

Universidad Europea de Valencia

Técnico Superior en Márketing y Publicidad

Ciclo en Márketing y Publicidad

Publicidad y Organización de Eventos: Mi Experiencia Profesional

Bizzancio Unique Events

Autora: Alejandra Almenar Hidalgo - 22380184

Profesor/a: Rosa Ana Álvarez

Valencia, Junio 2025



ÍNDICE

RESUMEN:	6
PALABRAS CLAVE:	6
CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA	7
Ilustración - 1 de los logos de la empresa.....	7
Manual de identidad corporativa (Historia, misión y visión).....	8
Manual de identidad corporativa (Valores y tablero inspiración).....	9
Manual de identidad corporativa (Logotipos y paleta de colores).....	10
Manual de identidad corporativa (Tipografías).....	11
ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL	12
ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO	13
• Análisis DAFO:.....	14
Tabla DAFO.....	14
Tabla 4P.....	14
• Estrategias de Márketing:.....	14
PLAN DE RECURSOS HUMANOS	15
Organigrama.....	15
PLAN DE MARKETING - SEGMENTACIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO	16
SEGMENTACIÓN.....	16
PÚBLICO OBJETIVO.....	16
ESTRATEGIA DE MARKETING: MARKETING RELACIONAL (EN EL ENTORNO INTERNO).....	17
MARKETING RELACIONAL INTERNO (CON MATICES).....	17
TABLA 1 - HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO - FAMILIAS DE PRODUCTOS.....	18
TABLA 2 - POLÍTICA DE PRECIOS POR FAMILIA DE PRODUCTOS (APROX)...	20
TABLA 3 - COMUNICACIÓN - CÓMO SE DAN A CONOCER LAS FAMILIAS...	21
TABLA 4 - RELACIÓN CON EL CLIENTE.....	22
TABLA 5 - DISTRIBUCIÓN.....	23
PROPUESTA DE LOGO Y JUSTIFICACIÓN	23
• Diseño del logo:.....	23
• Justificación:.....	24
PLAN DE REDES SOCIALES	25
TABLA REDES SOCIALES Y JUSTIFICACIÓN.....	25
TABLA - CALENDARIO DE CONTENIDOS.....	26
PROPUESTAS DE EVENTOS Y CONCURSOS	26



TABLA - JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA TOTAL MENSUAL.....	27
PROPUESTA DE MEJORA.....	27
Posicionamiento en el mercado.....	27
ACCIONES INTERNAS DE MEJORA RELACIONAL.....	28
• Reuniones estructuradas y frecuentes:.....	28
• Definiciones de roles y responsabilidades:.....	28
• Reconocimiento del esfuerzo individual y colectivo:.....	29
• Uso de herramientas digitales colaborativas:.....	29
OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE VENTA.....	30
MEJORAR LA USABILIDAD DE LA PÁGINA WEB.....	30
DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO.....	31
• Ambiente: ¿En qué condiciones ambientales se realiza el trabajo?.....	31
• Riesgos: ¿Existen riesgos laborales? ¿Para quién?.....	31
• Integración: ¿Qué formación inicial se requiere? ¿Existe plan de acogida?....	32
CONCLUSIÓN:.....	32
LO QUE HE APRENDIDO:.....	32
1º El valor de la personalización y creatividad.....	32
2º La importancia del trabajo en equipo y de su equilibrio.....	33
3º Flexibilidad y capacidad de adaptación.....	33
4º Necesidad de procesos más definidos.....	33
5º El poder del marketing relacional bien aplicado.....	33
CONCLUSIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL:.....	33



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla DAFO.....	14
Tabla 4P.....	14
TABLA 1 - HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO - FAMILIAS DE PRODUCTOS.....	18
TABLA 2 - POLÍTICA DE PRECIOS POR FAMILIA DE PRODUCTOS (APROX)....	20
TABLA 3 - COMUNICACIÓN - CÓMO SE DAN A CONOCER LAS FAMILIAS.....	21
TABLA 4 - RELACIÓN CON EL CLIENTE.....	22
TABLA 5 - DISTRIBUCIÓN.....	23
TABLA REDES SOCIALES Y JUSTIFICACIÓN.....	25
TABLA - CALENDARIO DE CONTENIDOS.....	26
TABLA - JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA TOTAL MENSUAL.....	27



