendencia, López (2018):

Las parejas que optan por la contratación de una *wedding planner* que se encargue de toda la organización de la ceremonia, especialmente en casos en los cuales los contrayentes no dispongan de tiempo para organizar la ceremonia por diversos motivos o simplemente, dispongan de un nivel adquisitivo que les permita contratar a un especialista. También han aparecido diversas páginas especializadas en la creación de una página web o una aplicación para la boda. (p.38)

## **2.5 Tipos de bodas**

Coontz, citado por López (2018) señala que:

El mundo de las bodas se encuentra rodeado de cantidad de costumbres y simbolismos que al tiempo que se conservan, se van actualizando con el paso de los años. Muchas de las prácticas que hoy en día se siguen realizando en las bodas provienen de culturas muy diferentes. (p. 26)

Por esto, se desglosarán los diferentes tipos de boda que pueden surgir.

### **2.5.1 Católicas**

Las bodas católicas tienen lugar en una iglesia puesto que para los católicos forma parte de los sacramentos, siendo esto razón de que se realice en una misa dirigida por un sacerdote, siendo los protagonistas el hombre y la mujer que cumplen rol de novios quienes realizan el sacramento del matrimonio (López, 2018). Al mismo tiempo, Sánchez, citado por López (2018, p. 27) señala que “toda boda católica comienza con una petición de mano en la cual las familias de los

novios se conocen, suele realizarse unos meses antes de casarse y la organizan los padres de la novia.”

### **2.5.2 Ortodoxas**

Las bodas ortodoxas se refieren a las ceremonias donde “el sacerdote se viste con la vestimenta correspondiente a los ministros de la iglesia ortodoxa, que llaman la atención por su riqueza ornamental y prepara la ofrenda.” (Sánchez, citado por López, 2018, p. 28)

### **2.5.3 Judías**

Las bodas judías se caracterizan por los ritos de purificación que realizan los novios días cercanos a la boda (López, 2018) donde, según sus normativas, Díaz-Mas, citado por López (2018) aclara que “no puede celebrarse si no han pasado siete días desde el último periodo de la mujer porque durante el mismo, según la cultura, están prohibidas las relaciones sexuales.”

Los judíos no acostumbran celebrar las bodas en la sinagoga sino en casa de la familia del novio, teniendo como encargado de casarlos un rabino y dentro de las bendiciones sefardíes, el novio rompe con el pie una copa envuelta en un pañuelo simbolizando la virginidad de la mujer. (López, 2018)

### **2.5.4 Gitanas**

Torres, citado por López (2018), señala y detalla un aspecto que diferencia las bodas gitanas del resto:

Duran tres días. Durante el primero se realiza la prueba del pañuelo a la novia para comprobar su virginidad, en el segundo se celebra la boda y el banquete en el cual la novia baila sobre los brazos del novio mientras los

invitados hombres ofrecen billetes a la pareja. En el tercer día se vuelve a celebrar un banquete al que denominan fiesta de la sardina y en el cual participa toda la comunidad gitana. (p. 29)

### **2.5.5 Hindúes**

Sánchez, citado por López (2018) señala que los hindúes llenan de colores sus bodas y tienen rituales que simbolizan la unión de las dos familias, entre ellos encontramos que los padres de la novia son los encargados de decidir la pareja de su hija, el matrimonio por amor no es autorizado por la religión, las novias se visten de rojo, el novio en algodón con bordados y el brahmán es el encargado de oficializar la ceremonia.

Es importante resaltar que los rituales no son únicamente para los novios, como señala Sánchez, citado por López (2018):

Todos los hombres el día antes a la boda y acompañados de su familia y amigos, deben realizar el ritual “Barat”, un paseo a caballo hasta la casa de su futura esposa, lo cual simboliza el respeto y la futura unión entre ambas familias (p. 29 y 30)

Para luego, prender en fuego un contenedor donde los novios realizan sus promesas, intercambian guirnaldas de flores y reciben lluvia de arroz como símbolo de prosperidad. (Sánchez, citado por López, 2018)

### **2.5.6 Chinas**

Los chinos tienen costumbres al momento de realizar la boda como lo son, según Sánchez, citado por López (2018):

La familia del novio lleve a casa de la prometida cajas de color rojo que contienen “*milk money*” o que la novia realice la llamada “despedida” donde

se reúne con sus amigas para llorar por la pérdida de su familia y amigos al dejar la casa familiar. (p.30)

López (2018) estos suelen realizar sus bodas en torno al color rojo puesto que lo asocian con la suerte, abarcando de este tono todos los detalles, regalos, adornos y vestimenta de la celebración, tanto por parte de los novios como por parte de los invitados.

### **2.5.7 Budistas**

López (2019) hace referencia a que los budistas celebran la bendición de la pareja en torno a un marco espiritual, dirigido por monjes que previamente leyeron las cartas astrales de la pareja y le ofrecen comida al dios Buda y a los monjes y para finalizar, se llenan de polen y agua sagrada los novios.

### **2.5.8 Árabes**

Como en otras culturas, según López (2018) la árabe ve el matrimonio como la unión entre dos familias, que predomina más que la unión de la pareja como tal. La celebración dura de tres a siete días, de los cuales tres los utilizan para que las féminas de la familia cubran a la novia las manos y los pies con tatuajes de henna que representan el amor, la prosperidad y la fertilidad. Las fiestas son coloridas, abunda la comida típica y los dulces.

## **2.6 Historia de los eventos**

Los eventos según Morrow, citado por López (2018, p.11) “nacieron de la necesidad que tenemos de reunirnos con gente semejante a nosotros y de pertenecer a algún colectivo”. El desarrollo de los eventos en la época contemporánea tiene como fecha el año 1851, en la Revolución Industrial, en el momento en el que Inglaterra necesitaba demostrar al mundo el potencial que

tenían como país, para lograr adueñarse de los nuevos mercados que se estaban construyendo en el momento. El príncipe Alberto, esposo de la Reina Victoria, tuvo la idea de celebrar una exposición universal para mostrarle al mundo los nuevos inventos y avances en el ámbito industrial, la misma fue celebrada en Cristal Palace y es considerado el primer evento de la historia. (Morrow, citado por López, 2018)

Seguido a esto, dos años más tarde, según lo explicado por Morrow, citado por López (2018):

Se quiso organizar otra edición en Nueva York, pero fracasó, por lo que hasta 1889 no se inauguró la segunda exposición universal de la historia. Tuvo lugar en París y a la Torre Eiffel como elemento de atracción principal, aunque en un primer momento sufrió un enorme rechazo social y pocos defendían el proyecto. Se acordó que sería desmontada al año siguiente de su construcción, pero el ejército francés descubrió que era un lugar privilegiado para colocar antenas y equipos de radio y por ello la conservaron. Hoy es un símbolo indiscutible de Francia y especialmente de los parisinos. (p.11)

Estas dos exposiciones han sido consideradas los antecedentes de lo que sería la organización de eventos actualmente. Se puede afirmar que la organización de eventos nace de la búsqueda, por parte de las empresas, de herramientas que ayuden a comunicar con el público (Morrow, citado por López, 2018). Terminando los años 90, según Torrents, citado por López (2018) afirma que muy pocas empresas lo usaban con el mismo objetivo, pero con el paso del tiempo empezaron a incorporar en las estrategias de relaciones públicas y hoy en día son indispensables en la comunicación de las mismas.

Actualmente, según Morrow, citado por López (2018), la organización de eventos:

Ha estado formada siempre por un triángulo en cuyos vértices se situaban la comunicación, la seguridad y el protocolo. En los últimos años este triángulo ha dado paso a un cuadrado con un nuevo e importante punto: la

creatividad. Se deben conjugar estos cuatro vértices a la hora de organizar un acto para conciliar y afrontar las exigencias de todas las vertientes. Cada vez son más las empresas que optan por realizar eventos por los innumerables beneficios que estos aportan. (p.21)

## **2.7 Tendencias en organización de eventos**

En España todos los años se celebran miles de eventos y la industria se ha visto en la obligación de explotar la creatividad para encontrar nuevas técnicas para destacar por encima de la competencia. Gracias a esto, se han involucrado nuevas tendencias en la organización de eventos como lo son la actualización de las redes sociales, debido a que hoy en día forman parte del día a día de las personas y es utilizada como una herramienta con gran poder para lograr promocionar los actos. (Morrow, citado por López, 2018)

Según Continente (2022) una de las tendencias que está retomando auge es los humos y neones en la decoración de las fiestas, así como lo afirma Iglesias, citado por Continente (2022, párrafo 3) “vamos a ver neones, humos, luces, láseres, fluorescentes y mucha imaginación alrededor de DJs y grupos musicales.”

Según Iglesias, citada por Continente (2022, párrafo 4) existirá una mezcla de mesas y de novios que rompan el protocolo: “redondas, largas, cuadradas... Veremos mesas mezcladas con la intención de romper con lo establecido y adaptar el espacio a los deseos de cada pareja.”

Con respecto a los espacios, serán versátiles con la capacidad de que se adapten a todos los invitados, como lo explica Continente (2022, párrafo 5) “otra de las cosas que parece tener los días contados es la idea de los banquetes eternos y menús de múltiples pasos”. Se debe pensar en espacios que satisfagan las necesidades de los invitados de querer sentarse, apoyar las copas o los cambios de grupos, así como también los espacios *chill out* ubicados en los rincones, con buena iluminación y música. (Continente, 2022)

El uso de la artesanía, es la gran tendencia en cuestión de decoración, Iglesias, citada por Continente (2022) resalta que la artesanía se ha posicionado en el centro de las tendencias, es una manera de reivindicar la tradición y las celebraciones nupciales, por esto mismo cobrarán importancia los papeles de algodón y caligrafías en el terreno de la papelería.

## CAPÍTULO III

### MARCO TEÓRICO

A continuación, se presentan los fundamentos en los cuales se basa la investigación, utilizados para argumentar los temas que se presentan durante el desarrollo y la metodología del estudio. A pesar de que no existen a nivel nacional, se realizó una investigación profunda a nivel internacional, donde se pudo hacer un análisis abarcando los datos más relevantes.

#### **3.1 Antecedentes**

Para la investigación, se consultó un total de tres estudios tanto en diferentes centros de investigación, como en páginas web que sirvieron de apoyo a nivel de documentación verificada, que aportan conocimientos en el área de planificación de eventos matrimoniales, planes estratégicos y se enfocan en los cambios ocasionados por la pandemia de Covid-19, titulados *Manual de prevención contra el Covid-19 en bodas boutique* por Bencosme (2020), *Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post Covid-19* por Bermudez y Reinoso (2021) y *El amor en tiempos del Covid-19: un estudio de caso de las complejas leyes que rigen las bodas* por Probert y Pywell (2021).

A pesar de que no existe variedad de antecedentes relacionados específicamente con las nuevas tendencias que surgieron a partir de la pandemia en empresas de planificación y gestión de bodas, se identificaron algunas publicaciones y trabajos de investigación internacionales más no nacionales que abordan este tema.

Dentro de los antecedentes internacionales se encontró la investigación “*Manual de prevención contra el Covid-19 en Bodas Boutique*” (Bencosme, 2020)

realizada en el en la Universidad Iberoamericana ubicada en Santo Domingo, con el objetivo de crear un manual de prevención contra el Covid-19 para las bodas *boutique*, cumpliendo todos los requerimientos adecuados para la prevención y una buena gestión del control de la higiene y salud dentro de los eventos. Las medidas son desarrolladas por profesionales en el área de bodas y se toman en el evento para preservar el bienestar de la empresa y los clientes.

Los temas tratados son las medidas y los protocolos de higiene antes, durante y después de las bodas. La intención del manual es crear conciencia entre los empleados y los invitados de usar tapabocas y mantener el distanciamiento social y a la hora de elegir proveedores, se debe realizar un proceso de elección para lograr tener la mejor calidad. Este manual otorgó herramientas como la ficha de las empresas o institutos que imparten una certificación sobre el protocolo de prevención contra el Covid-19, creando conciencia entre los empleados e invitados al usar mascarillas y mantener la distancia.

Como aporte a esta investigación, este trabajo ofrece una visión clara de las medidas de bioseguridad que se deben implementar a la hora de la realización de una boda, lo que nos permite entender cuáles son las medidas que como *wedding planner* deben desarrollar para cuidar de la salud y bienestar de los clientes e invitados.

Por otra parte, se desarrolló la investigación titulada “*Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post Covid-19*” (Bermúdez y Reinoso, 2021), realizada en la ciudad de Guayaquil ubicada en Ecuador, cuyo interés gira en torno a un análisis que realizaron de la empresa MENBERMU S.A, la cual está dedicada a la organización de bodas, con el objetivo de evaluar la reactivación en el mercado de eventos pospandemia de Covid-19.

La investigación culmina con la elaboración de un plan estratégico para la continuación de la realización de eventos, pero como primer paso metodológico, elaboraron una revisión literaria para la elaboración del plan. Para la recolección de datos realizaron un estudio de mercado, mediante la aplicación de encuestas y

entrevistas, agarrando como objeto de estudio a la empresa encargada de la organización de eventos. Los involucrados fueron la propietaria, la organizadora de eventos, clientes que se vieron en la necesidad de postergar su boda y los invitados a eventos sociales.

La información les sirvió para crear las estrategias en función a las nuevas exigencias en los grupos interesados. Finalmente, para la elaboración del plan realizaron un análisis profundo de la situación interna para observar las fortalezas y debilidades, aplicando el modelo de las cinco fuerzas de Porter, el FODA y el análisis PEST para establecer las estrategias y cumplir los objetivos.

Esta investigación tuvo como aporte propuestas de estrategias para reactivar el rubro de planificación y gestión de eventos matrimoniales, adaptadas a la nueva realidad que se vive mundialmente a partir del Covid-19 para que se puedan aplicar y así dar continuidad a la celebración consciente y segura de los novios.

Otro antecedente que contribuye con el trabajo, es la investigación realizada por Rebeca Probert y Stephanie Pywell (2021), titulada "*El amor en tiempos del Covid-19: un estudio de caso de las complejas leyes que rigen las bodas*", con el objetivo de investigar cómo las bodas se vieron afectadas por la pandemia de Covid-19 durante todo el año 2020. Explica que en el período de confinamiento se podían celebrar pocas bodas, incluso hasta el momento en el que existían restricciones sobre cómo era el formato para poder celebrarlas.

Tomando en cuenta lo mencionado, para realizar el trabajo se comenzó elaborando una encuesta entre los novios que tenían planeado casarse en Inglaterra y Gales, cuyos planes se vieron afectados por la cuarentena. Recibieron un total de 1.449 respuestas, las cuales demostraron la facilidad y la rapidez con la que las parejas habían podido casarse y si habían logrado llegar a ese momento, tomando en cuenta las restricciones nacionales vigentes y la ruta elegida hacia el matrimonio.

En la investigación, las restricciones a la celebración de actos matrimoniales revelaron hasta qué punto las parejas valoraban casarse, en lugar de celebrar una boda. Tenía como objetivo, comprender tanto la dimensión social como la legal de las bodas, para analizar la importancia sobre cómo debe cambiar la ley en el futuro, no solo para hacer frente a las crisis similares a las del Covid-19, sino para poder garantizar que la misma sea adecuada para su propósito en el siglo XX.

El aporte de esta investigación radica en lo emocional, ayuda a entender los aspectos más allá de la realización de la boda, entendiendo el amor como el factor más importante entre la pareja, más allá de un evento grande y exclusivo. Les permite entender a los profesionales la dimensión social que manejan con sus clientes. Además, ayuda a fomentar la creación de leyes que permitan gestionar de mejor manera la producción de bodas, sin dejar de lado el propósito principal por el cual las parejas se unen.

## **3.2 Bases teóricas**

### **3.2.1 Eventos**

Los eventos son conocidos como actos cuyo objetivo es la difusión de mensajes tanto de organizaciones como institucionales a través de actividades como reuniones, conferencias, lanzamientos, entre otras (Jiménez-Morales y Panizo, 2017). Distinguiéndose por ser públicos o privados, con mayor o menor cantidad de personas y siendo grandes acontecimientos sociales (Gómez, 2016, p. 27).

Al mismo tiempo, Getz, citado por Jiménez-Morales y Panizo (2017) señala que la particularidad de cada evento se enfoca en la creatividad, el lugar seleccionado, los asistentes, la producción y otros elementos, siendo esto, lo que lo caracteriza a cada evento, por lo que, Getz, citado por García (2013) también señala que:

Un evento planeado no surge espontáneamente, como su nombre lo dice, este ha de ser creado y planeado tomando en cuenta el tema o temas a tratar, el lugar en el que se realizará, y los servicios y productos tangibles con los que debe contar, todo esto encaminado a alcanzar metas específicas a través de la experiencia de los participantes, que surge de la interacción de estos con todos los aspectos que configuran el evento. (p.10)

### **3.2.2 Producción de eventos**

Cuando se habla de producción de eventos o también conocido como organización de eventos, según de Castro (2016):

La organización de eventos ha tomado un papel relevante dentro de la sociedad, siendo los eventos protagonistas de la emisión de mensajes con distintas funciones comunicativas y un formato de comunicación “en vivo” capaz de dar visibilidad a las instituciones, marcas y organizaciones, y de interrelacionar en un mismo escenario normalmente efímero, al emisor y al receptor para provocar una respuesta en el público asistente. (p. 25)

También conocido como gestión de eventos, Xifra, citado por Fernández (2013):

Menciona a la organización y gestión de eventos como una técnica que ocupa un lugar privilegiado dentro de las relaciones públicas y las describe como una herramienta de comunicación que es utilizada cuando la organización busca establecer relaciones con la comunidad, el público interno y los medios de comunicación. (p. 41)

Según Jiménez-Morales y Panizo (2017) la importancia de la gestión de eventos es que permite destacar dentro del plan de comunicaciones a las personas que se quiere llegar, crear estrategias propias y diferenciadas, la consolidación de la imagen de la marca, no se requiere de un presupuesto alto para realizar un evento efectivo en el que presencie el éxito, ayuda a fortalecer vínculos con los

trabajadores cuando se habla de eventos internos, darse a conocer internacionalmente y llegar con más facilidad a los públicos objetivos.

### **3.2.3 Formato virtual**

Almaguer, López y Argilagos (2015) señalan que existe la tendencia hacia la organización y producción de eventos virtuales en la web y consideran que esta modalidad tenga un crecimiento en los próximos años, refiriéndose al formato virtual como una extensión de los eventos presenciales a lo digital para abordar y dar acceso a la audiencia que no logra asistir físicamente, ya que este tiene un alcance a nivel mundial y puede tener presencia de gran cantidad de personas en cualquier país, haciendo así, que los eventos con formato virtual sean tomados en cuenta. Al mismo tiempo, Almaguer, López y Argilagos, (2015), comentan que:

Posibilita a los asistentes acceder a conferencias y también a una diversidad de materiales de multimedia, así como entablar una comunicación directa con los participantes y expositores con los que se podrán intercambiar experiencias, sin importar la localización geográfica donde se encuentren los usuarios. (p. 5)

Este formato permite que “los asistentes no han de desplazarse de su oficina u hogar, pudiendo ingresar sencillamente desde sus terminales” (Crespo, 2015, p. 4) ya que estos interactúan desde sus dispositivos móviles y computadoras.

### **3.2.4 Formato presencial**

Un formato presencial o eventos presenciales, según Galmés (2010) son:

Actos presenciales, en los que se desarrolla una comunicación cara a cara. Por ello pueden provocar respuestas inmediatas en la audiencia, que la empresa puede controlar sobre la marcha, así como transmitir mensajes y evaluar su nivel de comprensión de forma inmediata. (p.112)

### **3.2.5 Formato híbrido**

El formato híbrido es una modalidad que ya existía pero en los últimos meses ha tenido una gran relevancia y se refiere a la fusión de participantes que asisten presencialmente y los que van de forma virtual (Amarelle, 2020). De esta manera se le da la posibilidad, a nivel mundial, de asistir a todas las personas que estén interesadas.

Actualmente "se ha convertido en una nueva herramienta con mucho peso que está cambiando las reglas del juego del sector" (Eventoplus, citado por Amarelle, 2020, p.17), ya que se han visto en la necesidad de rediseñar los eventos y organizar algo distinto que se pueda adaptar a ambas modalidades, tanto virtual como presencial.

### **3.2.6 Bodas**

Según el diccionario de la Real Academia Española, citado por López (2018, p. 26) una boda es "la ceremonia mediante la cual se unen en matrimonio dos personas y la fiesta con que la que se celebra" Y define matrimonio como la "unión de hombre y mujer, concertada mediante ciertos ritos o formalidades legales, para establecer y mantener una comunidad de vida e intereses".

### **3.2.7 Novios**

El público con el que trabajan los *wedding planner* son los novios, ya que estos según la RAE (2021) son las personas que mantienen relaciones de amor con intenciones matrimoniales, aquellas que van a casarse o se casaron recientemente. Al mismo tiempo se conoce con el término de noviazgo, que Straus, citado por Rojas-Solís y Flores (2013) lo define como:

Una relación diádica que involucra interacción social y actividades conjuntas con la implícita o explícita intención de continuar la relación hasta que una de las partes la termine o se establezca otro tipo de relación como la cohabitación o matrimonio. (p. 125)

Lo que quiere decir que estos, para el momento de su ceremonia y celebración de boda, acuden a un *wedding planner*, como indican Casella, Egoavil, García, Llaya y Sayán (2021):

Los novios tienen la posibilidad de contratar los servicios de una *wedding planner* acorde al presupuesto que tienen pensado invertir, esto, con el fin de tener una asesoría más personalizada y que los pueda orientar de mejor manera en el proceso de planeamiento de la misma, una vez contratado el servicio, los novios pueden ir siguiendo todas las novedades que se van incorporando al evento, además de poder escoger entre diversas opciones todos los detalles necesarios para el gran día a través de la misma aplicación. (p. 4)

### **3.2.8 *Wedding planner***

*Wedding planner*, en español conocido como planificador de bodas, se define, según Reátegui y Torres (2018) como:

Las personas capacitadas profesionalmente, encargadas de organizar una boda desde la planeación del evento, acompañando con una serie de pasos a los novios hasta llegar al altar. Es un servicio que ayuda a que los novios se relajen y depositen en las manos del organizador toda su confianza, evitando así el estrés que lleva preparar un casamiento. (p. 5)

De esta manera “se evita el estrés que puede ocasionar tanto la elaboración como el montaje y el minuto a minuto del acontecimiento, haciendo de este un día inolvidable para que la pareja de contrayentes disfrute con amigos” (Rivera, citado por Reátegui y Torres, 2018). La aparición de este término se considera la clave

para lograr la boda de ensueño de los novios y se ha introducido como tendencia en los mercados de los países desarrollados y cada vez intentando ingresar en el mercado latinoamericano (Méndez, citado por Reátegui y Torres, 2018).