Universidad
Europea VALENCIA

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración - 1 de los logos de la empresa.....	9
Manual de identidad corporativa (Historia, misión y visión).....	10
Manual de identidad corporativa (Valores y tablero inspiración).....	11
Manual de identidad corporativa (Logotipos y paleta de colores).....	12
Manual de identidad corporativa (Tipografías).....	13



RESUMEN:

Este trabajo de Fin de Ciclo analiza la empresa Bizzancio Unique Events, dedicada a la organización de eventos, catering y desayunos personalizados a domicilio. A través de un estudio estructurado, se ha desglosado su oferta en las distintas familias de productos, identificando servicios como decoración, catering, actividades, audiovisuales, personal de apoyo y experiencias exclusivas como los balcones para fallas. Se han elaborado tablas con ejemplos, precios aproximados, canales de comunicación, distribución y formas de relación con el cliente.

El análisis también abarca el público objetivo, compuesto principalmente por particulares y empresas que buscan experiencias diferenciadas. En cuanto al marketing, se destaca el valor de las estrategias relacionales, aunque se detectan carencias en la comunicación interna y clima laboral, aspectos tratados con tacto y propuestos como áreas de mejora.

Las propuestas de mejora incluyen la optimización de la página web, una estrategia digital más clara, una mejor estructura de ventas, y un enfoque relacional más cuidado hacia el equipo. En el apartado de definición de puestos de trabajo, se valoran aspectos como ambiente, riesgos, horarios y formación inicial, detectando cierta laguna en la acogida y claridad de funciones.

Finalmente, la reflexión personal pone en valor lo aprendido a nivel profesional y humano, subrayando que en una experiencia de cliente excelente comienza con un equipo interno motivado y bien gestionado.

PALABRAS CLAVE:

- Eventos personalizados
- Marketing relacional
- Comunicación interna
- Propuesta de mejora
- Experiencia profesional

CONTEXTUALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Bizzancio Unique Events, es una empresa especializada en la organización de eventos tanto corporativos como particulares, con sede en Valencia. Con más de 10 años de experiencia, la empresa se destaca por ofrecer servicios personalizados que abarcan desde catering y decoración hasta logística y entretenimiento.

La empresa también muestra un fuerte compromiso con causas sociales y medioambientales, colaborando activamente con ACNUR para apoyar a los refugiados y adoptando prácticas sostenibles en sus operaciones.



BIZZANCIO
UNIQUE EVENTS

Ilustración - 1 de los logos de la empresa



Historia de marca

Bizzancio Unique Events, desde sus inicios, ha apostado por un enfoque creativo y comprometido, ofreciendo servicios que combinan originalidad, profesionalismo y atención al detalle.

Bizzancio demuestra un fuerte compromiso con causas sociales y medioambientales. Colabora activamente con ACNUR, apoyando a personas desplazadas por conflictos y persecuciones. Además, promueve prácticas sostenibles en la organización de eventos, buscando reducir el impacto ambiental.

La empresa ofrece una amplia gama de productos, incluyendo:

- Eventos corporativos y particulares.
- Catering personalizado.
- Alquiler de espacios y servicios complementarios.

Bizzancio implementa prácticas ecofriendly en todas sus operaciones, desde el uso de materiales reciclables hasta la adopción de energías renovables, con el objetivo de minimizar su huella ecológica y contribuir positivamente al planeta.

Manual de identidad corporativa (Historia, misión y visión)

Misión

Crear experiencias únicas, personalizadas y memorables a través de la organización integral de eventos, combinando creatividad, excelencia operativa y un firme compromiso con la sostenibilidad y el impacto social positivo.

Visión

Ser la agencia de organización de eventos de referencia en España, reconocida por su innovación, profesionalismo y valores humanos, contribuyendo a transformar cada evento en una vivencia emocionalmente significativa y responsable con el entorno.



Universidad
Europea VALENCIA

Valores

PASIÓN POR LOS DETALLES

Cada evento es una obra única diseñada con mimo, estilo y personalidad.

de

COMPROMISO SOCIAL

Colaboramos con causas humanitarias como ACNUR, integrando la solidaridad en nuestro trabajo.

la

SOSTENIBILIDAD

Fomentamos prácticas responsables que reduzcan el impacto ambiental de los eventos.

EXCELENCIA Y PROFESIONALISMO

Nos guiamos por altos estándares de calidad, cumplimiento y atención al cliente.

INNOVACIÓN CONTINUA

Buscamos nuevas formas de sorprender y mejorar la experiencia del usuario.

marca

Manual de identidad corporativa (Valores y tablero inspiración)

Tablero de inspiración





**Universidad
Europea** VALENCIA

Logotipos de la marca



Manual de identidad corporativa (Logotipos y paleta de colores)

Paleta de colores





**Universidad
Europea** VALENCIA

Tipografías



Sans serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&



Serif

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@£\$%^&



ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL

- **Político:** La estabilidad política en España y las regulaciones favorables al sector de eventos y turismo benefician a empresas como esta.
- **Económico:** La recuperación económica que hubo post-pandémica ha impulsado la demanda de eventos corporativos y sociales en Valencia.
- **Social:** Actualmente existe una creciente preferencia por experiencias personalizadas y sostenibles, lo que alinea con la propuesta de valor de Bizzancio.
- **Tecnológico:** La adopción de la digitalización es esencial para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente.
- **Ecológico:** La conciencia ambiental ha llevado a una mayor demanda de eventos sostenibles, lo que representa una oportunidad para Bizzancio.
- **Legal:** Cumplir con las normativas locales e internacionales en materia de seguridad y salud es crucial para el éxito de los eventos.



ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO

- **Competencia en el sector:** Alta, con numerosas agencias de eventos en Valencia. Bizzancio se diferencia por su enfoque personalizado y compromiso social.
- **Poder de negociación de los clientes:** Moderado, ya que los clientes buscan servicios de calidad y personalizados, pero también comparan precios.
- **Poder de negociación de los proveedores:** Moderado, Bizzancio colabora con una red de proveedores confiables, lo que le permite negociar condiciones favorables.
- **Amenaza de nuevos entrantes:** Moderada, debido a las barreras de entrada como la experiencia y la reputación necesarias en el sector.
- **Amenaza de productos sustitutos:** Baja, ya que las experiencias personalizadas y de calidad son difíciles de replicar por alternativas genéricas.



● **Análisis DAFO:**

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">Experiencia en el sector, servicios personalizados, seguimiento continuo de los clientes, compromiso.	<ul style="list-style-type: none">Dependencia del mercado local, limitada presencia internacional.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">Crecimiento del turismo en Valencia, aumento de la demanda de eventos sostenibles.	<ul style="list-style-type: none">Competencia creciente, cambios en las preferencias del consumidor.

Tabla DAFO

Tabla 4P

● **Estrategias de Márketing:**

PRODUCTO	PRECIO
<ul style="list-style-type: none">Aplicación de servicios post-evento: Ofrecer servicios como resúmenes en vídeo profesional, gestión de encuestas de satisfacción o kits de recuerdo personalizados y así se fomenta el boca a boca	<ul style="list-style-type: none">Descuentos por reserva anticipada (por ejemplo, 10% de descuento si se contrata el evento con 6 meses de antelación).
DISTRIBUCIÓN	PROMOCIÓN
<ul style="list-style-type: none">Utilización de canales digitales y alianzas estratégicas para ampliar la presencia en el mercado.	<ul style="list-style-type: none">Organizar jornadas de puertas abiertas donde los potenciales clientes puedan ver montajes reales, degustar catering, etc. Generando confianza.