### **3.2.9 Covid-19**

El Covid-19 según la OMS (2020, párrafo 1) “es una enfermedad infecciosa causada por el virus SARS-CoV-2. La mayoría de las personas infectadas por el virus experimentarán una enfermedad respiratoria de leve a moderada y se recuperarán sin requerir un tratamiento especial”.

Otro concepto para el Covid-19 según Muñoz, citado por Piña (2020):

Indica que los coronavirus son una extensa familia de virus que pueden causar enfermedades leves como el resfriado común, y enfermedades graves como el SRAS (Síndrome Respiratorio Agudo Severo) o el síndrome respiratorio de Oriente Medio (MERS-CoV), y más recientemente el nuevo coronavirus identificado en la ciudad china de Wuhan, este nuevo virus fue nombrado oficialmente como SARS-CoV-2, además el nombre oficial de la enfermedad provocada por el nuevo virus es "Covid-19" según la Organización Mundial de la Salud. (p. 3)

### **3.2.10 Pandemia**

Según el diccionario de La Real Academia Española (RAE, 2020, párrafo 3) la pandemia “se refiere a la epidemia de una enfermedad transmisible que afecta a muchos individuos y se extiende por distintos continentes”. En marzo del 2020 el mundo se veía perjudicado por una enfermedad que la OMS la clasificó como pandemia o enfermedad pandémica y al mismo tiempo, hizo un llamado para que los países implementaran medidas urgentes y agresivas para frenar la propagación del Covid-19 (Erbes y Gallo, 2022).

A pesar de ser una crisis sanitaria, “la pandemia de la Covid-19 tiene un alcance sistémico, ya que afecta a todas las dimensiones de la vida social, y se proyecta a escala global” (Mesa, 2020) y, al ser causada por un virus que se propagó y expandió a nivel mundial, trajo consigo graves consecuencias afectando en diferentes aspectos la vida de las personas.

### **3.2.11 Cuarentena**

La OMS (2021) señala que el término cuarentena:

Se usa en referencia a cualquier persona que haya estado en contacto con alguien infectado por el virus SARS-CoV-2, que es el causante de la Covid-19, tanto si la persona infectada tiene síntomas como si no. La cuarentena significa que dicha persona permanece separada de las demás porque ha estado expuesta al virus y es posible que esté infectada, y puede tener lugar en un centro especialmente destinado a ello o en su casa. (párrafo 2)

Resulta oportuno aclarar que la cuarentena también se realiza ante la sospecha de que una persona o un grupo de personas están infectadas y se tuvo contacto con ellos para evitar el contagio y de esta manera, cuando pasa el período de incubación, dependiendo del resultado, se toman las medidas que correspondan, ya sea aislamiento, asistencia médica, soporte psicológico, entre otros. (Sánchez y de La Fuente-Figuerola, 2020, párrafo 6)

### **3.2.12 Medidas de bioseguridad**

Cuando se habla de medidas de bioseguridad, Moreno (2008) explica que:

Tienen como finalidad evitar que como resultado de la actividad asistencial se produzcan accidentes. De allí que, tanto en el orden nacional como en el provincial, se deben implementar legislativamente cuáles son los resguardos que deben adoptarse en las diferentes prácticas médicas. (p. 25)

Las describe como medidas que, a nivel operativo, tienden a proteger al paciente y al personal de salud, dándoles un uso de carácter obligatorio. Por esta razón, los profesionales y personal auxiliar deben demandar el suministro de los elementos necesarios a los que son responsables dentro de las instituciones de salud, pudiéndose poner en contra de desarrollar sus tareas si llegan a carecer de ellos. (Moreno, 2008)

Una de las medidas de bioseguridad más utilizada durante la cuarentena y en la actualidad es el distanciamiento social, que consiste según La Fuente-Figuerola y Sánchez (2020) en:

Alejarse de lugares concurridos y controlar la interacción entre las personas tomando cierta distancia física o impidiendo el contacto directo entre ellas. Esta medida se implementa cuando en una comunidad existen personas infectadas que, al no haber sido identificadas ni aisladas, pueden seguir transmitiendo la enfermedad. Por ello, el distanciamiento social implica el cierre de lugares donde hay mayor concentración de personas como escuelas, centros comerciales, sitios para otros eventos sociales, oficinas. (párrafo 4)

### **3.2.13 Tendencias**

Las tendencias según la definición del diccionario de La Real Academia Española (2021) es una “idea religiosa, económica, política, artística, etc., que se orienta en determinada dirección.” (párrafo 3)

Para Doria (2012):

Las tendencias como los estilos dan la impresión de ser algo místico, mágico y oculto (según los expertos), no sabemos de dónde vienen, existen personas que los poseen y otras que no, da la impresión que ocurre sin más, que no se sustenta desde ningún concepto racional. (párrafo 12)

Son premonitorias, debido a que en primer lugar se insinúan y luego cobran impulso al ser aceptadas. Las mismas no son independientes, existe una fuerte interacción, incluso puede existir una contradicción, cuando refleja hábitos futuros del consumidor y de las personas que se encuentran entre contradicciones. (Doria, 2012)

Las tendencias perfilan a los consumidores que las empresas quieren tener en un largo plazo. Indican aspectos generales de los mismos, como por ejemplo cómo se van a sentir, cuáles serán las motivaciones de compra y qué estrategias en cuestión de productos y servicios aceptarán. (Doria, 2012)

### **3.2.14 Estrategias**

Porter (2008, p. 10) define la estrategia como “la creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades. Si sólo existiera una posición ideal, no habría necesidad de contar con una estrategia”. Por lo que indica que la estrategia radica en realizar las actividades de manera diferente a la competencia, distinguirse para entregar muestras y resultados de gran valor y únicas. (Porter, 2008)

### **3.2.15 Cambios**

Los cambios “son importantes y absolutamente necesarios para obtener nuevos resultados en las diversas áreas de nuestras vidas (Universidad del Alba, septiembre, párrafo 1) y ocurren en todas las dimensiones, tanto física, social, emocional, cognitiva como espiritual del ser humano (Unicef, septiembre, 2020).

Así mismo, es importante señalar que “en ocasiones, los cambios son planificados íntegramente por nosotros, pero algunas veces los cambios son forzados por situaciones externas” (Universidad del Alba, septiembre, párrafo 3)

que, como es el caso de esta investigación, se refiere a los cambios ocurridos a partir del Covid-19 y la pandemia, como situación externa.

### **3.2.16 Proveedores**

“Cuando una persona desea organizar un evento complejo o sencillo, lo que hace primero es identificar qué tareas puede realizar y qué servicios necesita tercerizar” (Laredo, Valentín, Arteaga y Mendoza, 2020, p. 9) y es ahí donde entra el rol de los proveedores, quienes son los encargados de realizar los servicios que se requieren en un evento (Laredo, Valentín, Arteaga y Mendoza, 2020).

## CAPÍTULO IV.

### MARCO METODOLÓGICO

#### ***4.1 Modalidad de investigación***

La Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB) señala en su página web las líneas de investigación del Trabajo Final de Concentración donde especifica, con respecto a las diferentes áreas de investigación, la modalidad de TFC, áreas temáticas y objetivos, bajo la autoría de la docente Rafi Ascanio, jefa del Departamento de Investigación.

Peña (2019) en este apartado, establece las modalidades correspondientes a la mención de Comunicaciones Corporativas, área a la que pertenece la presente investigación, siendo estas: estrategias de comunicación, auditorías comunicacionales, análisis de medios y mensajes, planificación y gestión de eventos, análisis del manejo comunicacional en tiempos de crisis, análisis de clima organizacional, análisis de la cultura organizacional, programas de Responsabilidad Social Empresarial e investigaciones documentales, descriptivas y explicativas. La modalidad que aplica a esta investigación es la de planificación y gestión de eventos dado que se estudiará el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner*.

#### ***4.2 Enfoque y tipo de investigación***

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 7) una investigación tiene enfoque cualitativo cuando “utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de investigación o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación”. En este caso, en un estudio cualitativo que se tiende a observar con más frecuencia, el investigador realiza una entrevista a una persona, analiza los datos que se obtuvieron y saca conclusiones, y este mismo proceso lo realiza con

otra persona para analizar más entrevistas y lograr comprender el fenómeno que se está estudiando. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Teniendo en cuenta lo mencionado, la investigación tiene un enfoque cualitativo, debido a que se van a realizar entrevistas a cinco *wedding planner* con la finalidad de formular preguntas que brinden datos que ofrezcan una visión más general, para luego ejecutar el análisis con los resultados obtenidos y comprender la problemática que se plantea.

#### **4.2.1 Tipo de investigación**

Hernández, Fernández y Baptista (2014) resaltan que:

Los estudios exploratorios se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. (p. 91)

Por esta razón, la investigación es de tipo exploratoria, ya que no existen muchos estudios que estén relacionados con los *wedding planner* y, sobre todo en tiempos de Covid-19, por ser un tema actual. Esto va a permitir obtener información sobre un tema desconocido y conocer nuevas problemáticas, que luego van a servir de apoyo para investigaciones que se realicen en un futuro o, para empresas que requieran de la información por estar conectados a este campo profesional. Así mismo, según Hernández, Fernández y Baptista (2014) explican que este tipo de investigación determina nuevas tendencias, identifica áreas, situaciones de estudio y potenciales variables para investigaciones que se realicen posteriormente.

### **4.3 Diseño de la investigación**

El diseño de investigación no experimental según *The SAGE Glossary of the Social and Behavioral Sciences*, citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) define que:

No se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. En la investigación no experimental las variables independientes ocurren y no es posible manipularlas, no se tiene control directo sobre dichas variables ni se puede influir en ellas, porque ya sucedieron, al igual que sus efectos. (p. 152)

Al tener esta información en cuenta, la investigación es no experimental, ya que las variables no se manipulan por ser factores externos no controlados que afectan directamente el objeto de estudio. Al suceder esto, se observa únicamente el fenómeno en el contexto en el que se encuentra, para luego poder ser estudiado correctamente.

En relación a esto, también se considera una investigación transeccional o transversal, debido a que se recolectan datos en un solo tiempo y momento, con el propósito de describir las variables y analizar la incidencia que tienen. (Liu y Tocker, citado por Hernández, Fernández y Baptista, 2014)

## 4.4 Variables de investigación

### 4.4.1 Definición conceptual

Tabla N° 1. Definición de variables

<b>Objetivo</b>	<b>Variable</b>	<b>Concepto</b>
Identificar los factores que afectaron la producción de eventos de las <i>wedding planner</i> durante y después de la cuarentena en Caracas, Venezuela.	<i>Wedding planner</i> en cuarentena	“Las personas capacitadas profesionalmente, encargadas de organizar una boda desde la planeación del evento, acompañando con una serie de pasos a los novios hasta llegar al altar. Es un servicio que ayuda a que los novios se relajen y depositen en las manos del organizador toda su confianza, evitando así el estrés que lleva preparar un casamiento.” (Reátegui y Torres, 2018, p. 5)
Describir los resultados de los cambios implementados por las <i>wedding planner</i> para la producción de eventos.	Cambios implementados para la producción de eventos	“El potencial que tiene una organización para innovar, es decir la habilidad para adoptar o implementar con éxito mejoras graduales o productos nuevos puede diferir sustancialmente de una organización a otra.” (Rueda-Cáceres y Sánchez-Torres citado por Soriano-Rivera, 2016, p. 41)
Detallar las estrategias aplicadas por la empresa para abordar la producción de los eventos durante y después de la cuarentena.	Estrategias aplicadas	“La creación de una posición única y valiosa que involucra un conjunto diferente de actividades.” (Porter, 2008, p. 10)

Indagar las nuevas tendencias que surgieron a partir de la pandemia en la producción de bodas.	Nuevas tendencias postpandemia	“Las tendencias como los estilos dan la impresión de ser algo místico, mágico y oculto (según los expertos), no sabemos de dónde vienen, existen personas que los poseen y otras que no, da la impresión que ocurre sin más, que no se sustenta desde ningún concepto racional.” (Doria, 2012, párrafo 12)
--	--------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia (2022)

#### 4.4.2 Categorización de las variables

Tabla N° 2. Categorización de los datos de *wedding planner* en cuarentena.

Variable	Categoría	Subcategoría	Ítem	Instrumento	Fuente
<i>Wedding planner</i> en cuarentena	Trayectoria	Tiempo	1	Entrevista	<i>Wedding planner</i>
		Nacional/Internacional	7		
		Elemento diferenciador con la competencia	8		
	Rentabilidad	Público objetivo	2		
		Cantidad de bodas	3		

	Estructura	División interna	4		
		Proveedores	6		
		Servicios	5		
	Producción de eventos en cuarentena	Modalidades	16		
		Locación	16		
	Medidas de bioseguridad	Consecuencias de las restricciones nacionales	7		
		Consecuencias de las restricciones internacionales	7		
		Post-cuarentena	9		
		Implementación	9		

**Fuente:** Elaboración propia (2022)

**Tabla N° 3.** Categorización de los datos de cambios implementados para la producción de eventos.

Variable	Categoría	Subcategoría	Ítem	Instrumento	Fuente
Cambios implementados para la producción de eventos	Situaciones	Problemas	10	Entrevista	<i>Wedding planner</i>
		Soluciones	11		
		Recomendaciones	12 y 13		
	Equipo interno	Reestructuración	14		
		Capacitación	15		

**Fuente:** Elaboración propia (2022)

**Tabla N° 4.** Categorización de los datos de estrategias aplicadas.

Variable	Categoría	Subcategoría	Ítem	Instrumento	Fuente
Estrategias aplicadas	Acciones	Nivel de éxito	18	Entrevista	<i>Wedding planner</i>

		Logro de objetivos	17		
		Calidad	19		
	Credibilidad	Confianza	20		
	Preparación profesional previa al evento	15			

**Fuente:** Elaboración propia (2022)

**Tabla N° 5.** Categorización de los datos de tendencias que surgieron.

Variable	Categoría	Subcategoría	Ítem	Instrumento	Fuente
Tendencias que surgieron	Innovación	Nacionales	21	Entrevista	<i>Wedding planner</i>
		Internacionales	21		
	Efectividad	Ideas creativas propias	22		
		Ideas creativas de la competencia	23 y 24		

**Fuente:** Elaboración propia (2022)

## 4.5 Unidades de análisis

La unidad de análisis según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 183) “indica quiénes van a ser medidos, es decir, los participantes o casos a quienes en última instancia vamos a aplicar el instrumento de medición”. En el caso de las investigaciones cualitativas, en las unidades de análisis se toma en cuenta al sujeto como aspecto central del análisis (Mejía, 2004).

Consecuente a esto, esta investigación comprende una unidad de análisis de cinco (5) sujetos de investigación *wedding planner*, quienes son:

1. Lorena Olivares, profesional certificada en planificación de bodas y eventos en el Instituto Iberoamericano ubicado en Uruguay, lo que le ha dado diez (10) años de experiencia en el campo de *wedding planner*. (Olivares, comunicación personal, mayo, 2022)
2. Gabriela Moreira, dueña de la empresa WED Eventos y Producciones C.A., dedicada a la planificación de bodas de destino, las cuales son realizadas en un país distinto al que residen los novios, con aliados internacionales que incluyen a los ministerios de turismo de diferentes destinos en El Caribe y con receptivos en varios países, siendo una empresa de *wedding planner* avalada a nivel internacional. (Moreira, comunicación personal, mayo, 2022)
3. Mineranger Rosa, profesional certificada internacionalmente por el Instituto Iberoamericano Event Planner (INIBEP), comenzó su trayectoria en una empresa de eventos sociales y corporativos, donde realizaba bodas en la Isla de Margarita. Luego, decidió independizarse y ofrecer un servicio más personalizado trabajando como *Wedding and Event Planner* y especialista en bodas de destino. (Rosa, comunicación personal, mayo, 2022)
4. Gabriela Daza, profesional certificada en *Wedding Planner & Designer*, con un diplomado en bodas destino, un máster en diseño y decoración de bodas, arte floral, técnicas y herramientas para la elaboración de mesas temáticas, creó en el año 2010 Gabriela Daza *Wedding Planner* por la necesidad de

formalizar una empresa dedicada a la organización de eventos. (Daza, comunicación personal, mayo, 2022)

5. Norianna Salazar, licenciada en diseño industrial y egresada de la Universidad de Los Andes como técnico superior en Hotelería y Servicios de la Hospitalidad. Es profesional certificada como *Wedding And Event Planner* por el instituto INIBEP de Uruguay, en *Florida Events Academy* y *Clouds Academy* de España. Actualmente, realizó una especialización en producción y organización de macro eventos como conciertos y seminarios. (Salazar, comunicación personal, mayo, 2022)

#### **4.6 Técnica e instrumentos de recolección de datos**

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014):

La recolección de los datos está orientada a proveer de un mayor entendimiento de los significados y experiencias de las personas. El investigador es el instrumento de recolección de los datos, se auxilia de diversas técnicas que se desarrollan durante el estudio. Es decir, no se inicia la recolección de los datos con instrumentos preestablecidos, sino que el investigador comienza a aprender por observación y descripciones de los participantes y concibe formas para registrar los datos que se van refinando conforme avanza la investigación. (p. 12)

Dentro de la investigación se va a utilizar la entrevista como herramienta de recolección de datos, debido a que Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 175) definen que “el investigador cualitativo utiliza técnicas para recolectar datos, como la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades”.

La entrevista se define por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 403) “como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona

(el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)". En este caso, se va a hacer uso de la entrevista estructurada, la cual se realiza cuando los temas son específicos y existe una poca probabilidad de que el entrevistador se salga de las preguntas que han sido previamente redactadas (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Janesick, citado por Hernández, Fernández y Baptista, (2014, p. 403) señalan que "en la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema" por lo que se van a formular preguntas claves abiertas que van a permitir la recolección de datos e información de gran valor para la investigación.

Se utilizará este instrumento, ya que como comentan Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 403) "las entrevistas, como herramientas para recolectar datos cualitativos, se emplean cuando el problema de estudio no se puede observar o es muy difícil hacerlo por ética o complejidad" como aplica en esta investigación, con respecto a la problemática y objetivo que, requiere de la opinión de expertos en el área de planificación y gestión de eventos para determinar las causas, estrategias y tendencias que han surgido a partir del Covid-19.

#### **4.7 Validación del instrumento**

Soriano (2014) en su artículo titulado "Diseño y validación de instrumentos de medición" señala que:

Al finalizar la primera redacción del instrumento se someterá a un juicio de expertos. Los expertos son personas cuya especialización, experiencia profesional, académica o investigativa relacionada al tema de investigación, les permite valorar, de contenido y de forma, cada uno de los *ítems* incluidos en la herramienta. (p. 25)

De la misma manera, Robles y Rojas (2015) aclaran que:

Tras someter un instrumento de cotejo a la consulta y al juicio de expertos, éste ha de reunir dos criterios de calidad: validez y fiabilidad. La validez de contenido se establece con frecuencia a partir de dos situaciones, una que atañe al diseño de una prueba y, la otra, a la validación de un instrumento sometido a procedimientos de traducción y estandarización para adaptarlo a significados culturales diferentes. (p. 2)

Por lo que, en esta investigación la encargada de realizar el juicio de experto y la validez del instrumento es la Lic. Danielle Parodi, experta en el área de Planificación y Gestión de Eventos y docente de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Los conocimientos de esta profesora en el área, van a permitir que se abarquen los temas de la manera correcta ya que, como comentan Robles y Rojas (2015, p. 2) “la tarea del experto se convierte en una labor fundamental para eliminar aspectos irrelevantes, incorporar los que son imprescindibles y/o modificar aquellos que lo requieran.”

#### **4.8 Procedimiento**

Según Hernández, Moreno-Martínez y de Armas (2016, p. 85) un procedimiento es el “método o modo de tramitar o ejecutar una cosa”. En este caso, para esta investigación, se realizó una reunión por medio de la plataforma digital Zoom en el horario que señalaron disponible cuatro (4) de los sujetos de investigación, Lorena Olivares el viernes 24/06/2022, Gabriela Daza el lunes 27/06/2022, Norianna Salazar el lunes 27/06/2022 y Mineranger Rosa el martes 28/06/2022.

La entrevista de Lorena Olivares se llevó a cabo con éxito pero se tuvo problemas con la grabación de la misma, se le comunicó de manera inmediata y estuvo dispuesta a recibir las preguntas nuevamente, para responderlas a través de notas de voz por el grupo de WhatsApp que se tiene entre las investigadoras y la entrevistada aprovechando que recién las había respondido. Seguido a esto, las investigadoras compararon las respuestas con los apuntes que habían tomado de

la entrevista vía Zoom para asegurar que no faltara ningún punto o detalle importante y relevante que se haya comentado.

Así mismo, se realizó la excepción con una de las entrevistadas, Gabriela Moreira, que no podía asistir a la entrevista ni de manera presencial ni virtual por falta de tiempo, es por eso que se le pasaron las preguntas por el grupo de WhatsApp, con el permiso previo de la Lic. Genevieve Saint-Surin, tutora de la presente TFC, para recibir las respuestas a través de notas de voz.

Por último, se transcribieron cada una de las entrevistas, colocando los puntos más relevantes dentro de una matriz que respondieran a cada una de las subcategorías propuestas en el cuadro de variables para proceder a construir el análisis de resultados.