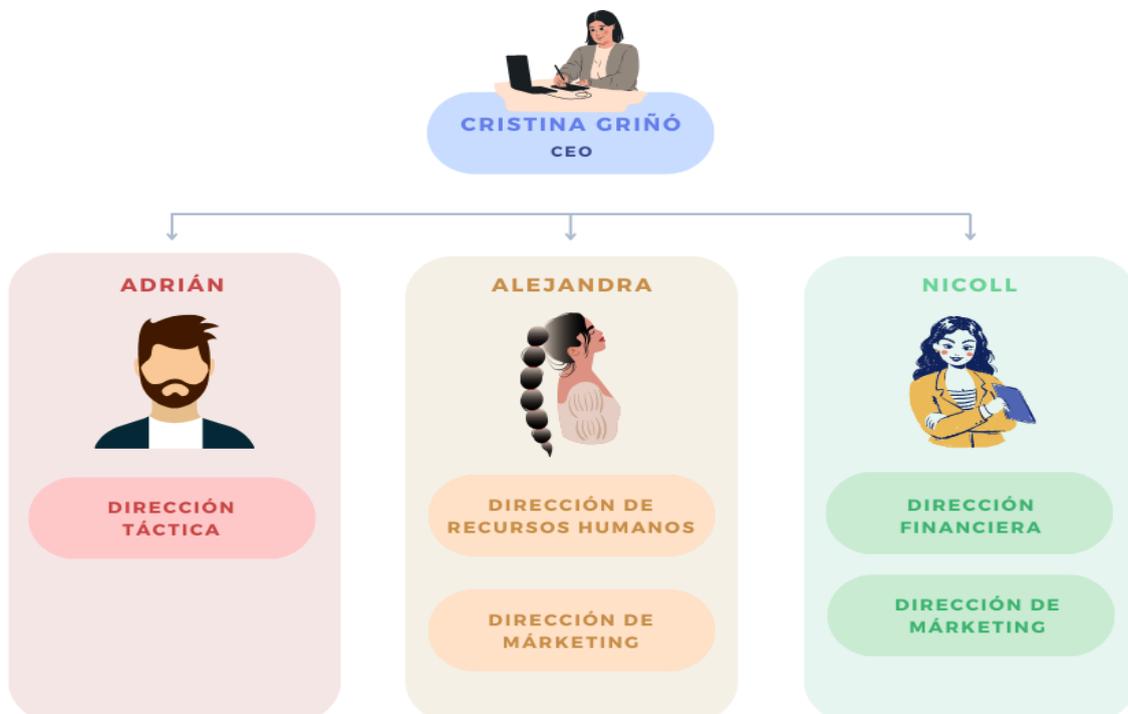


PLAN DE RECURSOS HUMANOS

Cabe destacar que el equipo ha funcionado de manera colaborativa y multidisciplinar. No se establecieron roles fijos ni sectores diferenciados durante el desarrollo del proyecto, ya que todos los integrantes participaron activamente en múltiples tareas según las necesidades que surgieron. Sin embargo, con el objetivo de mejorar la organización y tener una estructura más clara, se ha propuesto la elaboración de un organigrama que refleje una distribución funcional de responsabilidades, reconociendo las áreas en las que cada miembro ha tenido mayor implicación.

Organigrama

Organigrama Bizzancio





PLAN DE MARKETING - SEGMENTACIÓN Y PÚBLICO OBJETIVO

Bizzancio Unique Events está orientada a ofrecer experiencias exclusivas y personalizadas, lo que define claramente un enfoque de marketing segmentado. La empresa no se dirige a un público masivo, sino a nichos específicos que valoran lo experiencial, personalizado, lo fácil y de alto valor.

SEGMENTACIÓN

- **Geográfica:** Principalmente centrada en la Comunidad Valenciana, especialmente Valencia capital y alrededores, aunque abierta a colaboraciones en otros puntos de España.
- **Demográfica:**
 - Cualquier tipo de personas
 - Nivel socioeconómico medio-alto y alto
 - Profesionales, turistas de alto poder adquisitivo, empresas
 - También familias que desean celebrar eventos únicos (bautizos, bodas, comuniones, etc)
- **Psicográfica:**
 - Personas que valoran el detalle, la exclusividad, la facilidad y la estética
 - Público que busca experiencias con un componente emocional y cultural
 - Empresas que quieren impactar en sus eventos y diferenciarse

PÚBLICO OBJETIVO

- **Clientes particulares** que desean organizar celebraciones privadas y memorables (cumpleaños, bodas, baby showers, etc)
- **Clientes corporativos** que buscan un partner para eventos profesionales, lanzamientos de producto, hospitality, etc
- **Turistas o visitantes** interesados en experiencias culturales, gastronómicas y exclusivas, como balcones de fallas, rutas privadas o fiestas en barco.