Para asegurar que este procedimiento no sufra cambios ni alteraciones perjudicando el análisis de resultados, se realizaron grabaciones de audio o video, a través de grabaciones de pantallas de Zoom y notas de voz registradas en los grupos de WhatsApp, toda la entrevista para luego proceder a transcribirlas de manera exacta con lo más relevante sin descuidar ningún detalle (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

## CAPÍTULO V.

### PRESENTACIÓN E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 5.1 Presentación de resultados

La presentación de resultados según Krause (1995, p. 14) son las “diferentes formas de presentar los resultados de investigaciones cualitativas, dependiendo del mayor énfasis en lo descriptivo o en lo analítico-relacional”, por esta razón, dentro de la investigación se va a realizar un cuadro en el que se van a presentar las preguntas con las respuestas de las entrevistadas, colocando lo más relevante, para luego poder pasar a analizar las variables. A continuación, se podrán observar las entrevistas con Lorena Olivares, Gabriela Moreira, Gabriela Daza, Norianna Salazar y Mineranger Rosa:

**Tabla N° 6.** Matriz descriptora de resultados a partir de la entrevista a expertos en comunicación

Preguntas	Entrevistada #1 Lorena Olivares	Entrevistada #2 Gabriela Moreira	Entrevistada #3 Gabriela Daza	Entrevistada #4 Norianna Salazar	Entrevistada #4 Mineranger Rosa
1. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en el	Llevo trabajando en el área de planificación y gestión de bodas	Con las bodas desde el 2011 y en el 2019 se lanzó la empresa de <i>Wed</i>	11 años y 3 meses.	Con NSB llevó 8 años y 14 y 15 años trabajando en banquetes y eventos.	Ya tengo aproximadamente 15 años que llegué a este medio (...) en la parte de los eventos sociales

<p>área de planificación y gestión de bodas</p>	<p>aproximadamente 10 años (...)</p>	<p><i>Productions.</i></p>			<p>se trabaja más el tema de las emociones (...) te lleva a vivir una experiencia diferente como <i>wedding planner</i> porque tu puedes vivir la emoción que te da cada historia que te cuenta cada pareja (...). Lo que más se da ahorita es lo que son bodas en la isla, bodas a destino.</p>
<p>2. ¿Cuál es tu público objetivo?</p>	<p>Las parejas o las novias que desean hacer un evento de alto <i>target</i>, sean de gran o menor magnitud, pero un evento de calidad y que no sepan por dónde empezar ni qué camino seguir para poder materializarlo.</p>	<p>Vendrían siendo venezolanos y americanos que viven tanto en Venezuela como fuera del país, que buscan realizar una boda destino tratando de unir a todos esos familiares que se encuentran alrededor del mundo, en un destino que sea práctico y de fácil acceso para todos.</p>	<p>En este momento acá, lo que estoy haciendo es enfocado a venezolanos que quieren obviamente su boda venezolana aquí en España, antes era muy cerrado, antes las locaciones no te permitían tener como que un tipo de bodas como el de nosotros, nuestras bodas aquí las llaman "bodas tipo <i>cocktail</i>" (...)</p>	<p>Las bodas, sobre todo la comunidad árabe y los venezolanos que emigraron que vienen para acá para casarse y compartir con sus familiares.</p>	<p>Mujeres la mayoría, aunque hay muchos hombres que se involucran en las bodas (...), la mayoría de los eventos que trabajamos son públicos y son personas que están fuera de la isla, que buscan hacer su boda dentro de Margarita y están buscando una aliada que las ayude con todo lo que es el proceso de planificación de bodas, aunque he tenido mis bodas que son de aquí de Margarita, pero la mayoría son novias que viven fuera de Venezuela e incluso en Venezuela pero no en Margarita y quieren hacer su boda destino (...).</p>
<p>3. ¿Cuántas bodas realizas mensualmente?</p>	<p>La cantidad de bodas que realizo mensualmente están promediadas como en 2 o 3 bodas mensual, obviamente hay meses donde la cantidad de</p>	<p>Los mejores meses de la empresa son a finales de año, a partir de agosto tenemos más de dos bodas mensuales, sin embargo, tratamos de no</p>	<p>Este año he hecho una por mes, pero mi mejor año fue el 2019 que llegué a hacer dos por mes y en diciembre, hice cuatro.</p>	<p>Máximo cuatro bodas, normalmente hay de una a dos bodas por mes.</p>	<p>Ahorita, realmente no tengo la cantidad de bodas que quisiera mensualmente, lo ideal es poder tener por lo menos cada fin de semana una boda, pero ahorita no se está dando como uno quisiera,</p>

	<p>eventos disminuye, hay meses con mayor demanda, por ejemplo, lo que es agosto y diciembre, son meses donde puedes hacer bodas los jueves, los viernes, los sábados, los domingos y terminas haciendo seis, siete, ocho eventos por mes, pero en promedio, cuando calculas esos meses donde hay menos cantidad de eventos y haces una o dos bodas al mes, eso te da aproximadamente tres bodas mensual al año.</p>	<p>tener más de tres bodas mensuales, porque las bodas destino duran más de una sola noche.</p>			<p>muchas parejas deciden hacer su boda por sus medios (...), lo ideal serían cuatro, cinco bodas como mínimo mensuales, pero ahorita estoy teniendo dos bodas al mes o una boda, como puede haber meses que no hay bodas (...).</p>
<p>4. ¿Cómo está conformado tu equipo?</p>	<p>Mi equipo está conformado, en primer lugar, por mi persona, con una asistente que somos las que manejamos todo lo que es la planificación del evento, los preparativos y un <i>staff</i> de protocolo que va a depender de la magnitud del evento, la cantidad de invitados y de los servicios o pautas que</p>	<p>Tenemos varios departamentos, tenemos la dirección general que vendrían siendo como las <i>wedding planner</i>, después tenemos el departamento de recursos humanos que tenemos a una persona, el departamento de lo que es protocolo y logística que tenemos a otra persona y no tenemos a</p>	<p>Mi equipo es de 12 personas y ahorita aquí en España estamos cinco personas y el resto está en Caracas, entonces tengo mi asistente personal que es la asistente de la <i>wedding planner</i>, tengo una asistente de la novia que es la que se encarga de hacer el servicio de <i>bridal assistant</i> a la novia durante todo el día, (...), mi esposo</p>	<p>Mi equipo está conformado por mi persona, la cabeza de NS bodas, luego viene Yohana Mejía, mi asistente y mi mano derecha, ella se encarga de todo lo que es la parte de montaje del evento y supervisión de montaje del evento, luego de ella vienen dos figuras que dependiendo de la boda, las tengo o no las tengo, que es un supervisor de supervisión de tarima cuando de repente tenemos artistas, mucho</p>	<p>Trabajo con tres personas más a parte de mi persona, tengo la <i>bridal assistant</i> que es la que asiste a la novia, que está pendiente de ella desde el momento que empieza a arreglarse hasta que finaliza el evento (...), la coordinadora de sala que está pendiente de que los proveedores lleguen a las horas pautadas, cumplan con los servicios contratados y está pendiente de velar que la pauta que tenemos ya previo al evento,</p>

	<p>tengamos que realizar en los mismos. Hay eventos que pueden ser muy grandes a nivel de invitados, pero no tienen servicios mayores, por ejemplo, <i>show</i> de artistas, etc, que generan que necesitemos mayor personal para poder llevar a cabo todas las funciones.</p>	<p>las personas contratadas fijas, sino que es dependiendo de cuándo sea el evento, de qué requiera el evento, ahí vemos cuántas personas se necesitan de nuestro mismo <i>staff</i>, y después tenemos en el departamento administrativo a una sola persona que se apoya bastante en el departamento de dirección general que vendríamos a ser Paola y yo.</p>	<p>que es el que se encarga de toda la parte informática porque es ingeniero de sistema, él es que lleva y actualiza la página web, los formatos de <i>branding</i> y todo eso y dos chicas de protocolo que están formadas, tienen cursos de protocolo y de organización de eventos realizados allá en Caracas.</p>	<p>talento en tarima debería estar esta persona que está entre camerino y toda la parte de la producción de la tarima y pruebas de sonido. Tengo otras personas, que debería supervisar los alimentos y bebidas, salida de pasapalos, comida, descorches y todo este tipo de cosas. Está la <i>bridal assistant</i> que es una persona que solamente está para la novia ese día, desde que se despierta hasta que se va a dormir (...) cuando están en la fiesta, ella le hace asistencia al novio y unas muchachas de protocolo que ellas normalmente, dependiendo de la cantidad de invitados, es la cantidad de personal de protocolo que conforman NS bodas.</p>	<p>se vaya cumpliendo (...) y hay un coordinador operativo que es el que está pendiente que en barra no falte agua ni servilletas, ni pitillos, ni hielo, ni soda, que el servicio fluya de la mejor manera, que la gente esté bien atendida (...) y yo que estoy cubriendo todo eso, pero cuando se me escapa algún detalle tengo esos seis ojitos más que están pendientes de cuidar esos detallitos para ayudarme a mi a cumplir con las expectativas del cliente.</p>
<p>5. ¿Qué servicios le ofreces a los novios?</p>	<p>Yo le ofrezco a los novios los servicios de asesoría, planificación, organización y control de los preparativos de su evento y de logística y protocolo, además de acompañamiento al 100% durante su boda.</p>	<p>Hacemos bodas destino con servicio de full <i>wedding planner</i>, <i>wedding planner</i> parcial y coordinadora de bodas. En las bodas destino es asistencia a los invitados y novios de alojamiento, traslados y boletos aéreos, negociación con los hoteles, producción de</p>	<p>Tengo dos servicios que son así como los más requeridos, el de la organización completa de la boda y el de la coordinación del día de la boda, estos son los servicios más vendidos, sin embargo, yo también ofrezco pedidas de mano, el servicio, todo de</p>	<p>Normalmente una <i>wedding planner</i> ofrece hasta tres servicios, pero yo durante toda la experiencia que tengo, yo solamente ofrezco dos servicios (...) para las bodas lo ideal es que yo ofrezca un servicio integral, un servicio en donde yo estoy presente desde el diseño del evento hasta la entrega del material audiovisual que es lo</p>	<p>Servicio de acompañamiento desde el momento que decide contratarme hasta el día de la boda, incluso después de la boda, es un servicio de asesoramiento (...) desde que empieza en el momento cero que no tienes absolutamente nada, como por ejemplo, cómo hacer la lista de invitados, escoger la locación ideal de tu boda según lo que has</p>

		<p>cena de bienvenida o cualquier evento relacionado a la boda, producción y diseño como tal, asistencia a los novios el día de la boda, asesoría en selección de proveedores, consolidación de pagos a proveedores, supervisión de inventario de comida y bebidas y asistencia con el <i>trash the dress</i>. En el caso de las bodas en la ciudad de origen es lo mismo, pero quitando todo lo relacionado a un viaje y enfocado más a la producción de la boda como tal.</p>	<p>asistente de la novia (...), también ofrezco uno que se llama "<i>full experience</i>" que es cuando los novios son de afuera y tienen que llegar a hacer todo en ese sitio, más que todo es para bodas destino.</p>	<p>último que pasa en la boda, a esto yo lo llamo arquitectura, organización y planificación de boda. El otro servicio que doy, esto solamente a ciertas bodas árabes, es el servicio de coordinación, una semana antes nosotros nos ponemos al día con todos los proveedores que van a trabajar en los eventos, nos podemos al día de todo lo que ellos ya contrataron y les coordinamos esa semana de la boda (...).</p>	<p>soñado y tienes en mente, diseñar lo que será la boda como tal, obviamente eso va aunado a lo que el cliente quiere, basado en sus gustos, en sus preferencias y en su presupuesto, en lo que tiene para gastar el día de la boda (...). Incluso en el <i>trash the dress</i>, que es la sesión de fotos posboda que se hacen los novios en las playas con esos atardeceres súper lindos (...).</p>
<p>6. ¿Qué proveedores consideras esenciales a la hora de realizar una boda?</p>	<p>Los proveedores esenciales en primer lugar, es el servicio de <i>catering</i>, que es el que se encarga de lo que es alimentos y bebidas, de hecho es el proveedor más grande durante el evento, ocupa aproximadamente el 50% del presupuesto de cualquier evento social,</p>	<p>Todos los proveedores son exactamente igual de importantes, no es mentira que lo más importante es la bebida y la comida (...), en lo personal, si tuviera que escoger tres, la música y el mobiliario, mesas y sillas para que la gente se pueda sentar (...), la novia tiene que tener su</p>	<p>Bueno para mí, el fotógrafo es primordial (...), una decoración si es cierto que es bueno que la haga un profesional, pero también es cierto que si compras un bonito frasco de vidrio, la puedes hacer tú, mientras que la fotografía y el video no se debería dejar en manos de alguien que no sea profesional porque</p>	<p>Lo esencial siempre va a ser la comida, la bebida, la decoración, la música sacra, quienes tocan en la iglesia y el sonido son los más importantes.</p>	<p>Como le digo yo a los clientes, esto es como tener un seguro y no necesitarlo, que necesitarlo y no tenerlo, la planta eléctrica, eso es obligatorio (...) es algo que no se discute (...), es necesario que conectes una planta eléctrica con el sonido que estás contratando o con el servicio de luces que vayas a tener o <i>show</i> de luces que vayas a tener (...), es un requisito necesario y es algo que no debería</p>

	<p>adicional a eso, todo lo que tiene que ver con animación, entretenimiento, sonido e iluminación, etc., fotografía y video para mantener los recuerdos de lo que se está haciendo, mobiliario y decoración obviamente porque bueno, además de que tenemos que tener los espacios aptos para que las personas se sientan cómodas, tanto a descansar como a comer, pues estos espacios deben estar decorados según el gusto y los intereses del cliente, y pues torta y postre como otro servicio vital. Hay un montón de servicios adicionales pero básicamente, si tienes estos que te acabo de decir, puedes realizar tu boda sin ningún tipo de inconveniente.</p>	<p>vestido, se tiene que sentir bella, entonces tiene que tener un buen proveedor de maquillaje y estilismo, si es una locación al aire libre, es importantísimo que exista un toldo (...). Otro proveedor que, desde el punto de vista personal, es importante y que siempre le sugerimos a los novios, es el fotógrafo.</p>	<p>nunca va a ser la misma calidad con un teléfono aunque tengas el mejor teléfono del mercado porque la calidad de la foto no te la da el teléfono, te la da el ojo del experto.</p>		<p>faltar. Lo siguiente pues la comida (...), yo pienso que mientras tengas buena comida, buen servicio y buena música, lo demás va a surgir de la mejor manera, puedes tener una decoración sencilla (...).</p>
<p>7. Según tu experiencia con la planificación de bodas</p>	<p>A nivel de consecuencias, pues fuimos el primer rubro de las industrias en</p>	<p>Ya no todo el mundo tiene dentro de sus posibilidades viajar, hacer</p>	<p>Bueno, el tema del Covid mayormente lo que hizo fue suspender eventos, nadie</p>	<p>Yo tenía todas las preguntas pero no tenía las respuestas a las preguntas, porque las novias me</p>	<p>Nos tuvimos que encerrar y obviamente fue un golpe duro para todos los que trabajamos en el</p>

<p>nacionales e internacionales, ¿Qué consecuencias trajeron consigo las restricciones aplicadas respectivamente desde que se anunció la cuarentena?</p>	<p>detenerse y el último o uno de los últimos en reactivarse, lo que generó que miles y miles de personas, aunque ustedes no lo crean, pudieran dejar de llevar comida a sus hogares, en mi caso, lo hablo incluso por mí que solo me dedico a esto y estuvimos detenidos aproximadamente un año completo sin hacer absolutamente nada sino buscar otras variantes de lo que es el proceso de planificación de eventos como talleres, etc. Pero la cantidad de personas que dejó de generar ingresos, de servicios, todos los que se dedican al entretenimiento a los eventos sociales, tuvieron que reinventarse porque sino no comíamos básicamente. Y a nivel del cliente que también se ve afectado, aunque no parezca algo vital, a nivel psicológico, a nivel emocional, la suspensión</p>	<p>esa inversión para acompañar a los novios en una boda destino (...). No solamente económicamente, sino por el tema por el certificado de vacunas, hay gente que no se quiere vacunar, sobretodo nuestro mercado americano, y bueno, por razones obvias, hay países que exigen el certificado (...). Todo el mundo le tenía un poco de temor a hacer una fiesta y al estar todos juntos.</p>	<p>quería casarse con mascarilla, todo el mundo estaba molesto, sabes como que si bueno mira "si yo le hago PCR a todos mis invitados yo puedo estar sin mascarilla" pero no, las restricciones no te lo permiten, salvo algunos hoteles que, si tu pedías el hotel completo y hacías PCR con 3 días de anticipación, tenías que garantizar la ocupación del hotel completo por 5 días. Hubo muchas parejas que prefirieron posponer o cancelar, hay parejas que terminaron en ese interín (...). Lo de la pandemia fue muy difícil, entre las consecuencias malas eso, aplazamiento de bodas, suspensiones definitivas, y entre las cosas buenas, las parejas empezaron a valorar más lo que son los detalles, ya no importa si mi boda vienen 500 personas, pueden venir 50 pero hago algo de súper calidad, ahora las bodas están siendo con mucho más a</p>	<p>preguntaban cuánto tenían que esperar y era algo que nadie sabía si iban a ser tres meses, un año y esto trajo consigo que se tenían que mover todas las fechas, pero no se podían mover con algo específico, sino teníamos era que esperar hasta que se pudieran hacer (...) ninguno de los proveedores estaba preparado para hacer la contratación diciendo mira la vamos a mover para un año, entonces todos ellos tuvieron que mantener precio o hacer ajustes de precio y esto le trajo consecuencias al cliente, porque muchos de ellos tuvieron que pagar muchísimo más, muchos de ellos suspendieron las bodas, nadie les devolvió el dinero porque no había cómo devolverlo (...), se incrementaron los precios porque ya había que tomar medidas de bioseguridad y estas medidas no estaban contempladas desde un principio y no eran económicas (...).</p>	<p>medio porque, a diferencia de los supermercados, de las farmacias y de todos estos, nosotras no podíamos hacer fiestas porque generalmente nosotras trabajamos con masas de personas, con eventos de 100, 200, 300 personas y tener que quedarte en casa y no poder trabajar y hacer lo que tanto te gusta con la cantidad de personas que ya estabas acostumbrado a manejar, obviamente fue un golpe bastante fuerte, sin embargo, ya después de pasar tiempo, que empezamos a retomar nuevamente lo que fueron los eventos, no fue fácil, había muchas restricciones con el uso de lo que son las normas de bioseguridad (...) por ejemplo, en las iglesias, hay templos que tienen sus normas según la cantidad de personas que pueden entrar a la iglesia, hay normativas con respecto a los tapabocas, para el acceso a la iglesia, para la entrada y salida (...). Cómo generamos ingresos para tu hogar si no podías trabajar ni hacer nada de eso, sin embargo, hubo eventos que hicimos dentro de casa, eventos y bodas íntimas o cumpleaños (...). Hemos tenido que aprender a vivir</p>
--	--	--	---	--	---

	de momentos de disfrute y para muchas novias la cancelación o la reprogramación de su evento, en muchos casos hubo novias que reprogramaron 2 y 3 veces porque cada vez que pensábamos que íbamos a poder hacerlo, había una nueva ola de Covid y una nueva restricción, género a nivel emocional y a nivel social muchos percances y consecuencias emocionales para ellos y para su familia.		detalle y enfocadas a hacer sentir bien al invitado, a que tú te lleves un bonito recuerdo y un bonito detalle de la boda como tal, recuerdo mental y recuerdo físico, personalizar todo, ahora las bodas por lo general tienes en tu puesto, tu vaso y tu copa personalizada que te lo puedes llevar a tu casa luego.		en esta situación.
8. ¿Qué aspecto consideras que te diferencia de la competencia?	No podría decirte exactamente qué me diferencia de mi competencia porque procuro la mayoría de las veces no estar pendiente de ello, más allá de aquellas colegas a las que aprecio mucho y pues noto aquellas cosas o aquellos detalles que me generen más bien inspiración, creo que una de las cosas que más ha	Cuando nosotros decimos lanzar la empresa tuvimos que hacer un estudio de mercado, para ver qué oportunidades tenemos, qué debilidades tenemos, etc., sin embargo, nosotras somos fieles creyentes de que aquí lo que uno le llama competencia es esa gente que es tu colega, porque trabaja en lo	Yo siempre trabajo como digo yo “compartir más que competir”, la competencia en el mundo del <i>wedding planner</i> en verdad es muy mala, no es una competencia sana (...) yo puedo trabajar con cualquier <i>wedding planner</i> (...), siento que tengo un poco más de humildad que las demás, no me importa trabajar con una que sea nueva y enseñarla o con	Yo siempre he dicho que la empatía es una de las cosas que a mí me diferencian (...), yo he aprendido a leer al cliente, he aprendido a ser amiga del cliente y he aprendido a que mis necesidades o lo que me esté pasando a mí en ese momento, no le importa a la cliente, eso es algo que muchas veces se deja de lado, yo estoy prestando un servicio y esa empatía, hacerme amiga de mis clientes es lo que me diferencia a mí de la	La personalidad, todas tenemos personalidades diferentes. (...) Ofrezco un servicio bastante personalizado de principio a fin, trabajamos un equipo bastante completo, conozco a muchas de mis colegas acá en Margarita, sé no todas trabajan con un equipo completo como el que yo tengo, que somos cuatro personas que estamos el día de las bodas, sé que hay unas que trabajan ellas únicas y de repente meten a una persona más o a dos personas más, eso

<p>llamado la atención en mis clientes, es el vínculo que terminamos teniendo durante los preparativos y luego de ellos, terminamos siendo básicamente buenos amigos y terminamos teniendo una relación durante mucho tiempo, entonces si algo podría diferenciarse a mi de algún otro colega, es ese vínculo que creo con mis clientes.</p>	<p>mismo que tu y no estamos realmente pendientes de qué están haciendo ellos o qué tenemos que hacer que ellos están haciendo (...). Sin embargo, uno de nuestros valores agregados es que nosotros tenemos aliados en todos los destinos, tenemos receptivos que nos ayudan a darle esa confianza y esa tranquilidad a los novios de que están haciendo un trabajo con personas serias y que le vamos a ofrecer lo mejor, un servicio de calidad. Otros de nuestros valores agregados, es que no solamente los ayudamos con el tema de la planificación de su boda, sino que también los ayudamos con la asistencia previa, durante y posterior a todo lo que es el viaje de la boda destino, tanto para los invitados, como los novios, todo lo que es</p>	<p>una que tenga mucha experiencia y aprender de ella (...), me gusta trabajar en equipo, ser servicial y que la novia quede contenta.</p>	<p>competencia, yo no soy una persona que te digo mira tengo un horario de atención (...) si está en mis manos, yo lo hago y les doy paz (...).</p>	<p>hace que me diferencie. Durante el proceso de planificación, yo les ofrezco a los novios un <i>link</i> que sale de mi página web que es un <i>save the date</i> en donde tiene información de interés global para la boda, para que sus invitados puedan estar cómodos y seguros al momento de viajar a la isla, durante ese proceso de planificación y en ese <i>save the date</i>, se mencionan muchas cosas que son de valor, importante tanto para los novios como para los invitados, eso me diferencia porque no todas lo hacen, creo que ninguna, porque fue algo que surgió en el momento que se estaba creando la página y es un <i>upgrade</i> que yo le doy a mi cliente cuando me contrata. Yo pienso que mi trabajo es más que todo de <i>feeling</i>, yo cuando hablo con un cliente puedo sentir un <i>feeling</i> increíble y el cliente conmigo y hay una conexión bonita con muchos (...).</p>
--	---	--	---	--

		alojamiento, traslado, boletos aéreos.			
9. Al asumir la responsabilidad que trae producir y realizar un evento con el Covid-19, ¿qué medidas de bioseguridad implementan antes, durante y después del evento?	Las medidas que empezamos a implementar desde que llegó el Covid o en el momento que pudimos empezar a hacer eventos nuevamente, fue en primer lugar la realización de pruebas PCR antes de los eventos. En un primer momento lo estábamos haciendo un día antes, sin embargo, notamos que hubo clientes o invitados que salían negativos un día antes de la fecha y al día siguiente manteniendo síntomas y repitiendo la prueba, salían positivos, por ende empezamos a hacer pruebas PCR al entrar al evento, se nos plantearon algunos retos como qué hacer con las personas que salían positivas y bueno tuvimos que tomar decisiones en función de hacer las pruebas durante un período de prueba,	Normalmente nuestro equipo de <i>staff</i> y nuestro protocolo siempre tiene su tapaboca y un alcohol, sin embargo, las medidas que existan en relación a lo que tengamos que involucrar a los invitados la van a decidir siempre los novios, nosotros solo damos sugerencias (...), de parte de nosotras, siempre es tapaboca y alcohol en mano.	En este momento, aquí ya se eliminó todo, claro, nosotros vamos ya como un poco más avanzados de las olas de Latinoamérica, en el momento cuando fue el Covid que estaba el año pasado, por ejemplo, las bodas que se hicieron evidentemente las recomendaciones para los novios eran tener puntos de gel, alcohol, reposición de mascarillas, todo el mundo tenía que estar en mascarilla, de hecho, los proveedores usábamos doble mascarilla, porque llega un punto en la boda en que los invitados, aunque están sentados, beben y no se ponen más la mascarilla y tu como proveedor, tienes que cubrirte y protegerte. Entonces se hacía mucho énfasis antes de la boda en extremar las medidas y luego durante la planificación, pues verificar	Primero empezaron siendo medidas muy drásticas (...) la primera a utilizar fue el <i>forum</i> de personas, hicimos bodas muy pequeñas en casa que las hicimos con <i>streaming</i> y no habían más de diez personas en el sitio donde realizamos la boda, y todo esto se hizo por videollamada, por Zoom y todo este tipo de plataformas. Cuando ya tuvimos un poquito más de flexibilidad se tuvieron que hacer eventos en salones muy grandes, pero con poca cantidad de personas, porque necesitábamos un distanciamiento de personas entre mesa y mesa mínimo de dos metros. la ubicación de mesas a veces nos tenía que salir más porque la ubicación normal era como por núcleo familiar y esos no se incrementan en número de mesas. No todos los proveedores montaban al mismo tiempo (...), se colocaron cabinas de desinfección para proveedores tanto como para invitados (...), decoración y todo esto tuvieron que implementar materiales de	Antes del evento, las medidas de bioseguridad que exigen que es tomar la temperatura, lo del antibacterial, a veces colocamos en las mesitas antibacteriales pequeños, o puntos en distintos lugares de la fiesta en donde tienen antibacterial también, sin embargo, es un poco complicado poder lograr durante la fiesta que la gente mantenga una distancia, eso sí ha sido complicado poder llevarlo a cabo (...), entregar vasos que sean personalizados en donde la gente pueda tener su vaso y lo cuide y teniendo su nombre y todo eso, evitas que tengas que tener contacto con vasos de otras personas. Son sugerencias, pero obviamente va a depender del presupuesto que cada quien tenga para su boda (...). Ya ahorita no se está haciendo mucho, pero se implementaron los vasos de plástico, de acrílico, platos de acrílico que pudieses desechar una vez que las utilizaban, eso también lo manejamos en un principio, ahorita ya no tanto, ya la gente ahorita tiene como más libertad de

quizás más corto de 24 horas pero mucho más largo que la entrada del evento, para no hacer sentir mal a las personas que estaban saliendo positivas previo a, además de eso, los protocolos de seguridad que se estaban implementado en todos los lugares, uso de mascarilla, desinfectante, temperatura, entre otros. A nivel de los proveedores, igual realizamos prueba PCR de todos los empleados y, a diferencia de los invitados que después de cierto tiempo se quitaban el tapaboca y las mascarillas, nuestros empleados en todo momento debían permanecer con sus equipos de seguridad puestos.

que los novios de verdad compraban lo que les dijiste que tenían que comprar, hacer un *checklist* con ellos de cuánto gel tienes, cuántas estaciones tienes para desinfección. Aquí se ponían los arcos que echaban como alcohol por todos lados, (...), en el proceso era verificar que los novios los tuvieran y el día de montaje, instalar las estaciones, verificar que todo funcionara, probar el arco, tener reposición de los geles hidroalcohólicos, de las mascarillas y medir mucho los montajes, eran muy difíciles porque tenías que medir las separaciones de las mesas, tenías que asignar un solo camarero por mesa que era el camarero que iba a estar toda la noche trabajando para esa mesa, (...) esto subía el costo del servicio, los invitados no podían pararse ni a pedir tragos ni a pedir comida, la comida tenía que venir sellada, no podía venir libre (...) se

desinfección para lo que era la vajilla y todo este tipo de cosas. La cubertería pre empacada, antibacteriales, barras de desinfección, a veces mientras el cantante estaba en tarima decía "es hora de desinfectarnos (...)". Cuando veíamos que subía la curva no hacíamos los eventos y cuando bajaba, es que los hacíamos (...).

hacer las cosas, la gente se siente que está volviendo otra vez todo a su normalidad, aunque sabemos que no está todo 100% en su normalidad pero en un principio si se ve mucho temor de muchas cosas y pues si se manejaba. (...) Si tú haces un evento en un sitio que es totalmente cerrado, hay que hacer un proceso de desinfección y todo eso, ahora cuando es un sitio al aire libre en donde yo realmente me especializo (...) no hay tanto desinfección ni nada de eso porque no es un requisito que ahorita nos exijan a menos que el cliente lo quiera manejar así. Eso sí, los mesoneros y los cocineros, todo el personal que está trabajando, con su respectivo tapaboca, usan guantes, (...) gorros, tienen que cuidar mucho lo que es la manipulación de alimentos y tienen que mantener un cuidado con respecto a eso.

			<p>empezaron a utilizar cubiertos de bambú para desechar los cubiertos, se eliminaban las servilletas de tela y se empezaron a utilizar servilletas de papel y bueno un sin fin de cambios (...). Teníamos mesas donde se hacían las pruebas rápidas de Covid, esto se hizo en varias bodas cuando empezaron a llegar las pruebas rápidas (...) otros novios que pedían las pruebas negativas para poder acceder con un día de anticipación, los enviaban a los invitados a un laboratorio y allí el invitado iba, se hacía la prueba y si estaba negativo, podía asistir al evento y también se hicieron como mesas de trabajo con enfermería, con laboratorios y todo eso (...).</p>		
<p>10. ¿Qué problemas surgieron a partir de los cambios?</p>	<p>Muchos eventos que se reprogramaron y tuvieron que volver a cancelarse porque algunos de los familiares había fallecido o estaba delicado con</p>	<p>No solo veo tanto como problema, sino más bien tuvimos que ver de qué manera nos teníamos que adaptar al cambio y ver de qué manera la pandemia</p>	<p>Siempre hay parejas que te dicen que sí lo van a cumplir todo y cuando se va a acercar el día te dicen que no quieren utilizar mascarilla y que no quieren</p>	<p>El presupuesto, para mi público objetivo era que los familiares y amigos estaban afuera, entonces no podían viajar y todo eso fue retrasando y retrasando. Mientras más lo retrases, más aumentaban</p>	<p>Se dañaron alimentos (...), cuando dan la noticia de la pandemia que es a mediados del mes de marzo, yo tenía evento la semana siguiente, el fin de semana siguiente y a las tres semanas</p>

	<p>Covid, el tema de las reprogramaciones afectó bastante a los proveedores porque después de mucho tiempo los presupuestos ya no eran lo mismo pero era ilógico cobrar más ya que había sido algo de fuerza mayor, no había sido algo que había provocado el cliente, tuvimos que reestructurar los contratos, trabajar 2 y 3 fechas a la vez porque habían reprogramaciones más eventos nuevos.</p>	<p>afectaba al gremio de los eventos y que podíamos hacer nosotros para superarlo, entonces ahí hicimos un poco lo que es el tema de los eventos virtuales, hicimos varios eventos virtuales, sobre todo corporativos. El tema de las bodas siempre tratábamos de que se pospusiera la boda precisamente porque uno siempre tiene la esperanza en que se acabara lo más pronto posible (...).</p>	<p>fotos de la boda con mascarilla, (...), el problema más grande era ese, los invitados y los novios que no querían utilizar mascarilla cuando era obligatoria (...) si llegaba supervisor o policía, y todas las personas no tenían el cumplimiento del protocolo Covid, obviamente la responsabilidad recae en el <i>wedding planner</i> porque eres la cabeza de la organización (...). Aquí ya eliminaron todas las restricciones y ya los proveedores no usan la mascarilla, los invitados menos y los novios pues tampoco, se conserva el gel hidroalcohólico, se conserva lo de puntos de desinfección, verificar que nunca falte el jabón en el baño, ya las servilletas se sirven de tela como antes, los cubiertos son igual, las copas ya son las del <i>catering</i>, etc.</p>	<p>los presupuestos entonces creo que, aparte del tema sentimental y de todo el tema psicológico de estar en pandemia, la pérdida de familiares y todo esto, el incremento en presupuesto y tener que reducir las bodas fueron las consecuencias más rudas en los eventos.</p>	<p>siguientes también tenía eventos, eran eventos grandes donde tenía artistas reconocidos y todo esto, se había comprado para estos artistas e incluso para la fiesta (...) y lamentablemente todo eso se dañó porque una vez que entramos en pandemia, todo se venció, habían <i>kits</i> para regalar que eran <i>kits</i> anti resacas, (...) y todo se venció (...). Sucedió también que novias que se iban a casar salieron embarazadas (...) sucedió que pagaron cosas donde muchos proveedores les mantuvieron y respetaron precios pero hubo otros que no, que ya después de haber pasado un año y medio o dos, dijeron que no podían mantener precios y tenían que hacer ajustes de precios (...) yo abogué por muchos novios y hubo proveedores que tuvieron que respetar según los contratos que teníamos, respetar los acuerdos (...) y los novios gracias a dios lo entendieron perfectamente.</p>
<p>11. ¿De qué manera solucionaste y</p>	<p>Los solucionamos básicamente negociando</p>	<p>Posponer las bodas para intentar hacerlas</p>	<p>Conversando mucho con los novios y dándoles la</p>	<p>Con mucha empatía, si yo soy novia yo también estuviera</p>	<p>Me puse a rematar las cervezas para ayudar a los novios a que</p>

<p>afrontaste esos problemas?</p>	<p>entre proveedores y clientes, hubo algunos que pudieron estar de acuerdo y otros que lamentablemente no.</p>	<p>presencial, eventos virtuales, eventos presenciales con plataforma <i>streaming</i> para involucrar a los invitados que están a la distancia.</p>	<p>información, yo hice una capacitación sobre organización de eventos con medidas Covid, y toda esa información yo se la hice llegar a ellos (...) y eso los hacía entrar un poco en razón y ellos decían que es verdad, que no es solo cuidarme yo sino a todos los invitados y sobre todo a las personas vulnerables (...). Buscarle la vuelta, mira se va a ver más bonito este detalle, no lo tomes como que si, en mi boda vamos a tener que usar cubiertos de bambú, dale la vuelta, los cubiertos de bambú los mandas a estampar (...) es un bonito detalle y logramos convencerlos de que es lo mejor.</p>	<p>ansiosa (...), en un principio le daba tareas a las novias, cosas que yo hacía se las empecé a dar a ellas (...), manejamos mucho el tema de detalles para que la gente se sienta más atendido, cuando se hicieron las bodas digitales diseñamos cajitas que pudieran llegarle a las personas y se pudieran sentir como en el evento (...). A nivel psicológico, las escuchaba y las entendía (...) con los proveedores con muchos hablé, les decía que tenían que ser más empáticos, que ninguno de nosotros tenía contemplado a nivel de contrataciones (...) de ahora en adelante tienes que manejarte por un contrato (...).</p>	<p>recuperaran parte del dinero (...), algunos refrescos se explotaron en el depósito donde los tenían (...), los remedios también se dañaron, se dañaron una serie de cosas, eso con respecto a lo materia. Negociar con cada proveedor, para llegar a acuerdos y respetar algunos acuerdos siendo también objetiva y también defendiendo la parte de mi proveedor con respecto a lo que decía de la comida, también yo le hacía entender al cliente (...) y los novios lo entendieron, tuve que mediar entre ambas partes y bueno gracias a dios por ambas partes quedaron contentos (...). Con todo lo demás hubo que mediar y con las que salieron embarazadas bueno, no había nada que hacer, esperar.</p>
<p>12. ¿Qué recomendaciones le darías a los novios que quieren realizar sus bodas actualmente?</p>	<p>Mi recomendación para las nuevas parejas obviamente pues que estén conscientes de que el Covid continúa, de que el riesgo va a existir y de que tenemos que aprender a vivir con él, en este momento se están</p>	<p>Estén super claros de cuál es su presupuesto, porque a partir de allí es que se puede ver hasta dónde uno puede llegar, estar un poco como quien dice, pisando el suelo, porque creo que cuando las parejas están claras</p>	<p>Yo siempre lo que le digo a los novios de ahora es que nunca se paren por el qué dirán los demás, la gente tiende a juzgarte (...), si tú sientes que es el momento de hacerlo, pues hazlo, siempre cuidándote, siempre cuidando a tu</p>	<p>Primero ya no es como antes, ya no podemos hacer las bodas con un año de anticipación, siempre estamos tanto en Venezuela como a nivel mundial con la expectativa de que va a volver a pasar (...) yo lo que les digo es, no podemos organizar una boda con un año de anticipación, ni por</p>	<p>Que se casen porque Margarita se está repotenciando increíblemente, (...) hay que aprovechar de vivir el momento, como yo le digo a los novios, no vamos a seguir posponiendo porque no sabemos si lanzan otra pandemia (...) hay que vivir, como les digo yo, hay que vivir el día a día, continuar y</p>

	<p>haciendo gran cantidad de bodas, los clientes y las personas le están dando más valor después de todo lo que vivimos a celebrar, a disfrutar, a compartir esta experiencia, lo que es el compromiso y el matrimonio con sus familiares y con sus amigos.</p>	<p>de cuánto es su presupuesto y hasta dónde quieren llegar, el proceso es mucho más disfrutable, por así decirlo (...).</p>	<p>familia, siempre siendo responsable, pero eso, que no te dejes decir no y tampoco te dejes empujar. Y lo que siempre le digo a los novios, independientemente del momento en que decidas casarte, cuando vayas a hacer tu boda, búscate a una persona que te ayude a agregarle tu estilo a tu boda, que cuando la gente entre a esa boda diga "es verdad, este es completamente el estilo de Valerie" (...)</p>	<p>presupuesto, ni porque no sabemos qué va a pasar en el mundo (...), lo más importante que yo siempre les digo a ellos, es la calidad de invitados que tu coloques y lo que hagas para ellos (...), no es necesario que tu tengas un presupuesto altísimo para que tu boda sea increíble, es simplemente tener a los mejores invitados, a esos que así llueva, estén en la pista de baile contigo mojándose, ese es el éxito de una boda y nada, hacer lo mejor posible con lo que se tiene y con mucho detalle, que la boda siempre refleje la personalidad de ellos.</p>	<p>aprender a vivir con lo que tengamos, ahorita Margarita como destino de bodas (...) está agarrando vida increíblemente y tenemos todo lo que se necesita para hacer esas bodas de ensueño (...).</p>
<p>13. ¿Qué recomendaciones le darías a las organizaciones que se dedican a esto?</p>	<p>La recomendación es que más allá de lo que estamos viviendo, tomemos las medidas necesarias o las medidas que podamos y a partir de ahí, dejemos que cada invitado tome la decisión de si se expone o no, pero que no dejemos de celebrar, que el momento de hacerlo obviamente va a ser siempre ahora.</p>	<p>(...) Más allá de una recomendación es una invitación a seguir multiplicando o siendo voceros de lo que es la profesión de organizar un evento o <i>wedding planner</i>, porque creo que es una comunidad que hace falta aquí en Venezuela (...)</p>	<p>Que sean más empáticos con el cliente y que no piensen nada más en el dinero, muchos me odian por eso, pero es que es la verdad, perdemos la empatía con el cliente y nos importa mucho más trabajar por el dinero que por realmente ayudar al cliente a ser completamente feliz en su día (...). Mi recomendación es, sean empáticos, sean</p>	<p>Nosotros tenemos que aparte de la empatía y la vocación de servicio, tenemos que tener valores (...) ha habido casos en el que los colegas ponen sobre precios al servicio y los clientes se enteran, no sólo quedan mal ellos, sino también nuestra profesión (...) hay que ser muy honestos con el cliente, sea quien sea.</p>	<p>Hay que incentivar a la gente a que se case, y hay que incentivar a que sea la isla de Margarita el destino ideal para celebrar las bodas, porque acá lo tenemos absolutamente todo, en alguna oportunidad yo hice una campaña con algunos proveedores aliados incentivando a casarse acá en la Isla de Margarita como excelente destino de boda o en Venezuela, hay muchas personas que a veces deciden hacer la boda fuera de Venezuela, porque ven que la</p>

			<i>wedding planner</i> porque les apasiona ver a los novios (...) trabaja con sentimiento, trabaja con pasión, ponle amor y deja a un lado lo material.		logística puede ser un poco complicada, sin embargo ahorita se están sumando a ellos otras personas que quieren hacer alianzas para también incentivar otros lugares que son maravillosos para hacer bodas acá en Venezuela (...) hay que vivir el día a día, hay que continuar la vida porque a veces la gente se queda esperando (...).
14. ¿Surgió alguna reestructuración en el equipo a partir de la cuarentena? ¿Cuál?	Efectivamente la magnitud de los eventos disminuyó muchísimo y tuvimos que reestructurar el equipo primero con personas más cercanas a mí, con quien obviamente la responsabilidad era mucho menor que tener personas lejanas a mi cargo, y obviamente la cantidad de personas que estaban trabajando para mí, ya que los eventos bajaron de 100, 120, 200, 300 invitados, a ser eventos de 20, 25 personas, por lo cual la cantidad de personas necesarias para llevarlas a cabo era mucho menor.	No surgió ninguna reestructuración del equipo a partir de la cuarentena, posterior a la cuarentena si tuvimos que absorber algún recurso humano por tema de cantidad de trabajo.	No, a mi equipo ninguna, la reestructuración surgió cuando me vine porque tuve que hacer cambio de roles (...).	Si, tuvimos que aumentar la cantidad de personal de protocolo, ya no era solamente recibir a los invitados en el evento, sino también tenían las chicas que tomar la temperatura y colocar el antibacterial en las manos.	Justamente ahorita tengo que reestructurar un poco porque una de mis chicas se me va (...) he tenido que reestructurar, metí a unas chicas ahorita también de protocolo, eso depende de la magnitud del evento, somos 4 personas, pero a veces cuando son eventos muy grandes somos 10 o 12, somos un equipo grande. Si me gusta tener esas personas allí con las que puedo contar en el momento en que se dan estos eventos grandes.

<p>15. ¿De qué manera preparaste a tu equipo para afrontar los cambios y para asegurarle a los novios la producción exitosa del evento, la seguridad, bienestar y disfrute de sus invitados?</p>	<p>Preparé a mi equipo con las normas y los protocolos de bioseguridad que estaban manejándose en ese momento, los que se están manejando en este momento, se le realizaba pruebas PCR a todas las personas que estábamos en el momento y adaptarnos a los cambios de la mejor manera, manteniendo obviamente siempre la responsabilidad propia y sabiendo que teníamos que cuidarnos por nosotros mismos para poder salir bien, puesto que obviamente en un evento nosotros estamos extremadamente expuestos por la cantidad de personas que se acercan a nosotros.</p>	<p>Lo más importante es la confianza y el conocimiento (...) teníamos que estar preparados para absolutamente todo, porque era una situación que nadie sabía cómo manejar y teníamos de cierta manera transmitirle esa seguridad y esa tranquilidad a los novios e invitados (...) gracias a dios pudimos adaptarnos al cambio y superarlo a pesar de que seguimos en pandemia (...) Hicimos unas certificaciones de prevención y control de virus, incluyendo el Covid 19 y eso también nos permitió conocer un poquito a que nos estábamos enfrentando en ese momento y cómo teníamos que manejar la situación (...).</p>	<p>Hicimos un curso de protocolo Covid todo el equipo y yo (...) conseguí el curso con el instituto con el que me certifiqué y los incluí a ellos.</p>	<p>Con todas ellas hicimos cursos en varias academias en <i>Event and Wedding Planner</i> y varios talleres en cómo íbamos a afrontar la nueva llegada de los eventos, entonces nada lo que hice fue que con cada quien, por ejemplo, yo tengo una encargada del protocolo y ella es la que dirige después toda la información a las demás chicas, y yo le pasaba toda la información a ellas y lo veían después, hacíamos una reunión en conjunto y un foro, ahí quedamos con una lista y lo hacíamos cumplir.</p>	<p>Hubo que hablar mucho con ellos, manejar todo lo que era la parte psicológica, hacerles entender a ellos la situación que estamos viviendo y que no les afectara ni les diera miedo tener algún acercamiento con las personas, obviamente en un principio cuando salimos de una pandemia cuando tienes tanto tiempo encerrado y te toca salir nuevamente, se sentía un poquito extraño tener que trabajar con tapaboca, tener que trabajar con máscara, porque a parte del tapaboca usábamos máscara también, no era fácil, porque estás acostumbrado a mostrar tu rostro, a mostrar tu sonrisa, a dirigirte directamente a las personas, pero había este tipo de normas que había que seguir para que la gente se sintiera tranquila y segura y nosotros mismos sentirnos seguros también, porque no es solo protegerlos a ellos sino también protegernos nosotros mismos, entonces bueno hubo que dar inducción para manejar todo esto (...).</p>
<p>16. ¿Qué estrategias aplicaste como empresa con respecto</p>	<p>Empezamos a trabajar tomando en cuenta el cierre de los salones</p>	<p>En relación a formatos todo paso a virtual (...) teníamos una reunión</p>	<p>Nosotros lo que hacíamos básicamente era tratar de recomendarle a los novios</p>	<p>Yo traté de que casi todo fuera al aire libre, en espacios cerrados se nos era más difícil que no se nos</p>	<p>La mayoría de los eventos que se estaba manejando fue siempre al aire libre para que la gente se</p>

<p>a los formatos y ambientes que se utilizaron durante la cuarentena?</p>	<p>cerrados y de lugares cuya aforo no estaba permitido, empezamos a trabajar en locaciones al aire libre, se empezaron a habilitar y conseguir quintas en las zonas de Caracas, Alto hatillo, La lagunita, etc, de muy buen nivel y se empezaron a utilizar y a ambientar para ser utilizadas en eventos, algunas de ellas ya se tomaban en cuenta como locaciones en jardines, pero con todo esto se requirió buscar y ubicar locaciones o lugares que funcionaran como tal. Adicional a eso se tomaron medidas como el cambio del servicio de alimentos y bebidas, empezamos a tener mayor control de las personas que se encargaban de este servicio, empezamos a colocar o a solicitar a los servicios de <i>catering</i> que las unidades de comida se sirvieran de manera personalizada, que no se</p>	<p>semanal donde nos dábamos estatus de todo (...) En relación con los ambientes, obviamente hacíamos recomendaciones y nosotras mismas utilizábamos espacios adaptados, por así decirlo, solamente para trabajar (...).</p>	<p>que todo fuera al aire libre, en cuanto a ambientes, lo mejor era que fuera al aire libre para tener un mejor manejo del sitio, de la locación, mientras fuera así, las restricciones eran mucho menores que si era en un salón cerrado (...), lo que hicimos fue enfocarnos más en eso, en ambientes abiertos. Formatos pequeños era lo que estábamos manejando, bodas de máximo 50 personas. No hice ninguna boda virtual (...) siempre he sido enemiga de lo virtual, eso para mi es terrible (...).</p>	<p>contagiaran los invitados (...) traté de que siempre tuvieran su antibacterial y su distanciamiento (...), nosotros como equipo si cuidamos mucho el distanciamiento, el uso de todo el material de bioseguridad.</p>	<p>sintiera más tranquila, más cómoda, más segura, manteniendo las normas de bioseguridad, estos fueron los aspectos principales que se utilizaron, (...) hay un cliente que me pidió que se le hiciera prueba de Covid a los proveedores si se sentían los síntomas (...), nosotros tenemos un kit de bioseguridad, que es lo que utilizamos para garantizar que los proveedores que asistan a los eventos no estén contagiados de Covid y así podamos estar todos más tranquilos (...).</p>
--	---	--	--	--	---

<p>utilizaran bandejas donde muchas personas pudiesen meter la mano, al momento de servir el <i>buffet</i>, si no podíamos manejar un plato servido que se tenía más control, sino un <i>buffet</i> por la cantidad de invitados, que sea una sola persona bien protegida la encargada de realizar el servicio etc, utilizamos detalles como estaciones de bioseguridad que hacían sentir a la gente, valga la redundancia segura, donde colocábamos de manera divertida mascarillas, <i>face shield</i>, antibacterial y jabón o alcohol personalizado con las etiquetas o con los nombres de los novios, colocábamos gel antibacterial en todos los puntos importantes o de aglomeración, por ejemplo la pista de baile, barra de bebidas, el servicio de <i>buffet</i>, la entrada, los baños, etc.</p>				
--	--	--	--	--

<p>17. ¿Consideras que los eventos que realizaste a partir de la cuarentena lograron superar los objetivos y satisfacer a tus clientes? ¿Por qué?</p>	<p>Sí, efectivamente lo considero, la satisfacción del cliente en todos los casos fue total, también por un tema en el que en ese momento estábamos todos muy vulnerables, y bueno logramos realizar eventos, sobre todo las bodas que es un momento tan emotivo, eventos donde pudimos acercarnos a las personas que estaban lejos mediante la tecnología y a su vez tener acá con todas las medidas de seguridad necesarias a los que bueno, pudieron compartir con los clientes. Quizás fueron eventos pequeños, pero estuvo el que tenía que estar, familiares muy cercanos y amigos muy íntimos. Entonces ser parte de eso y apoyar a los clientes para que esto se dé a cabo, de verdad que logró la satisfacción plena de todos ellos.</p>	<p>Nos damos cuenta de que nuestros clientes están contentos cuando de verdad ellos no tienen palabras para agradecerles todo el trabajo, como en absolutamente todo siempre hay detalles y siempre se logran resolver (...) cuando uno termina el evento y uno ve que ellos los novios están contentos, que la familia está disfrutando con ellos, que bailan, uno siente la satisfacción (...).</p>	<p>Sí, porque la mayoría de los clientes que se casaron durante la pandemia y pospandemia siempre tenían ese sentimiento de tristeza de que mi boda no va a ser lo que yo espero, me voy a casar pero esta no va a ser la boda con la que yo he soñado desde que soy niña (...), el fuerte de mis clientes son las novias, las mujeres, el trato directo con mujeres (...), el trauma era mi boda no va a ser lo que soñé desde que soy pequeña y al final, cuando veían el resultado que había sido más de lo que soñaron, mucho más sentimental, mucho más a detalle y que fue una boda mucho más cercana, se sentían genial, lo que expresaban era "pensé que no lo iba a tener y tuve más de lo que pensaba", etc.</p>	<p>Sí, en su mayoría todos quedaron complacidos. Cuando iba saliendo cada dificultad, con colegas a nivel internacional, con los cursos que realicé y los talleres, y también con el equipo de trabajo ir diseñando que se iba a hacer para contrarrestar todo. Decirle a las novias bueno tu boda ya no puede ser de 300 personas, la podemos hacer de 50, pero te van a mantener los precios, te vamos a montar esto, lo otro, entonces toda esa parte creativa no solamente de mi parte, sino de todo un equipo (...).</p>	<p>Gracias a Dios, totalmente. Los clientes quedaron súper contentos, a pesar de que teníamos un poco de miedo por la cantidad de personas que íbamos a manejar, porque sabíamos que la policía podía estar por ahí tú sabes, echando bromas, los clientes quedaron súper satisfechos, súper contentos, gracias a Dios no tengo queja alguna, solamente en un evento que un fotógrafo se fue con el virus, tenía como gripe o algo así, no me dijo nada, yo no me di cuenta y bueno, el novio asegura que el fotógrafo contagió a mucha gente de sus invitados (...).</p>
---	---	---	--	---	---

<p>18. ¿Cuál fue el nivel de éxito con respecto a las estrategias aplicadas?</p>	<p>Es bien difícil contestar esta pregunta, porque obviamente no teníamos conocimiento de lo que pasaba después de salir del evento en todos los casos, considero que sí podemos decir que en aquellos eventos donde se realizó la prueba PCR el nivel de contagio fue mínimo, hubo un par de casos donde lamentablemente hubo contagio y donde lamentablemente hubo pérdida, hablo de un caso en específico, no fue una boda, fue una fiesta de 15 años, pero bueno es porque mientras conocíamos el Covid nos dimos cuenta de esos detalles como que hacer una prueba antes no nos garantiza que al día siguiente esta persona no pudiera estar infectado, pero de verdad que en la medida que fuimos aprendiendo y que los clientes se adaptaron sobre todo a usar las</p>	<p>Tuvimos muy buena receptividad en cómo manejamos la situación, gracias a dios todos nuestros novios tomaron decisiones de las cuales después estaban contentos de haberlas tomado.</p>	<p>Bueno yo creo que fue bueno, yo siento que me fue bien, (...) yo me vine en cero en el 2020 y luego en el 2021, plena pandemia todavía, fue que yo empecé a repuntar y que me empezaron a llamar novias y me sentí bien, sentí que tenía éxito, porque publicando una boda en pandemia, te llaman tres que dicen, “esta muchacha me puede hacer mi boda”, yo si siento que tuve éxito y bueno este año sigo en eso y ahí voy.</p>	<p>El éxito de parte de nosotros los proveedores fue al 100%, cada uno de nosotros nos cuidamos bastante, con los invitados fue difícil, porque no querían usar el tapaboca (...) ya era un tema de responsabilidad de de cada uno (...), en un 100% no salió como nosotros esperábamos que saliera.</p>	<p>Fue bastante exitoso realmente, los comentarios fueron muy buenos, uno sabe que un evento es exitoso o no cuando escuchas muy buenos comentarios, cuando ese cliente te recomienda con otros clientes, cuando ese cliente te llama y te escribe para preguntarte como estás y yo creo que el nivel de éxito superó las expectativas de los novios, porque quedaron tan contentos que me invitaron a su casa, después de la boda nos reunimos (...) y hoy en día tenemos bonita amistad (...). Esas bodas que se iban a dar en pandemia y se tuvo que posponer, hicimos muy bonita amistad, gracias a dios los comentarios fueron bastantes buenos (...).</p>
--	---	---	--	--	---

	medidas y a tomar en cuenta las medidas de bioseguridad antes de la vacuna logramos que de nuestros eventos salieran muy pocas personas contagiadas.				
19. ¿Qué estrategias llevaste a cabo para que tus producciones no bajaran el nivel de calidad?	Básicamente trabajar con los proveedores con los que se venía trabajando y con nuevos proveedores también, porque el servicio tenía que seguir siendo el mismo, quizás aplicando nuevos estándares de seguridad que no manejábamos antes, de limpieza, de bioseguridad, pero manejando el mismo nivel de calidad, los mismos estándares de calidad a nivel de servicio, a nivel de producto, así que eso era lo que mantenía la calidad del evento. Podía ser eventos con menor cantidad de invitados, pero la calidad de la comida, de la bebida, del sonido, de la iluminación, de la decoración era	Buena la verdad es que ninguna medida, siempre se hacía la sugerencia de contemplar así sea una prueba rápida de ingresar a la locación o unos días previos, pero eso tampoco afectaba en la calidad de la producción, entonces creo que solamente eso.	Lo que te comenté, hacer producciones con mucho nivel de detalle, contarles a los novios todas las cosas bonitas, porque hay veces que a los novios no se les ocurre personalizar las copas, (...), personalizar abanicos para los invitados (...), me enfoqué mucho en eso, en contarle a ellos todo el nivel de detalle que podían tener en enamorarlos con esos detalles y eso fue lo que ayudó bastante también.	La idea de NS bodas siempre es manejarse bajo una estrategia de diseño, entonces nosotros en base a ese diseño seguimos manejando <i>moodboard</i> , seguimos manejando mucho detalle en la boda, que tu llegaras, te sentaras y que estuviera tu nombre ahí grabado en el plato, la servilleta, que si estabas en tu casa y el evento era vía <i>online</i> te hicimos llegar cosas a tu casa con una nota muy bonita (...).	Hacerlos con todo el cariño, cuidando que no se nos escaparan esos detalles como lo de cuidar a los demás y cuidarnos nosotros mismos con respecto a cumplir con estas normas, que la gente se sintiera cuidada, atendida, yo creo que ese fue el éxito, porque mucha gente tenía temor quizás de ir a bodas, nosotros a pesar de todo siempre hacíamos lo que es la confirmación de asistencia que es parte del servicio que atendemos de los invitados, muchas personas decían que no iban a ir porque tenían Covid, o no iban a ir porque les daba miedo que tuviesen Covid, y las personas que asistieron a la boda quedaron super contentas, las bodas que tuvimos pospandemia fue realmente un éxito y yo creo que también fue porque nosotros hicimos cumplir todas estas normas para poder llevar cada evento.

	exactamente el mismo o mejor, porque pues había que darle un incentivo extra al cliente por todo lo que se estaba viviendo.				
20. ¿De qué manera lograste que los clientes confiaran en el manejo e implementación de estas?	Por la confianza que el cliente venía manejando conmigo y para con mi equipo, nosotros nos apoyábamos, yo en mi caso me apoyé de una infectóloga que es muy amiga y que le he hecho los eventos de su hija y del colegio de su hija y ella fue la que nos dio algunas directrices y nos apoyó con todo este tema de las pruebas PCR y de esta manera los clientes se sintieron confiados, porque había un profesional encargado de esto y después de ese primer y segundo cliente, los demás clientes empezaron a ver que se estaba manejando, además entendiendo que más allá de lo que hiciéramos nosotros, ya era un riesgo de cada	Nosotros tratábamos de ver cuál era la mejor manera de manejarlo con los novios, sin embargo ya cuando uno toma la decisión de trabajar con un <i>wedding planner</i> uno tiene que tener demasiado <i>feeling</i> , te tienes que sentir escuchado (...) <i>nuestros</i> novios tenían muchísima confianza en nosotros y eso nos permitió manejar la situación de la mejor manera y dar las sugerencias que nosotras veíamos más oportunas.	Ellos se apoyaban siempre en referencias anteriores, debo decir que la mayoría de mis clientes los he sacado de fiestas (...) están en una boda y en esa misma boda, se me acercan, me piden el número y al día siguiente me están escribiendo.	La gente siempre confía mucho en las academias (...), son cosas de renombre, a la gente le da confianza con eso, al yo presentar las certificaciones de toda la programación de bioseguridad que se estaba haciendo desde Colombia, Miami, España les daba mucha seguridad (...), yo les presentaba el riesgo, no solamente les puedes decir lo positivo, les tienes que decir lo que pudiese pasar.	Como yo tengo la oportunidad de poder conversar con cada uno de los invitados de la boda, porque generalmente nosotros antes de la boda hacemos una confirmación de asistencia que hacen mis muchachas, pero yo particularmente hay una llamada que hago que es la llamada final y yo pude conversar con cada uno y transmitir la tranquilidad y la seguridad de que ellos estarían bien, porque íbamos a estar en un sitio al aire libre (...) yo pude conversar con cada una de estas personas y darles la seguridad de que nosotros íbamos a tener la implementación de lo que eran las normas de bioseguridad y que además de eso (...) pasamos información de interés para asistir a la boda que decía "es obligatorio el tener las vacunas puestas para poder asistir a la boda y para que le puedan dar ingreso a la boda" (...) hacer que la gente sea cuidadosa con eso (...), cuando llegues al

	<p>persona que asistiera a sus eventos lo que pasará o no, porque por mucho que estuviésemos preparados, siempre había un 1% de posibilidad de contagio, así que básicamente, esa fue la forma.</p>				<p>lugar te van a hacer la prueba (...), se hizo a través de un documento que enviamos previo a la boda antes de que la gente decidiera viajar y les decíamos a través de ese documento que si tenías síntomas, no asistieras a la boda.</p>
<p>21. ¿Qué tendencias consideras que han surgido a partir del Covid-19 a nivel internacional y nacional?</p>	<p>Se empezó a trabajar en lugares abiertos que ya se hacía, pero en mayor porcentaje de eventos al aire libre, eventos de menor cantidad de personas, empezamos a trabajar lo que son las bodas <i>petite</i>, bodas de pocos invitados, los necesarios, los íntimos, los papás, los tíos, los abuelos y ya, se empezó a trabajar lo que son los servicios de boda a distancia con servicios <i>streaming</i>, nosotros particularmente le sugerimos a los clientes que a las personas cercanas y que pudieran que estaban fuera del país y que no podían</p>	<p>(...) Si puedo decir como que rescatando de cosas positivas que nos dio la pandemia en relación a los eventos es que se empezó a involucrar el tema del <i>streaming</i> con las personas que no podían estar presentes.</p>	<p>Por ejemplo, yo he visto que acá en España, se ha dejado un poco de lado el exceso de gasto en decoración, ya la gente hace las decoraciones mucho más sencillas y se enfocan más en una buena comida, una buena cantidad de bebidas y una buena música, mientras que, por ejemplo, en Caracas si veo que sigue creciendo mucho auge de "mientras tu boda tenga más flores, más cristales y más romponpon, es la mejor (...).</p>	<p>Las tendencias son bodas más pequeñas (...) se ha salido muchísimo del círculo de confort, son bodas mucho más emotivas que antes, al ser más emotivas ha incrementado mucho el detalle. y eso trajo como beneficio trabajo para otros proveedores (...).</p>	<p>Los obsequios, los <i>souvenirs</i> que dan, por ejemplo siempre cuando vas a una boda te dan un <i>souvenir</i>, lo que daban era el tapaboca personalizado (...), antibacteriales personalizados, buscamos darle la vuelta para hacer eso como algo bonito (...), las tendencias como tal ahorita se utiliza mucho lo que tiene que ver con verde, lo que es la parte decorativa, la combinación entre lo verde, lo blanco, con muchas lucecitas, donde no haya tanto desperdicio de flores, la gente ahorita valora más el tema de compartir, yo a veces trato como de venderle la idea de hacer un <i>cocktail</i> de bienvenida previo a la boda para romper el hielo, para que esas personas que están distantes, puedan reunirse todos y romper el hielo y así el día de la boda se sientan más seguros, más</p>

	asistir por temas prohibición de vuelos, les enviaran de alguna manera un detalle de la boda y los conectábamos por <i>streaming</i> con todos para que pudieran estar durante la ceremonia y durante la celebración.				tranquilos y más compenetrados, porque ya se conocen (...).
22. ¿Qué ideas creativas propias tuviste para adaptarte a esta situación?	Todo lo que tenía que ver con protocolo de seguridad, de manera jocosa, de manera decorativa en los eventos, el uso y el manejo de la mesa de postres, no como lo hemos venido haciendo durante tantos años donde todos toman postres en una misma mesa, sino que más bien fueran los postres a la mesa de cada invitado personalizados en cajitas donde cada persona después tomara una cajita y lo que se iba a llevar a la boca lo había agarrado solo el (...), todo lo relacionado con personalización y con la búsqueda de que menos	En segundo lugar, decidimos transformar un poco la comunicación que estábamos teniendo en las redes sociales dirigiéndolo a mensaje un poco más positivos, de cuando esto pase, esto es lo que puedes hacer, esta es la manera de manejar con los proveedores, más como mensajes motivacionales o recomendaciones tomando en cuenta la situación en la que estábamos.	Yo me hice mascarillas personalizadas para mi y para todo mi equipo de trabajo, compré envases de gel que los personalizaba con todo lo que es de la empresa y todo era súper así, todo personalizado enfocado a eso (...) Aproveché de hacer lo que siempre había querido hacer pero me parecía una tontería, por ejemplo, nosotros teníamos franelas de uniforme y la primera que agarrábamos era la que nos poníamos, eran talla única y ahora tocó personalizarlas, cada franela con sus nombres porque no se pueden poner las del otro (...). Personalizar todo y llevar	Las cajitas de regalos que enviaremos a casa (...) las tarjetas de invitación (...) les creaba textos muy bonitos para que la gente sintiera todo muy sentimental, todo muy lindo, se implementaron ADS digitales (...) implemente las listas de regalos.	Una de las ideas fue hacer lo del <i>cocktail</i> para reunir a las familias, para que la gente se sintiera cómoda y segura, y además de eso se rompía el hielo, lo de los tapabocas, lo de por ejemplo la parte de la iglesia para que puedan entrar la cantidad de personas que nos permite el padre, hubo que implementar unas cosas en la iglesia para que la gente se sintiera más cómoda, más tranquila, pero decirte algo así creativo, te voy a decir, creativas muchas cosas, pero no con respecto al Covid como tal (...) te voy a explicar, cada pareja es diferente, tienen requerimientos diferentes y tienen presupuestos diferentes, entonces buscas adaptarte a los gustos y preferencias de cada quien, siempre surgen cosas, pero basados en la personalidad de

	personas manejaran un mismo producto dentro de un evento.		todo al detalle, para mí el tema Covid ha sido un empuje al detalle en todo (...) Lo único que hice yo que no sé si hacen los demás, era que antes y después de cada fiesta, yo le daba a todo mi personal <i>test</i> de antígenos, bueno, todavía de hecho (...).		cada quien, siempre surgen ideas (...) con respecto al Covid en este momento no recuerdo nada, pero sí sé que surgieron muchas cosas maravillosas porque gracias a dios las cosas fluyeron de la mejor manera (...).
23. ¿Qué ideas creativas tuvo tu competencia?	Supé de algunas personas que implementaban medidas de bioseguridad, donde había un rociado de productos químicos que en su momento se pensaba que podían ser beneficiosos en contra del Covid.	Es bastante difícil, porque no tengo ni la más mínima idea.	La mayoría hacían lo mismo, personalización de mascarillas y de todo lo que tenía que ver con kit de Covid, aquí habían unas muchachas que hacían unos estuches con los nombres de los novios y le regalaban uno a la novia y uno al novio, eso traía la mascarilla con el nombre de la novia y la otra con el nombre del novio, gel hidroalcohólico, gel de lavado de manos normal, jabón normal, toallitas desinfectantes y bueno, la mayoría se enfocó en eso, en hacer detalles que fueran de protocolo Covid (...), dejar folletos,	Acá con Covid no se realizaron eventos, solo yo. (...) lo que sí vi que hicieron fue los talleres de bioseguridad (...) ellos no se arriesgaron a hacer eventos con Covid-19 (...).	Lo de hacer el servicio de bodas íntimas en casa, recuerdo que una colega estaba llevando lo que era la torta con un arreglo y lo llevaba para casa y le daban la sorpresa a la gente, era como un <i>delivery</i> más que todo, les llegaban a las personas a su casa con esta sorpresa, a mi particularmente me parece chévere, porque capaz la gente no se lo esperaba (...), lo vi con un par de colegas, una de Caracas y otra de aquí de Margarita (...).

			recomendaciones, y todo enfocado a las medidas de bioseguridad.		
24. ¿Cuáles has puesto en práctica?	No los tome en cuenta para utilizarlos en mis eventos. Básicamente pusimos en práctica lo que se estaba usando en el resto del mundo, pruebas PCR previos al evento y todas las medidas de bioseguridad antes y durante el evento como tal.	Tampoco la sé responder, porque es la misma pregunta.	No, no puse en práctica nada de eso.	-	Yo creo que lo llegué a hacer un par de veces también, pero no se me dio tanto la oportunidad de hacerlo, porque ya cuando empecé a trabajar así era más que todo cumpleaños muy íntimos de personas muy cercanas a mí y ya luego cuando empecé a trabajar, pero fue con eventos grandes de 100 personas, yo creo que fui una de las que se atrevió a hacer uno de los eventos así para 100 personas (...). Lo de las bodas íntimas en casa si me gustó la idea de hacerlo, pero no lo hicimos tantas veces porque realmente no era tan rentable (...) no era lo que yo quería hacer realmente (...) yo me negaba a hacer este tipo de bodas, yo soy de las que piensa que uno debe vivir la vida y así le decía a los novios, tú tienes que continuar la vida, no podemos vivir pensando que la vida nos va pasando y nos vamos a morir (...).

**Fuente:** Elaboración propia (2022)

## **5.2 Interpretación de resultados**

Dentro de la interpretación de resultados según Aldana, G citada por Aceituno, C, Alosilla, W y Moscoso, I (2021):

Los autores expresan la significatividad de comparar los hallazgos con los resultados anteriores, el cual permite construir juicios críticos sobre la validez y fiabilidad de los resultados, que a partir de la interpretación realizada refleja el sentido del entendimiento de la temática. (p.10)

Esto va a permitir que, a partir de esto, se logre determinar las líneas de investigación para trabajos similares que se realicen posterior a este. (Aldana citada por Aceituno, Alosilla y Moscoso, 2021)

### **5.2.1 Analizar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner* en Caracas, Venezuela.**

El objetivo general planteado para esta investigación se confirmó debido a que el Covid-19, además de tener un alcance sistémico por afectar todas las dimensiones de la vida social (Mesa, 2020), generó un gran impacto y obstáculos en el camino de las *wedding planner* al momento de producir eventos, afectando su trabajo de diferentes maneras.

Sin embargo, todas las profesionales en esta área encontraron una solución y diferentes alternativas para reinventarse, adaptarse a la situación y así avanzar, proceder y llevar a cabo los eventos sin dejar de cumplir con las restricciones del momento de cada país. Además, surgieron estrategias, cambios, tendencias e ideas que permiten a este rubro ampliarse, teniendo mayor alcance y asumiendo la responsabilidad con conciencia y preparación con respecto a la producción de eventos.

Al analizar el impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner*, se pudo identificar que no necesariamente las consecuencias que

se originaron son negativas, sino que logran ser positivas en distintos ámbitos, como, por ejemplo, en la realización de bodas que le permiten a los novios vivir el momento desde lo emotivo y emocional, más allá de lo material.

Con respecto a los impactos negativos, las entrevistadas señalan que, a nivel personal, tuvieron que adaptarse a la situación que estaban viviendo en el área laboral. Según la OMS (2021) las personas tienen que estar separadas de las demás por estar expuestas al virus teniendo gran probabilidad de estar infectados, por esta razón la realización de eventos quedó en pausa, lo cual afectó la economía de las *wedding planner* y de todos los trabajadores en el área e involucrados, como también la reducción de la cantidad de eventos que se hacían mensuales, teniéndose que adaptar a las nuevas modalidades y formatos, con los cuales ellas no estaban familiarizadas y les costó tomar la decisión de arrancar.

### ***5.2.2 Identificar los factores que afectaron la producción de eventos de la wedding planner durante y después de la cuarentena en Caracas, Venezuela.***

Con respecto al primer objetivo específico de la investigación, se logró identificar con éxito la gran cantidad de factores que afectaron la producción de los eventos y se entendió el antes y después de la cuarentena, ya que tienen una trayectoria profesional de más de cinco (5) años, con certificaciones en institutos reconocidos y cursos que realizan para ponerse al día con las nuevas tendencias que se dan con el pasar de los años. Según Olivares (comunicación personal, mayo, 2022) esta profesión nace de una necesidad mundial que viene de años, a la cual se le dio nombre hace poco, por la necesidad de los novios de casarse y agilizar el proceso de planeación, por esto mismo la experiencia de las profesionales es de años a nivel nacional e internacional.

Es importante saber esto, debido a que el recorrido y la experiencia en el área de planificación de bodas, es relevante para poder comparar el antes y

después de la cuarentena para poder definir con más claridad el verdadero impacto del Covid-19, estas profesionales pueden sentir más los cambios que surgen y el contraste entre las restricciones y factores que se presentaron a partir de la pandemia en la producción de eventos.

Las profesionales en el área de *wedding planner* coincidieron en que el área del entretenimiento y encargados de los eventos sociales se detuvo y se vieron en la obligación de suspender los eventos y reprogramarlos, quedó en pausa causando desempleo e impidiendo que los involucrados, tanto proveedores como equipo de trabajo, generaran ingresos, siendo este campo uno de los primeros en detenerse y uno de los últimos en activarse. Viéndose en la necesidad de reinventarse y buscar otras alternativas que pudiesen tener alguna entrada económica.

Los clientes también se vieron afectados por las restricciones de la cuarentena. Para la pareja que soñaba con una boda, el hecho de no poder realizarla, la incertidumbre con respecto a cuándo van a reprogramar la boda, no saber cuándo se liberarían las limitaciones que se habían establecido, el sentir que no podían tener a sus familiares que viven fuera del país en esta fecha tan especial por las normativas de las aerolíneas y suspensión de vuelos, el miedo por realizar una fiesta de tantas personas como querían, la decisión de no querer casarse con mascarillas y que sus fotos sean con este, trajo repercusiones en ellos a nivel psicológico y emocional.

Al mismo tiempo, se comentaron otras consecuencias que surgieron, como por ejemplo, el público americano de una de ellas no se quería vacunar y casos que ocurrieron como la ruptura de las parejas en el proceso de postergar la boda. Estas restricciones también trajeron consigo un aumento de presupuesto no contemplado, los proveedores sufrieron consecuencias por la falta de preparación, entendiendo que fue un suceso inesperado y que nadie estaba preparado para una pandemia de este nivel, los agarró desprevenidos y se encontraron en diferentes situaciones con respecto a esto, tanto los que mantuvieron los precios a sus

clientes, los que no estaban de acuerdo y los que simplemente no devolvieron el dinero.

Así mismo, dado a todos estos aspectos mencionados, se empezaron a realizar bodas íntimas y en casa, donde solo asistían los amigos y familiares más cercanos con una cantidad muy reducida de personas. Por otro lado, las entrevistadas comentaron que, así como se empezaron a realizar bodas más íntimas, también se empezaron a tomar en cuenta los detalles y se le dio a esto un valor muy grande y significativo.

Las profesionales señalan que no ven los otros *wedding planner* como competencia y tampoco se fijan en lo que lo que ellos realizan con respecto a la planificación de bodas. Los catalogan como colegas o amigos de los cuales se pueden apoyar en algún momento de ser necesario.

Sin embargo, una de ellas comentó que una de las cosas que diferencia a su empresa de la competencia es el vínculo que logra crear con los clientes. Otra de las *wedding planner* se diferencia por tener aliados en todos los destinos en los que realiza las bodas y receptivos que las ayudan a dar confianza y seguridad a los novios, además de la tranquilidad que les dan cuando los ayudan con la asistencia previa, durante y posterior de la boda destino.

Por otro lado, una de las profesionales hizo ver a la competencia de manera contraria a las demás, debido a que considera que la misma crea un ambiente poco beneficioso entre ellos y no es la mejor, en cambio, ella comenta que se diferencia por ser humilde al enseñarle a gente nueva en el área y transmitirles todos sus conocimientos y experiencia. Otra de ellas considera que se destaca por la personalidad y por ofrecer un trabajo personalizado de principio a fin, teniendo un equipo completo y un *link de save the date* en su página web que le permite tener un material de valor para los novios e invitados. Por último, otra se destaca por generar conexiones y relaciones con sus clientes y afirma que la pandemia es un suceso que ayudó a esto por el tiempo que estuvo en contacto con las clientes hasta el momento en que se realizó la boda de los mismos.

Al tener en consideración las competencias que las destacan a cada una con respecto a los demás, se puede entender que cada una de ellas tiene una experiencia de años, que les permite tener un nivel de clientes alto y tienen valores y conocimientos relevantes que ayudan a entender el por qué, entre muchos, ellas son las elegidas de los novios y logran tener la confianza de cada uno de sus clientes y proveedores al momento de tomar las decisiones correctas y afrontar la situación que se vive actualmente.

Así como se diferencian, cada una de ellas se dirige a un público específico, la entrevistada número uno va dirigida a parejas de alto *target* que quieran realizar su evento y no tienen conocimiento alguno de lo que es planificar una boda. La entrevistada número dos se enfoca en ciudadanos venezolanos y americanos que viven tanto en Venezuela, como en otros países alrededor del mundo, realizando bodas destino. La entrevistada número tres busca venezolanos que quieran realizar su boda tipo cóctel en España.

La entrevistada número cuatro se enfoca en la comunidad árabe y venezolanos que emigraron y vienen al país a casarse. La entrevistada número cinco se dirige a personas que están fuera de la Isla de Margarita o de Venezuela y quieran hacer su boda destino en Margarita. Entender el público objetivo de cada una de ellas ayuda a visualizar de qué manera realizan las bodas, según los estilos de sus públicos a los cuales se dirigen y las exigencias de cada uno de ellos, entendiendo también las medidas y los factores que las afectan directamente dependiendo de eso y de las restricciones o situación de cada país.

Con las respuestas de las cinco entrevistadas, se pudo identificar que ninguna realiza la cantidad de bodas que acostumbraba antes de la pandemia, señalan incluso que hay meses en los que no hay bodas y que, antes de la pandemia, se acostumbraba a hacer entre tres o cuatro bodas al mes, idealmente una por fin de semana y se presentaban casos de meses donde tenían más de cuatro bodas.

La primera entrevistada comentó que tiene dos y tres al mes, la segunda señaló que no tiene más de tres, la tercera una por mes y la cuarta y la quinta entrevistadas dijeron que de una a dos bodas mensualmente. Las entrevistadas mencionaron que es atípico la cantidad de bodas que tienen ahorita, que el Covid afectó en ese aspecto también. Es por esto que se logra percibir cómo se ve el efecto que tuvo a nivel de realización y elaboración de bodas el Covid-19, es decir, si realmente disminuyeron la cantidad de bodas por este motivo.

Todas las *wedding planner* entrevistadas coinciden que, a pesar de ser ellas las cabezas del equipo, tienen una asistente que las apoya con toda la producción del evento, una *bridal assistant* que es la encargada de estar, el día de la boda, con la novia desde que se empieza a preparar hasta que termina la fiesta, y el personal de protocolo que, la cantidad que tiene cada una como apoyo, va a depender de la magnitud del evento y la demanda que este requiera.

Adicional, se comentaron algunos cargos que son parte del equipo de la empresa como lo son el jefe de sala, recursos humanos, ingenieros de sistema, departamento administrativo, supervisor de tarima, supervisor de alimentos y bebidas y coordinador operativo. Es importante destacar que estos equipos van a variar dependiendo de los servicios y actividades que se implementen para la boda y los que la empresa ofrezca.

Se pudo ver que el Covid-19 ha influido en la cantidad de personas y las responsabilidades que se le asignan a cada uno y se refleja en el momento que las entrevistadas, comentaron que, a partir de esto, en la etapa de pospandemia, se implementaron las mesas para las medidas de bioseguridad, en algunos casos que los clientes tomaron la decisión de colocarla que requerían de mayor apoyo logístico o algún encargado, lo que va a depender de las exigencias de seguridad o cantidad de protocolo y atención personalizada que la pareja desee.

Normalmente, según Olivares (comunicación personal, mayo, 2022) ser *wedding planner* genera una cantidad alta de ingresos, por la demanda que se presencia en los últimos años por los novios, actualmente gracias a la disminución

de restricciones, han vuelto a la cantidad que manejaban antes y por esto se han visto en la necesidad de hacer cambios dentro del equipo.

La entrevistada número uno ofrece en su empresa servicio de *catering* y adicional a eso, cuenta con equipo de animación, entretenimiento, sonido e iluminación, fotografía y producción de videos para mantener los recuerdos de lo que se está haciendo con respecto a mobiliario y decoración. Con respecto a la entrevistada número dos, menciona que todos son de igual de importantes en su equipo, el servicio de bebida y comida son los más importantes, pero si ella tuviera que escoger tres sería la música, el mobiliario y el estilismo de la novia. En caso de ser al aire libre el evento, ella sugiere un toldo y el servicio del fotógrafo.

La entrevistada número tres menciona al fotógrafo como uno de los proveedores más importantes. La entrevistada número cuatro, señaló que los proveedores más importantes son la comida, la bebida, la decoración, la música sacra y el sonido, mientras que la entrevistada número cinco comenta que el proveedor de plantas eléctricas es el más importante a la hora de realizar una boda en La Isla y luego vendría la comida.

Los proveedores son un factor relevante a la hora de realizar un evento. Los *wedding planner* son fundamentales para los proveedores, debido a que los mismos tienen la capacidad de hacer un seguimiento continuo, liderar la organización y resolver los problemas que se puedan dar antes y durante el evento, evitando el estrés del montaje del evento matrimonial (Reátegui y Torres, 2017).

Con respecto a la primera entrevistada, ofrece servicios de asesoría, planificación, organización, control de preparativos, servicios de logística y protocolo, así como el acompañamiento completo durante la boda. Las dos y la cinco, brindan servicios de coordinadora de bodas y añadido a esto, en las bodas destino, ofrecen asistencia, supervisión, asesorías y asistencia en el *trash the dress*. La tercera se especializa en dar servicios de organización completa de la boda y la coordinación del día, pedidas de mano, asistencia de la novia y *full experience* de los novios. La cuarta ofrece servicios desde el diseño del evento

hasta la entrega del material audiovisual y además, presta un servicio únicamente para bodas árabes como la organización y coordinación una semana antes de la boda.

Cada una de las *wedding planner* presta servicios que pueden ser distintos entre ellas, pero a la vez presentan similitudes entre sí, entendiendo que los servicios que ofrecían se vieron afectados de igual manera por la aparición del Covid -19.

Las entrevistadas pusieron en práctica gran variedad de estrategias con respecto a los formatos, como el presencial que según Galmés (2010) son los que desarrollan una interacción cara a cara y el híbrido que en los últimos meses ha tenido gran relevancia, debido a que se fusionan los invitados presenciales y los que están de manera virtual a la distancia (Amarelle, 2020).

Incluido a esto, los ambientes que se utilizaron durante la pandemia, donde destacó la implementación de locaciones al aire libre por ser la alternativa más accesible y segura para llevar a cabo la boda, evitando los espacios cerrados. También destacaron las estaciones de bioseguridad, es decir, colocar un puesto específicamente para medidas de bioseguridad con *kit* de bioseguridad como gel hidroalcohólico, reposición de mascarillas y *face shield*, como también se colocaron, en puntos importantes y donde puedan frecuentar las personas, gel antibacterial para que esté al alcance de los invitados.

Otras de las estrategias fueron los detalles, decoración, copas, platos, servilletas y todos los accesorios para los invitados personalizados, con el nombre de cada uno de ellos, pruebas de Covid para los proveedores e invitados y el cambio del servicio de alimentos y bebidas, es decir, una de las entrevistadas comentó que, al solicitar el *catering*, las unidades de comida las sirvieran de manera personalizada y por separado, no estilo *buffet* ni en bandejas donde todos los invitados podían tener contacto con la misma comida.

Con relación a los formatos, se implementaron los virtuales para las reuniones de *status* y encuentros entre el cliente y la *wedding planner* y los formatos

pequeños, reduciendo la cantidad de invitados a 50 personas máximo. Teniendo esto en cuenta, se logra entender las diferentes estrategias puestas en práctica en el momento de adaptación dentro de la producción de bodas, donde entran las modalidades y formatos de las bodas más utilizadas luego de la aparición del Covid-19.

Todas las *wedding planner* siguieron un protocolo de bioseguridad similar, aplicando las mismas medidas que se dieron a nivel mundial, las cuales se entienden como medidas que sirven a nivel operativo para proteger al paciente y al personal de salud, que son de carácter obligatorio (Moreno, 2008), como lo son las pruebas PCR antes de los eventos a los invitados y a los proveedores. Muchas aplicaron las pruebas ese mismo día para prevenir que los invitados se arreglaran, llegarán a la boda y salieran positivos. También los invitados y los miembros del equipo usaban mascarillas, *face shields* y desinfectantes.

En el caso de una de las entrevistadas, posterior al Covid-19 no se vio en la necesidad de usar medidas de bioseguridad por vivir en España, gracias a que las autoridades del país quitaron las restricciones con más antelación que los demás.

Por el contrario, las otras entrevistadas mencionan que actualmente se encargan de elaborar una *checklist*, con el fin de prevenir que los novios se olviden de comprar los implementos para cumplir con las medidas. Dentro de las bodas aplican estaciones de desinfección, estaciones donde se reponen los materiales, además de otras medidas como la separación de las mesas para cumplir con los metros establecidos por el distanciamiento, el uso de un solo camarero por mesa trabajando únicamente para ellos, comida sellada, cubiertos de bambú y el uso de servilletas de papel en vez de usar las de tela.

Se empezaron a realizar bodas más pequeñas con el uso de *streaming* con ayuda de las plataformas digitales como Zoom o Google Meet. Al ser presenciales las bodas, se encargaba de dividir los tiempos para que no todos los proveedores montaran al mismo tiempo, ponían cabinas de desinfección, material para desinfectar las vajillas, espacios entre espectáculos donde los cantantes abrían un

momento de desinfección para los invitados y materiales personalizados. Una de las entrevistadas resalta que cuando existía un aumento de la curva no realizaban bodas.

Analizar esto es de gran valor para la investigación, debido a que producir un evento con la magnitud de invitados que abarca una boda, y entendiendo que este tipo de eventos involucra familiares de todas las edades, unas más riesgosas que otras, es importante conocer de qué manera abordaron las diferentes medidas en los diferentes momentos de la boda, entendiendo que hay un proceso previo, durante y posterior a la realización de este.

### ***5.2.3 Describir los resultados de los cambios implementados por la wedding planner para la producción de eventos.***

Las entrevistadas nos dieron una cantidad considerable de problemas que surgieron a partir de los cambios que se dieron por el Covid-19, entendiendo que los mismos pueden ser planificados por nosotros o simplemente darse por situaciones externas como en este caso (Universidad del Alba, septiembre, párrafo 3).

Esto permitió responder con éxito este segundo objetivo específico, entre los problemas se encuentran la reprogramación de eventos, la cancelación de eventos por familiares fallecidos o que se encontraban en un estado de salud delicado, presupuestos que iban variando al pasar el tiempo, problemas con los proveedores, la reestructuración de contratos, la necesidad de trabajar dos o tres fechas a la vez por las reprogramaciones, así como también la producción de bodas virtuales.

Otros problemas que surgieron se dieron por parte de los novios, debido a que no querían hacer el uso de las mascarillas cuando se tomaran las fotos ni durante el evento y existía el riesgo de que la policía llegara a los lugares para revisar si se estaban haciendo cumplir las medidas de bioseguridad. Las bodas a

destino empezaron a presentar problemas, ya que a los familiares de los novios se les hacía difícil viajar por las restricciones y las bodas tenían que ser más reducidas.

Además, los alimentos se dañaron por el tiempo de espera, se vencieron productos que se habían comprado, muchas de las novias salieron embarazadas y hubo cosas que se acordaron con los proveedores, pero existe otra cantidad de dinero que no pudo ser devuelta.

Las entrevistadas afrontaron los diferentes problemas que surgieron, en su mayoría, negociando entre proveedores y clientes para llegar a un acuerdo donde ambas partes salgan beneficiadas y no se perjudiquen más de lo que ya los había afectado la pandemia, entendiendo que es una situación que ninguno de los dos podía hacer algo para evitarla. Es por esto, que los proveedores empezaron a realizar contratos para evitar que estos problemas ocurrieran nuevamente.

También se realizaron eventos virtuales y se utilizaron las plataformas de *streaming* para solucionar el hecho de que muchos eventos se iban a posponer y así no se cancelaban, sino que el formato se cambiaba y se adaptaba a la realidad que se estaba viviendo por el Covid-19, y de esta misma manera también se podía incluir a familiares y cercanos que no estuviesen el país, para que, desde la distancia, puedan ser parte de este gran momento. Así como también, se tuvo como solución posponer las bodas de todas esas parejas que insistían en realizar un evento presencial, esperando a que llegue el momento indicado para poder llevarlo a cabo.

Esto es importante debido a que la comunicación con el cliente fue clave, no solo para definir esto sino también para informarlos de todo lo que estaba ocurriendo para tomar las medidas y decisiones correctas con respecto al evento, los cursos que realizaron las entrevistadas les sirvieron como base y sustento de las recomendaciones que le daban a los novios.

Las *wedding planner* tuvieron que darle la vuelta a todas las medidas de bioseguridad para que estas fuesen atractivas, tuvieron que tener mucha empatía con los clientes tanto para entenderlos como para escucharlos y darles las mejores

recomendaciones y alternativas, implementar los detalles para que sus invitados se sintieran más atendidos y la pareja estuviese más involucrada, enviaron cajas con detalles personalizados que eran parte de la boda independientemente del lugar o país en el que se encontrara el invitado, para que pudiesen brindar, comer y celebrar a distancia.

Otra solución que también encontraron para afrontar esta situación fue rematar los productos que estaban cercanos a venderse, es decir, estos productos que se iban a vender y ya no iban a poder ser utilizados en la boda por ser pospuesta, los vendían a un mejor costo para recuperar parte de la inversión realizada por la pareja y así recuperar parte del presupuesto y que este no se vea tan afectado.

La recomendación de las *wedding planner* para los novios que están pensando o quieren realizar sus bodas en este momento, es que las hagan, pero que sean conscientes, que sepan que a pesar de que el Covid-19 continúa y el riesgo va a existir, hay que aprender a vivir con él, tomar las medidas correctas y vivir el momento, disfrutar el ahora y celebrar esta experiencia del compromiso y matrimonio con las personas que ellos decidan. Resaltan en este mensaje, el hecho de cuidarse no solo individualmente, sino cuidar a los invitados y ser responsable de las decisiones que se van a tomar y medidas a implementar.

Al mismo tiempo, recomiendan que si consideran que es el momento de hacerlo, lo hagan, que no se paren por el qué dirán, porque la gente siempre va a juzgar, que no se dejen decir no, pero tampoco se dejen empujar por los demás, que tomen la decisión que les parezca más oportuna.

También surgió como recomendación tener claro cuál es el presupuesto, porque eso es lo que va a definir la magnitud de la boda y hasta dónde llegar con toda la planificación y producción, de esta manera las *wedding planner* podrán proponer, sugerir y actuar con base a un monto preestablecido y de esta manera, la pareja podrá disfrutar mucho más el proceso, eliminando esta preocupación. Sabemos esto, debido a que el *wedding planner* según Nicuesa, citado por

Reátegui y Torres (2017) por su experiencia y conocimiento colabora con proveedores que se adapten a los presupuestos de las parejas.

Otra recomendación fue buscar a una persona que se encargue de darle el estilo de cada pareja a la boda, que el evento refleje la personalidad de estos independientemente del lugar y momento donde estén, que siempre se identifiquen con lo que están transmitiendo y vaya de la mano con su esencia, pensamientos, personalidades, gustos y preferencias.

Un punto muy importante que se mencionó fue el de no realizar bodas con un año de anticipación, tanto en Venezuela como a nivel mundial. Así como también, no es necesario un presupuesto altísimo para que la boda sea de calidad y mejor de lo que esperan. Siempre hay que enfocarse en la calidad de los invitados, aquellos que pase lo que pase van a asistir siempre, en el detalle, hacer lo mejor posible con lo que se pueda y con lo que esté a su alcance. Desde la cuarentena, las parejas valoran más la familia, el matrimonio, el disfrutar el momento y de la vida, tal como lo comentó Olivares (comunicación personal, mayo, 2022) .

Al ser profesionales capacitadas y con experiencia de años dentro del mercado de las *wedding planner*, son las más indicadas para dar recomendaciones a organizaciones o personas independientes que trabajan igual a ellas, entre las mismas están tomar medidas necesarias y las que se puedan, siempre respetando la decisión que tome cada invitado con respecto a estas.

Por otro lado, recomiendan que las organizaciones deberían ser más empáticas con los clientes, es decir, que no piensen tanto en el dinero y lo material, sino que hagan que el día del casamiento sea el más especial para los novios. Así como también, dicen que ser *wedding planner* es un trabajo que debe apasionar por completo, para poder trabajar con pasión, amor, valores y tener vocación y servicio poniéndole todo el sentimiento a cada producción.

Una de las cosas que más resaltaron fue la honestidad que debe existir entre las organizaciones hacia el cliente, debido a que de no ser así se daña la

reputación de los profesionales, quitándoles mérito y trabajo. Una de ellas señala la necesidad de incentivar a que la gente realice sus bodas en lugares del país y de transmitir la idea de seguir multiplicando y ser voceros de lo que es la profesión, debido a que la comunidad dentro de Venezuela es mínima.

A partir del Covid-19 este campo se vio realmente afectado, por esta razón se abarcan recomendaciones hacia las organizaciones que se dedican a lo mismo que ellas, para dar motivación y seguir creciendo como profesionales dentro del mercado de los *wedding planner*.

La cuarentena no solo afectó las actividades que podían realizar las entrevistadoras, también se vio afectada la organización interna de los equipos de la mayoría de ellas. Debido a la disminución de los eventos, la primera entrevistada tuvo que involucrar a personas más cercanas a ella, donde la responsabilidad era menor por la cantidad de personas que trabajaban, por la realización de eventos más pequeños.

La segunda entrevistada mencionó que dentro de su equipo no existió ninguna reestructuración durante la cuarentena, pero si posterior a la misma por la cantidad de trabajo que le surgió. La tercera entrevistada, al igual que la segunda, no tuvo ningún cambio en el equipo, excepto por el hecho de que se mudó a España.

La cuarta entrevistada si tuvo cambios en el equipo, aumentó la cantidad de personas, debido a que tenían actividades nuevas como recibir a los invitados, tomarles la temperatura y ponerles el antibacterial. Por último, la quinta entrevistada actualmente va a reestructurar el equipo, porque una de las integrantes se va del país, además de que su protocolo aumenta depende de la magnitud del evento.

Analizando, nos podemos dar cuenta de que la situación del Covid-19 no solo afectó en las actividades, sino que también fue capaz de generar repercusiones en la estructura interna de los equipo, por la necesidad de involucrar en los casamientos las medidas de bioseguridad, las cuales según Moreno (2008)

tienen la finalidad de evitar accidentes en actividades y que además, deben implementarse legislativamente.

Las diferentes *wedding planner* prepararon a su equipo informando sobre las normas y protocolos de bioseguridad que se estaban manejando en el momento y los que se están implementando actualmente, realizaron cursos y certificaciones que los preparaban en su totalidad para estar capacitados y al nivel que requiere una producción en tiempos de Covid-19. Se hablaba mucho con la pareja para que tuviesen la responsabilidad propia y hacerles entender que había que cuidarse para que todos salieran bien y poder seguir sin problema e incluso disfrutar de un día extraordinario y soñado.

A partir de esto y entendiendo que mucha gente no sabía cómo manejar estas situaciones y ellas sí, los clientes podían confiar por el conocimiento y preparación que se tenía para la producción de la boda y que estaban preparados y apoyados por profesionales, que los instruyeron y formaron para poder implementar todo el protocolo Covid-19. Esta tranquilidad y seguridad también se la transmitían a los invitados, para manejar las emociones y la parte psicológica de ellos que se podía ver afectada al momento de tomar la decisión de asistir.

Se realizaron también listas para confirmar que la pareja haya comprado todo lo necesario para llevar a cabo una boda con las medidas de bioseguridad que eran requeridas y de esta manera realizaban el conteo, aseguraban que se tuviese todo para el disfrute de la boda y se tuvo un alto nivel de acercamiento con todos los involucrados. Para asegurarle a los novios la producción exitosa del evento, la seguridad, bienestar y disfrute de sus invitados, se apoyaron de los talleres que habían realizado y le realizaban prueba PCR a todas las personas que estaban en el momento como invitados y proveedores.

Entender estas maneras de afrontar los cambios que surgieron a partir del Covid-19, es muy importante para esta investigación, porque todo impacto y sobre todo a este nivel, que tuvo gran presencia a nivel personal y psicológico de todos los involucrados tanto directos como indirectos, es relevante para saber cómo se

abordaron y de qué manera se manejaron para asumir el reto de llevar a cabo una boda. La idea es que todos los involucrados estén de acuerdo y en línea con una misma decisión y con la implementación de medidas, generando confianza en los invitados y en los clientes para reactivar este rubro, demostrar que sí es viable y aprender a adaptarse a todas las situaciones que se presenten.

#### ***5.2.4 Detallar las estrategias aplicadas por la empresa para abordar la producción de los eventos durante y después de la cuarentena.***

Todas las entrevistadas lograron alcanzar el nivel de éxito esperado con estrategias implementadas por ellas mismas, entendiendo el concepto de estrategia por Porter (2008) como las actividades que se realizan de manera diferente para lograr distinguirse y ver resultados únicos, se identificaron y detallaron todas las que fueron utilizadas para abordar la producción de las bodas, respondiendo al tercer objetivo específico.

Una de ellas menciona que no tenían conocimiento de lo que pasaba después del evento, pero con el uso de las pruebas PCR el nivel de contagio fue mínimo. Muchas de ellas aprendieron cosas nuevas y el manejo de las medidas de bioseguridad, aprendieron a no hacer la prueba PCR un día antes, sino el mismo día de la boda, horas antes de que iniciara, porque podían salir casos positivos al día siguiente.

La receptividad con respecto a la producción fue buena por el buen manejo de la situación, al realizar los primeros eventos la gente se motivó y empezaron a querer realizar las bodas confiando en el trabajo de cada una de ellas. Una de las entrevistadas resaltó a los proveedores, los cuales, junto a ellas, lograron todos al máximo el éxito, pero por más que se cuidaban con los invitados era difícil, ya que era un tema de responsabilidad individual.

El nivel de éxito lo medían por los comentarios positivos y las amistades que lograron hacer a partir de la cuarentena con las parejas que se vieron en la

necesidad de posponer la boda manteniéndose en constante comunicación. Esta pregunta aporta al análisis entender la efectividad del trabajo de cada una de las *wedding planner* más allá de la situación mundial que las afectó en mayor magnitud a ellas.

Con respecto a la superación de los objetivos y la satisfacción de los clientes, la primera entrevistada mencionó que la satisfacción del mismo en todos los casos fue total, tenían eventos donde tuvieron la posibilidad de involucrar a las personas que estaban lejos por medio de la tecnología, y a su vez brindarles medidas de bioseguridad a los eventos pequeños donde estaban los invitados más importantes para los novios. La segunda entrevistada se da cuenta de la satisfacción de los clientes cuando están contentos y no tienen palabras para agradecer todo el trabajo que se logró hacer.

La tercera entrevistada comentó que los novios tenían sentimiento de tristeza lo que generaba poca motivación por parte de los mismos para realizar la boda, pero ella se encargaba de cambiar esa perspectiva y al final el evento terminó siendo lo que ellos esperaban. La cuarta entrevistada se mantuvo con creatividad y logró mantener los precios de los proveedores cuidando del presupuesto de los novios. Por último, la quinta entrevistada tuvo un caso en el que el fotógrafo contratado contaminó a la mayoría de los familiares, pero fuera de eso sí tuvo un nivel de satisfacción alto.

El análisis va dirigido a la satisfacción que los clientes con respecto a todas las medidas y estrategias que aplicaron cada una de ellas con la cuarentena, logrando superar los obstáculos y cumplir todas las expectativas que los novios tenían, demostrando que la experiencia de las profesionales es la suficiente para adaptarse a cualquier situación. Incluido a esto, el Covid-19 no logró afectar su nivel de efectividad.

Con respecto a las estrategias para que las producciones no bajarán el nivel de calidad, las *wedding planner* trabajaban directamente con los proveedores y con los nuevos también, se comentó que este servicio debía ser mejor y que a pesar de

que se aplicaron nuevos estándares de seguridad, siempre se mantenía la misma calidad y servicio o incluso mejor, para que este sea un incentivo adicional para el cliente. Es por eso que, sin importar la cantidad de invitados o si hay menos cantidad de gente, la calidad de la boda se tenía que mantener y ser exactamente igual.

Se comentó que a pesar de que siempre se hacía la sugerencia de contemplar las pruebas rápidas y las medidas de bioseguridad, eso no iba a afectar la calidad de la producción, es por esto que se implementaron medidas que sí podían potenciar la calidad a partir de los detalles, contarles a los novios todo lo que se podía hacer para enamorar con detalles a los invitados.

Se implementaron también estrategias de diseño, como *moodboards* con mucho detalle, ya sea *online* o desde casa, haciéndolo con cariño y cuidando tanto esos detalles como con respecto a las normas para que la gente se sintiera atendida y sin preocupaciones, entendiendo que algunos no querían ir. Con respecto a este último punto sobre la inseguridad de los invitados en asistir a la boda, se realizó también confirmación de asistencia a través de llamadas personalizadas para asegurar que no se contagiará por asistir a la boda.

A partir de las restricciones del Covid-19 y de la suspensión de eventos, la reactivación de estos es interesante e importante para esta investigación para entender de qué manera y bajo qué estrategias lograron activarse sin bajar el nivel de calidad y entender realmente si tuvieron la calidad esperada o qué acciones ponían en práctica para lograr esto ante todas las circunstancias, cambios y problemas que surgían.

Conseguir la confianza de los novios para realizar una boda en plena pandemia y posterior a la cuarentena, entendiendo que no es una situación fácil y hay poco conocimiento sobre los eventos que se pueden realizar y cómo hacerlo en estos tiempos, no es sencillo para nadie que trabaje en el área de *wedding planner*.

Una de las entrevistadas menciona que para conseguir la confianza de sus clientes, se apoyó en una infectóloga para que la ayudara con las pruebas PCR y de esta manera los novios e invitados se sintieron más confiados a la hora de asistir, ya que contaban con un profesional en el área de salud que se encarga de todos los aspectos importantes con respecto al tema del Covid-19. Con esta condición, luego de esos primeros clientes, ya el resto tenía la confianza suficiente a lo que como equipo hacían.

Entendiendo que es un riesgo que cada persona asume, teniendo la posibilidad de contagio, una de las entrevistadas definía con los novios la manera más efectiva de manejar la situación dentro del evento y posterior al mismo. Escuchar a los novios y darles sugerencias, les brindaba la suficiente confianza para realizar el evento con la entrevistada y su equipo, ayudándose de referencias anteriores.

Los clientes confían en las academias de estudio y cada una de ellas es certificada en el área de producción de eventos, eso le daba confianza a los novios, al igual que todos los cursos de bioseguridad que se realizaron en países como Colombia, Miami y España. Siempre se debe presentar lo negativo, no solo el lado positivo, se debe hablar con sinceridad y expresar todos los riesgos que se puedan presentar.

Esto permite entender las estrategias que aplican como *wedding planner* para conseguir la confianza de sus clientes, las estrategias que utilizan y fueron desarrollando poco a poco en el transcurso de la pandemia para poder ganarse a los novios y realizarles la boda, ya sea instruirse o generar más empatía vínculos directos con los mismos.

### **5.2.5 Indagar las nuevas tendencias que surgieron a partir de la pandemia en la producción de bodas.**

El cuarto objetivo específico de la investigación se logró, ya que se indagó en las nuevas tendencias, tanto nacionales como internacionales que surgieron tras la llegada del Covid-19, las mismas son estilos que no se sabe de dónde surgen

(Doria, 2012). Nacieron para poder adaptar los eventos a un formato más seguro que cumpliera con las medidas de bioseguridad, y más allá de esas tendencias con respecto a la decoración, los detalles, a la sencillez y personales.

Las bodas empezaron a realizarse en lugares abiertos, teniendo en cuenta que según Continente (2022) cuando se escogen los espacios se debe pensar en que los mismos logren satisfacer las necesidades de los invitados, eventos con menor cantidad de personas y bodas al estilo *petite*. Además, los invitados de los novios son los más íntimos, la elaboración de bodas a distancia, el uso de plataformas *streaming* y detalles a las familias que se encontraban en el exterior.

Con respecto a una de las entrevistadas, resalta que en España se ha dejado de usar un exceso de decoración y se han empezado a implementar unas más sencillas, Morrow, citado por López (2018) resalta que en este país todos los años se celebran miles de eventos y que se han visto en la necesidad de implementar más creatividad para encontrar nuevas técnicas y gracias a esto han surgido nuevas tendencias; por el contrario, en Venezuela, ella ha percibido que la decoración sigue siendo importante y con mayor cantidad. Las bodas comenzaron a ser más emotivas, se sentía más el momento, se entregan *souvenirs*, antibacteriales personalizados, se usan las decoraciones referentes a lo verde y lo blanco, se utilizan luces pequeñas y se realizan cócteles de bienvenida.

Surgieron muchas ideas creativas de cada *wedding planner* que implementaron y pusieron en marcha para darle un valor agregado a la boda de sus clientes, entre ellas mencionaron que los postres ya no los colocaban en mesas de postres, sino que ahora los dulces iban a la mesa y asiento de cada invitado de manera personalizada y sellada para que pudiesen gozar de estos ricos sabores sin riesgos y bajo las medidas de bioseguridad, se personalizaron las copas, los platos, vasos, cubiertos, mascarillas, gel hidroalcohólico y todos esos detalles que iban a ser de cada invitado, es decir, todo lo que tenía que ver con el protocolo de seguridad se colocaba personalizado, incluyendo las camisas del protocolo para evitar confundirlas.

También se transformó positivamente y con motivación la comunicación en redes sociales dirigida especialmente a los novios y a todas esas parejas que o suspendieron sus bodas o las tuvieron que reprogramar y aún no saben qué decisión tomar o de qué manera abordar esta situación. Se realizaron pruebas rápidas y PCR antes del evento y una de ellas comentó que a su equipo le realizaba estas pruebas para mayor seguridad y afirmar que todo estaba bien.

Así como los detalles eran presencial, también se tomaron en cuenta los aspectos digitales y las personas que estaban a distancia o de alto riesgo que no podían asistir, con cajitas de regalo personalizadas con la temática de la boda enviadas a su casa, tarjetas de invitación sentimentales, publicaciones digitales de la boda, animaciones y listas de regalos. Para reunir a las familias, se realizaron *cocktails* previos a la boda para romper el hielo, para que los invitados se sintieran cómodos y seguros, pero esto va a depender del presupuesto de las familias.

A pesar de que mencionaron que con respecto al Covid-19 no implementaron tantas ideas creativas más allá de las medidas de bioseguridad y la personalización de estas, todas estas ideas propias tienen gran importancia dentro de la investigación, porque son todas aquellas ideas que los novios y profesionales de esta área pueden implementar de ahora en adelante, abre puertas a la creatividad para que las bodas, sin importar el momento, logren el nivel de éxito y se puedan convertir estas ideas en nuevas tendencias que llegaron para quedarse y son efectivas para implementar, independientemente del momento, lugar o situación.

Algunas de las ideas creativas de la competencia de las *wedding planner* fueron implementar rociadores de productos químicos que, en su momento, se pensaba que podían ser beneficiosos contra el Covid, bodas íntimas en casa, *delivery* con sorpresas y detalles para los invitados. Las entrevistadas comentaron que la mayoría de la competencia realizaba lo mismo que ellas, personalización de mascarillas, *kits* de Covid como estuches con los nombres para los novios, gel hidroalcohólico personalizado, gel de lavado de manos normal, jabones y toallitas

desinfectantes personalizadas y de más detalles que ya ellas implementaban.

A pesar de que muchas de las entrevistadas comentaron que no pusieron en práctica ni tomaron en cuenta algunas de las ideas creativas que tuvo su competencia, una de ellas comentó que implementó las bodas íntimas en casa, que no lo hizo tantas veces porque no era rentable, pero que igual las consideró y realizó.

De esta manera, se entiende que las *wedding planner* intentan obtener ideas propias, capaz muchas de ellas implementan tendencias que a nivel mundial aplican todos, pero toman la iniciativa de crear ideas creativas para satisfacer a sus clientes y sobresalir dentro del mercado laboral. Se sabe que el Covid-19, fue y es un factor que trajo todo tipo de consecuencias y hasta hoy en día todavía no se logra manejar por completo más allá de las medidas de bioseguridad, sin embargo el trabajo de las entrevistadas si se ha visto en proceso de cambios por las tendencias y los nuevos procesos que deben cumplirse antes, durante y después del evento.

## CAPÍTULO VI.

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1 Conclusiones

A lo largo de la investigación, se logró entender el impacto que causó el Covid-19 en la producción de bodas y se identificó de qué manera esto afectó directamente a los *Event and Wedding Planner*, a nivel económico, psicológico y profesional, tanto para ellos como para los clientes.

A pesar de que el Covid provocó una cuarentena que duró casi un año en Venezuela, se logró entender la situación de cada una de las *wedding planner* durante y después de la cuarentena y cómo se reinventaron e implementaron estrategias que permitieron la continuidad de su trabajo y la reactivación de las bodas en distintos formatos y modalidades, sin perder el sentimiento y la emotividad del momento, haciendo que los novios valoraran más los esfuerzos que se hacía y la presencia de todos sus familiares.

Es importante destacar que, a pesar que todas tomaron medidas diferentes y se activaron en tiempos diferentes, se lograron los resultados esperados, muchos fueron a partir de ensayo y error y otros a partir de la experiencia propia y de otras personas. La motivación, la responsabilidad y la perseverancia fueron factores clave que se identificaron en este rubro.

Se tuvieron que adaptar a distintas estrategias, hasta el momento en que todos los factores estuvieron a su favor como, por ejemplo, la reactivación de las empresas de producción de eventos y proveedores, cuando los novios empezaron a realizar sus bodas y dejaron de reprogramar, quitando el miedo al contagio y siguiendo las medidas de bioseguridad, y cuando las otras personas empezaron a tener confianza para llevar a cabo este tipo de eventos.

El objetivo general de la investigación se logró con éxito, debido a que se pudo analizar a detalle y a profundidad el impacto tanto positivo como negativo que

tuvo el Covid-19 en la producción de bodas, específicamente en Venezuela, pero incluso abarcando puntos internacionales, tanto por una de las entrevistadas que vive en España como de las experiencias de personas que vivían fuera del país y la manera en que las personas invitadas fuera de Venezuela fueron tomadas en cuenta. Además, se identificaron aspectos que antes no eran tomados en cuenta y de ahora en adelante pueden ser tomadas al ser demostrada su efectividad y siendo alternativas viables para los novios sin importar el momento o situación, es decir, soluciones a ese impacto que llegaron para quedarse y aportaron valor a la investigación.

Añadido a esto, se puede decir que las preguntas de investigación y los objetivos específicos se respondieron de la siguiente manera:

Se pudo identificar los factores que afectaron la planificación de eventos matrimoniales, antes y después de la cuarentena, producto de la aparición del Covid-19. En un principio el surgimiento de las restricciones provocó la pausa permanente de la producción de eventos, generando la reprogramación de los mismos y problemas económicos para los clientes, los proveedores y los profesionales.

Muchas de las bodas no se podían planificar por la falta de interés de las personas hacia las vacunas, poniendo en riesgo la salud de los invitados y aumentando el índice de contagios. Los gastos que asumen los novios en ese momento eran más altos, lo que se incluye como un factor, debido a que eso causó la cancelación de muchas bodas, al igual que la ausencia de los familiares que estaban en el exterior por las restricciones aéreas.

A lo largo de la investigación, se identificaron cambios que las *wedding planner* implementaron a partir del Covid-19 los cuales fueron la reprogramación de bodas, suspensión de eventos, complicación de salud de familiares de la pareja, miedo por parte de los invitados, los presupuestos se vieron afectados y se tuvo que manejar acuerdos con los proveedores y reestructurarlos para las medidas de

bioseguridad, suspensión de vuelos y entender cómo hacer para involucrar a esos invitados que no podían asistir.

Al ser un tema que involucra la salud de las personas se debía ser muy cuidadoso con las medidas y cumplir con responsabilidad sobre el tema, es por eso que las *wedding planner* se formaron y capacitaron, tanto ellas como su equipo, para reactivar los eventos y realizar las bodas con todos los conocimientos necesarios.

Es por esto que se tomaron medidas para afrontar estos problemas, darle la vuelta a todos esos cambios que surgieron, hablando y negociando con los clientes y con los proveedores para llegar a acuerdos de las medidas que se iban a tomar, formarse con cursos y capacitaciones para estar al día con todas las novedades, aceptándolas con responsabilidad y dándole la vuelta a cada medida para que se convirtiera atractiva para la pareja, para así, mantener su motivación y entusiasmo por realizar la boda.

Con respecto a las estrategias aplicadas por las *wedding planner*, tenemos el cambio de modalidades y formatos, como por ejemplo, el uso de las plataformas *streaming* utilizadas para tener presentes a los familiares que se encontraban en el exterior, vale acotar que ninguna de las profesionales entrevistadas están a favor de las bodas virtuales, por esta razón no las realizaban en su totalidad. Así como también, empezaron a implementar sitios al aire libre, debido a que esto permite el control de los contagios.

Cada una de ellas cumplía con las medidas de bioseguridad y lo hacían de manera creativa dentro de las bodas, para que de esta manera los invitados se vieran motivados a seguirlas y a verlas como un detalle más dentro de la boda, gracias a las personalizaciones de los materiales que convertirán las medidas en una experiencia. También se aplicaron estrategias que ayudaban a disminuir los contagios, como el distanciamiento de las mesas o el *catering* personalizado para cada grupo familiar.

Las tendencias que surgieron por la cuarentena luego de la reapertura de los eventos, tenían que seguir con las medidas de bioseguridad, pero muchas de ellas son específicamente para cuestiones de diseño y formato, como por ejemplo, decoraciones blancas y verdes en bodas pequeñas donde solo estén las personas más importantes.

Esta investigación tiene gran aporte tanto para las empresas de planificación de bodas como producción de eventos de cualquier tipo, para las parejas que quieran realizar sus bodas actualmente a nivel nacional e internacional y busquen algún estudio que demuestre la efectividad de estas medidas, solución a los cambios, tendencias y estrategias comentadas a lo largo de la investigación para asegurar el éxito de las bodas y así evitar bajar el nivel de calidad para enfocarse en el disfrute de esta ceremonia tan especial, adaptada a la situación que surja.

Al mismo tiempo, es relevante esta investigación con o sin Covid-19, debido a que las medidas se pueden implementar y adaptar a las situaciones, conocer el manejo de adversidades que ocurran a lo largo del tiempo, sirve como referencia para entender el manejo de las herramientas, cómo reinventarse y de qué manera adaptarse a los cambios sin necesidad de soltar y dejar ir todas las cosas, demostrando que los eventos sí se pueden realizar con el manejo consciente y responsable de las medidas que se indiquen.

En conclusión, la investigación da un aporte relevante para el área de los *Event and Wedding Planner*, debido a que muchos profesionales se quedaron estancados en el antes del Covid-19 y no han logrado adaptarse a los cambios que han surgido dentro de este mercado después de la cuarentena, generando un impacto a su trabajo, pero gracias a los aportes de las profesionales entrevistadas se puede deducir que las bodas actualmente continuaron un rumbo distinto, se realizan de forma diferente y lo más importante es cuidar la parte emotiva de la boda y tener a los invitados que son primordiales para los novios.

Es importante destacar que, en Venezuela, este cargo profesional no se acostumbra y se quiere empezar a implementar en la vida de los venezolanos. Esta

investigación servirá de gran ayuda para potenciar esta área y trabajar en el posicionamiento y renombre de esta profesión y de este trabajo tan importante en esta etapa en la vida de los novios y parejas que buscan celebrar su boda de ensueño.

## 6.2 Recomendaciones

- Las empresas dedicadas a la producción de bodas deben enfocarse en ser más empáticos con sus clientes y no guiarse por lo material, dándoles un presupuesto justo y coherente con los servicios que se le están ofreciendo.
- Sin importar la magnitud del presupuesto, se puede lograr una boda de ensueño.
- Lo importante en una boda es mantener la emoción y la unión familiar, más allá de una decoración llamativa.
- Los clientes, proveedores y *wedding planner* deben realizar contratos al momento de cerrar los acuerdos que se realicen con los involucrados.
- Las tendencias deben adaptarse siempre a la forma en que se trabaja como *wedding planner*, de esta manera se mantienen dentro del mercado y no pierden sus clientes.
- La competencia entre los *wedding planner* debe ser sana y colaborativa, trabajar en conjunto y apoyarse de las ideas de otros o incluso implementar herramientas que se vea que funcionan, logran mejores resultados y dejan bien el rubro en el que se trabaja.
- Seguir las medidas de bioseguridad, formarse y conocerlas, es un factor obligatorio para proteger la salud y el bienestar de los invitados, aún cuando la curva de contagios está a niveles bajos.
- Adaptarse a los cambios y reinventarse para seguir adelante siempre traerá cosas positivas y permite que cada individuo se demuestre a sí mismo de todo lo que es capaz y pueden surgir ideas extraordinarias para implementar con o sin la situación.
- El momento es ahora, disfrutar de cada pequeño momento es la clave para llegar hasta donde la gente se proponga y no planificar las cosas con tanto tiempo porque se desconoce lo que puede ocurrir el día de mañana o la situación de ese momento.
- Seguir investigando de qué manera impactó el Covid-19 en la producción de eventos de los *wedding planner*, ya que es un rubro al que no se le da mucha

importancia, pero realmente brindan uno de los momentos más especiales en la vida de una pareja, y esta área se vio afectada de tal manera que generó nuevas tendencias y manera de hacer los eventos.

- Indagar aún más en las tendencias que se han originado por el Covid-19 en el área.
- Realizar más investigaciones científicas sobre el tema de *wedding planner* y el impacto del Covid-19, ya que, actualmente, no se encuentran publicaciones científicas oficiales de este tema.
- Realizar investigaciones científicas con respecto a las nuevas tendencias en la producción de eventos tras la aparición del Covid-19.

## FUENTES CONSULTADAS

- Aceituno, C., W, A., & I, M. (2021, abril). *Discusión de resultados*. Repositorio CONCYTEC. Recuperado 2 de julio de 2022, de <http://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2256>
- Almaguer, M., López, Y., & Argilagos, J. (2015, 28 febrero). *Desarrollo de eventos virtuales en la Plataforma Electrónica para la Gestión de Eventos Científicos de la Universidad de las Ciencias Informáticas*. Repositorio UCI. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://repositorio.uci.cu/handle/ident/8836>
- Amarelle, G. (2020). *Análisis acerca de los eventos corporativos. Eventos tradicionales versus la nueva modalidad surgida a raíz del COVID-19*. Universitat Oberta de Catalunya. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/128168/6/gamarell eTFM0121memoria.pdf>
- Anco, L. (2020, 18 noviembre). *Implementación de protocolo en la organización de eventos en tiempos de pandemia. Caso Ministerio de Agricultura y Riego*. Repositorio de La Universidad César Vallejo. Recuperado 13 de mayo de 2022, de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/48913>
- BBC News Mundo. (2020, 12 marzo). *Coronavirus: Maduro suspende por un mes los vuelos a Venezuela desde Europa y Colombia por la amenaza del covid-19*. *BBC News Mundo*. Recuperado 13 de mayo de 2022, de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-51862132>

- Bencosme, L. (2020). *Manual de prevención contra el Covid-19 en bodas boutique*. Repositorio Institucional de UNIBE. Recuperado 20 de mayo de 2022, de <https://repositorio.unibe.edu.do/jspui/handle/123456789/438>
- Berganza, M., & Ruiz, J. (2005). *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. McGraw-Hill Education.
- Bermúdez, K., & Reinoso, A. (2021, marzo). *Plan estratégico para una empresa organizadora de bodas post COVID-19*. Repositorio Digital UCSG. Recuperado 20 de mayo de 2022, de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/16149>
- Carrillo, A. (2015). *Población y muestra*. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado 8 de junio de 2022, de <http://ri.uaemex.mx/oca/view/20.500.11799/35134/1/secme-21544.pdf>
- Casella, R., Egoavil, C., García, J., Llaya, G., & Sayán, R. (2021, 3 noviembre). *Tinku. Plataforma que conecta novios con proveedores para realizar una boda*. Repositorio Académico UPC. Recuperado 26 de mayo de 2022, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659053/Casella\\_ER.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/659053/Casella_ER.pdf?sequence=3&isAllowed=y)
- Continente, G. (2022, 4 febrero). *Decoración de bodas 2022: las 8 tendencias más importantes (según una 'wedding planner')*. Vogue. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://www.vogue.es/novias/articulos/decoracion-bodas-2022-tendencias>

- Crespo, J. (2015). *Eventos académicos virtuales. Ideas alrededor de un estado de la cuestión*. ASRI - Arte y Sociedad. Revista de investigación. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5029081>
- Crisis del COVID-19: apuntes sobre «pandemia» en la lengua española*. (2020, 13 mayo). Real Academia Española. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://www.rae.es/noticia/crisis-del-covid-19-apuntes-sobre-pandemia-en-la-lengua-espanola>
- Daza, G (2022) Comunicación personal sobre *wedding planner* realizada por las investigadoras del presente TFC. Realizada el 25 de mayo de 2022
- de Castro, A. G. (2016). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso: Festival Sónar. Music, Creativity & Technology (1994–2013)*. Dialnet. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=47154>
- Doria, P. (2012, diciembre). *Perspectivas sobre moda, tendencias, comunicación, consumo, diseño, arte, ciencia y tecnología*. Scielo. Recuperado 25 de mayo de 2022, de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232012000400008&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1853-35232012000400008&script=sci_arttext&tlng=en)
- Erbes, I., & Gallo, M. (2022). *Responsabilidad Internacional: La actuación de la OMS frente a la Pandemia del Nuevo Coronavirus (COVID – 19)*. Repositorio UCA. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/13805/1/actuaci%c3%b3n-OMS-frente-pandemia.pdf>

- Fernández, J. (2013). *Los eventos como herramienta de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales*. Repositori UPF. Recuperado 25 de mayo de 2022, de [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22199/TFM\\_MAGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22199/TFM_MAGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Galmés, M. (2010). *La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial*. Universidad de Málaga. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://libros.metabiblioteca.org/bitstream/001/356/5/978-84-9747-609-6.pdf>
- García, M. (2013). *Los eventos como herramientas de comunicación. Su efectividad como transmisores de los mensajes organizacionales*. Repositori UPF. Recuperado 25 de mayo de 2022, de [https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22199/TFM\\_MAGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/22199/TFM_MAGarcia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, G. (2016). *La investigación en comunicación social*. AB UCAB ediciones.
- Hernández, R. (2014). *La investigación cualitativa a través de entrevistas: su análisis mediante la teoría fundamental*. Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. Recuperado 8 de junio de 2022, de <https://idus.us.es/handle/11441/36261>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill Education. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

- Hernández, Y., Moreno-Martínez, F., & de Armas, M. (2016). Proceder y procedimiento: Palabras parecidas con diferente significado. *CorSalud*, 8(1), 84–87. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6575718.pdf>
- Higuera, R. (2018). *La creación de una empresa de wedding planner*. Universidad de Valladolid. Recuperado 26 de mayo de 2022, de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/33928/TFG-N.1028.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ipsos. (2020, 14 abril). *Tendencias mundiales 2020*. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://www.ipsos.com/es-ec/tendencias-mundiales-2020#:~:text=Estas%20son%20actitudes%20y%20valores,las%20fuerzas%20y%20se%C3%B1ales%20macro>
- Jiménez-Morales, M., & Panizo, J. (2017). *Eventos y protocolo. La gestión estratégica de actos corporativos e institucionales* (1.ª ed.). Editorial UOC. [https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=GI4tEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=concepto+de+\\*eventos\\*&ots=qCNWzAK8cG&sig=fKk4ZgsLEuY78h35pV3\\_yg9-0uY#v=onepage&q=concepto%20de%20\\*eventos\\*&f=false](https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=&id=GI4tEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT10&dq=concepto+de+*eventos*&ots=qCNWzAK8cG&sig=fKk4ZgsLEuY78h35pV3_yg9-0uY#v=onepage&q=concepto%20de%20*eventos*&f=false)
- Krause, M. (1995, enero). *La investigación cualitativa: Un campo de posibilidades y desafíos*. ResearchGate. Recuperado 2 de julio de 2022, de [https://www.researchgate.net/publication/215561167\\_La\\_investigacion\\_cualitativa\\_Un\\_campo\\_de\\_posibilidades\\_y\\_desafios](https://www.researchgate.net/publication/215561167_La_investigacion_cualitativa_Un_campo_de_posibilidades_y_desafios)

- La Fuente-Figuerola, V., & Sánchez-Villena, A. (2020). COVID-19: cuarentena, aislamiento, distanciamiento social y confinamiento, ¿son lo mismo? *PMC PubMed Central*, 93(1), 73–74. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2020.05.001>
- López, S. (2018). *Nuevas tendencias en organización de eventos: las bodas*. Universidad de Valladolid. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/31034/TFG-N.956.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Marquina, R., & Jaramillo, L. (2020, 18 mayo). *COVID-19: Quarantine and Psychological Impact on the population*. SciELO Preprints. Recuperado 4 de julio de 2022, de <https://preprints.scielo.org/index.php/scielo/preprint/view/452>
- Mejía, J. (2004). Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo. *Investigaciones Sociales*, 8(13), 277–299. <https://doi.org/10.15381/is.v8i13.6928>
- Mesa, M. (2020). *Riesgos globales y multilateralismo: el impacto de la COVID-19* (8.<sup>a</sup> ed.). Ceipaz. <https://eprints.ucm.es/id/eprint/60555/1/I%CC%81ndice%20y%20cap%20Sanahuja.pdf>
- Moreira, G (2022) Comunicación personal sobre *wedding planner* realizada por las investigadoras del presente TFC. Realizada el 25 de mayo de 2022
- Moreno, Z. (2008). *Nivel de conocimientos y aplicación de las medidas de bioseguridad en internos previamente capacitados del Hospital Nacional Dos de Mayo: 2004–2005*. Cibertesis. Repositorio de tesis digitales.

Recuperado 25 de mayo de 2022, de

<https://hdl.handle.net/20.500.12672/2466>

Organización Mundial de la Salud. (2021a, mayo 13). *Información básica sobre la COVID-19*. Recuperado 25 de mayo de 2022, de

[https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-](https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19)

[2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19](https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19)

Olivares, L (2022) Comunicación personal sobre *wedding planner* realizada por las investigadoras del presente TFC. Realizada el 25 de mayo de 2022

Organización Mundial de la Salud. (2021b, agosto 2). *Celebración de reuniones durante la pandemia de COVID-19*. Recuperado 13 de mayo de 2022, de

[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/344162/WHO-2019-nCoV-](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/344162/WHO-2019-nCoV-Policy-Brief-Gatherings-2021.1-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

[Policy-Brief-Gatherings-2021.1-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/344162/WHO-2019-nCoV-Policy-Brief-Gatherings-2021.1-spa.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ortiz, J. (2006). Guía descriptiva para la elaboración de protocolos de investigación. *Salud en Tabasco*, 12(3), 530–540.

<https://www.redalyc.org/pdf/487/48712305.pdf>

Peña, V. (2019, 26 noviembre). *Líneas de investigación del Trabajo Final de Concentración*. Comunicación | UCAB. Recuperado 1 de junio de 2022, de

<https://comunicacion.ucab.edu.ve/blog/lineas-de-investigacion-del-trabajo-final-de-concentracion/>

Petit, V. (2020, 4 julio). *Planificación de bodas en medio de la pandemia*.

Tendencia. Recuperado 13 de mayo de 2022, de

<https://www.tendencia.com/2020/planificacion-bodas-medio-la-pandemia/>

- Piña, L. (2020). El COVID 19. Impacto psicológico en los seres humanos. *Dialnet*, 4(7), 188–199. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7407744>
- Porter, M. (2008, noviembre). *¿Qué es la estrategia?* Harvard Business Review. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <http://200.0.31.75/bitstream/20.500.11962/28281/1/2.%2BQue%CC%81%2Bes%2Bestrategia.pdf>
- Probert, R., & Pywell, S. (2021). Love in the time of Covid-19: a case-study of the complex laws governing weddings. *Cambridge University Press. The Society of Legal Scholars*, 41(4), 676–692. <https://doi.org/10.1017/lst.2021.17>
- Real Academia Española. (2021a). *novio, novia | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 26 de mayo de 2022, de <https://dle.rae.es/novio>
- Real Academia Española. (2021b). *pandemia | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 27 de mayo de 2022, de <https://dle.rae.es/pandemia>
- Real Academia Española. (2021c). *Tendencia | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://dle.rae.es/tendencia>
- Reátegui, J., & Torres, S. (2017). *Wedding planner*. Repositorio UNSM. Recuperado 25 de mayo de 2022, de <https://repositorio.unsm.edu.pe/handle/11458/2945>

- Robles, P., & Rojas, M. (2015). *La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada*. Revista Nebrija de Lingüística Aplicada a la Enseñanza de las Lenguas. Recuperado 10 de junio de 2022, de [https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo\\_55002aca89c37.pdf](https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf)
- Rojas-Solís, J. L., & Flores, A. I. (2013). El noviazgo y otros vínculos afectivos de la juventud mexicana en una sociedad con características posmodernas [Dating relationships and other affective linkages in Mexican youth within a society with postmodern characteristics]. *Revista de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, 10(23), 120–139. <https://www.aacademica.org/dr.jose.luis.rojas.solis/13.pdf>
- Rosa, M (2022) Comunicación personal sobre *wedding planner* realizada por las investigadoras del presente TFC. Realizada el 25 de mayo de 2022
- Ruiz, A. (2008). La muestra: algunos elementos para su confección. *REIRE*. *Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, 1, 75–88. <https://revistes.ub.edu/index.php/REIRE/article/download/reire2008.1.1117/2590/2978>
- Salazar, N (2022) Comunicación personal sobre *wedding planner* realizada por las investigadoras del presente TFC. Realizada el 25 de mayo de 2022
- Soriano, A. M. (2014). Diseño y validación de instrumentos de medición. *Universidad Don Bosco*, 8(13), 19–40. <https://core.ac.uk/download/pdf/47265078.pdf>

- Soriano-Rivera, R. (2016). Una propuesta metodológica desde el proceso estratégico. *360: Revista de Ciencias de la Gestión*, 1, 38–86.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7185811>
- UNICEF. (2020, 25 septiembre). “*El COVID-19 no sólo cambió nuestra forma de vivir, sino también la forma de morir*”. UNICEF El Salvador. Recuperado 10 de julio de 2022, de <https://www.unicef.org/elsalvador/historias/el-covid-19-no-s%C3%B3lo-cambi%C3%B3-nuestra-forma-de-vivir-sino-tambi%C3%A9n-la-forma-de-morir>
- Universidad del Alba. (2021, 6 septiembre). *¿Por qué es importante hacer cambios?* Universidad del Alba (Udalba). Recuperado 9 de julio de 2022, de <https://www.udalba.cl/blog/por-que-es-importante-hacer-cambios/>
- Wilson, D., & Sperber, D. (2004). La teoría de la relevancia. *Revista de Investigación Lingüística*, 5, 237–286.  
<https://digitum.um.es/digitum/bitstream/10201/17793/1/relevancia.pdf>

# ANEXOS

## Anexo A:



### Validación de Contenido de instrumentos de investigación

Mediante la presente comunicación, yo Danielle Parodi Manzano, C.I. 12.120.664, hago constar que he revisado y validado el contenido de los instrumentos del Trabajo Final de la Concentración Comunicaciones Corporativas, titulado: Impacto del Covid-19 en la producción de eventos de una *wedding planner*, con fecha 20 de junio de 2022, y el cual es realizado por los bachilleres Marisela Del Carmen Jiménez Páez C.I. 26.946.597 y Valerie Sofia Castillo Etchart C.I. 27.099.094, como requisito establecido por la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello.

FIRMA

Danielle Parodi Manzano  
Lic. Comunicación Social  
Universidad Católica Andrés Bello  
Profesor  
PAR WriteDesign&Media  
Codirector  
danielleparodi@gmail.com  
+58 414-3389761

## Anexo B:



Universidad Católica Andrés Bello  
Facultad de Humanidades y Educación  
Escuela de Comunicación Social  
Comunicaciones Corporativas  
Trabajo Final de Concentración

### IMPACTO DEL COVID-19 EN LA PRODUCCIÓN DE EVENTOS DE UNA WEDDING PLANNER

Alumnos:  
Valerie Sofia Castillo Etchart  
Marisela Del Carmen Jiménez Páez

Tutor:  
Genevieve Saint-Surin

Caracas, junio de 2022

### Instrumento I

A continuación, se presenta una entrevista realizada por Valerie Castillo y Marisela Jiménez, estudiantes de décimo semestre de Comunicación Social mención Comunicaciones Corporativas en la Universidad Católica Andrés Bello. Está compuesta por quince (15) preguntas abiertas, las cuales deben ser contestadas en un encuentro presencial o virtual (a través de ZOOM) por los cinco (5) *wedding planner* en un tiempo estimado de 35 minutos aproximadamente, con la intención de tener respuestas sobre el impacto del Covid-19 en la producción de bodas para poder seguir avanzando en el presente Trabajo Final de Concentración.

1. ¿Cuánto tiempo llevas trabajando en el área de planificación y gestión de bodas?
2. ¿Cuál es tu público objetivo?
3. ¿Cuántas bodas realizas mensualmente?
4. ¿Cómo está conformado tu equipo?
5. ¿Qué servicios le ofreces a los novios?
6. ¿Qué proveedores consideras esenciales a la hora de realizar una boda?
7. Según tu experiencia con la planificación de bodas nacionales e internacionales, ¿Qué consecuencias trajeron consigo las restricciones aplicadas respectivamente desde que se anunció la cuarentena?
8. ¿Qué aspecto consideras que te diferencia de la competencia?
9. Al asumir la responsabilidad que trae producir y realizar un evento con el Covid-19, ¿qué medidas de bioseguridad implementan antes, durante y después del evento?
10. ¿Qué problemas surgieron a partir de los cambios?
11. ¿De qué manera solucionaste y afrontaste esos problemas?
12. ¿Qué recomendaciones le darías a los novios que quieren realizar sus bodas actualmente?
13. ¿Qué recomendaciones le darías a las organizaciones que se dedican a esto?

14. ¿Surgió alguna reestructuración en el equipo a partir de la cuarentena? ¿Cuál?
15. ¿De qué manera preparaste a tu equipo para afrontar los cambios y para asegurarle a los novios la producción exitosa del evento, la seguridad, bienestar y disfrute de sus invitados?
16. ¿Qué estrategias aplicaste como empresa con respecto a los formatos y ambientes que se utilizaron durante la cuarentena?
17. ¿Consideras que los eventos que realizaste a partir de la cuarentena lograron superar los objetivos y satisfacer a tus clientes? ¿Por qué?
18. ¿Cuál fue el nivel de éxito con respecto a las estrategias aplicadas?
19. ¿Qué estrategias llevaste a cabo para que tus producciones no bajaran el nivel de calidad?
20. ¿De qué manera lograste que los clientes confiaran en el manejo e implementación de estas?
21. ¿Qué tendencias consideras que han surgido a partir del Covid-19 a nivel internacional y nacional?
22. ¿Qué ideas creativas propias tuviste para adaptarte a esta situación?
23. ¿Qué ideas creativas tuvo tu competencia?
24. ¿Cuáles has puesto en práctica?

Respondidas todas las interrogantes, ya concluimos con la entrevista y queremos agradecerle nuevamente por tu tiempo, disposición y por darnos la confianza de utilizar tu empresa como objeto de estudio de nuestra investigación, eres un pilar fundamental en la realización de la misma y estás siendo partícipe de la elaboración de un trabajo innovador que busca ayudar a los profesionales en el área.

### Anexo C:







- Fotos y videos adicionales: [LINK](#)