ESTRATEGIA DE MARKETING: MARKETING RELACIONAL (EN EL ENTORNO INTERNO)

En el caso de Bizzancio, una parte fundamental de la estrategia de marketing se ha centrado en crear vínculos sólidos y memorables con el cliente final, basados en la personalización, el trato cercano y la atención al detalle. Sin embargo, es importante tener en cuenta también el marketing relacional interno, es decir las relaciones que se desarrollan dentro del equipo.

MARKETING RELACIONAL INTERNO (CON MATICES)

A lo largo del desarrollo de los proyectos en la empresa, se ha evidenciado que, si bien la creatividad y la dedicación del equipo han sido destacables, la comunicación interna ha presentado ciertos retos. Las dinámicas dentro del grupo no siempre han sido fluidas ni colaborativas, lo que en ocasiones ha dificultado la coordinación y la toma de decisiones conjuntas.

El entorno laboral no ha favorecido en todo momento el intercambio abierto de ideas ni la gestión constructiva de diferencias. En lugar de una cultura basada en la confianza y el apoyo mutuo, en algunos momentos se han dado situaciones donde ha predominado la tensión, el desacuerdo constante o la falta de alineación de objetivos.

Estas circunstancias han afectado directamente la experiencia interna del equipo, lo cual, en un proyecto basado en emociones y conexión como Bizzancio, resulta especialmente relevante. Este aspecto se tratará con mayor profundidad en el apartado de mejoras, proponiendo acciones para fortalecer los vínculos interpersonales, mejorar la comunicación y fomentar una cultura de trabajo más positiva y colaborativa.



TABLA 1 - HERRAMIENTAS DEL MARKETING OPERATIVO - FAMILIAS DE PRODUCTOS

Familia de productos	Ejemplos de productos
Eventos personalizados	<ul style="list-style-type: none">● Cumpleaños fiestas sorpresa● Bautizos● Comuniones● Bodas● Despedidas de soltero/a● Baby showers
Eventos corporativos	<ul style="list-style-type: none">● Catering y bebidas● Catering a medida● Vino de honor● Barra libre● Coffee break● Networking● Team building● Hospitality● Programa de conyuges
Decoración y ambientación	<ul style="list-style-type: none">● Decoración● Ambientación de espacios● Fiestas temáticas
Logística, montaje y desmontaje	<ul style="list-style-type: none">● Alquiler de material y logística● Montaje y desmontaje
Alquiler de espacios	
Catering y mesas especiales	<ul style="list-style-type: none">● Mesas dulces● Mesas infantiles - infinity table
Servicios audiovisuales y técnicos	<ul style="list-style-type: none">● Audiovisuales● Ambientación● DJ● Fotógrafo



Personal de apoyo	<ul style="list-style-type: none">● Servicios de azafatas● Camareros● Personal de limpieza
Entretenimiento	<ul style="list-style-type: none">● Animación infantil● Performances
Actividades	<ul style="list-style-type: none">● Servicios zona VIP● Excursiones● Moto de agua● Fiesta en barco● Paseo en catamarán● Paddle surf● Banana boat● Karting● Scape room
Servicios especiales	<ul style="list-style-type: none">● Transfers● Beauty service● Personal shopper● Personal copper (exclusivo de Bizzancio)● Visitas guiadas● Traductores
Balcón de fallas - mascletás	<ul style="list-style-type: none">● Amigos o grupos● Familias● Sin aglomeraciones● Visitas privilegiadas



**TABLA 2 - POLÍTICA DE PRECIOS POR FAMILIA DE PRODUCTOS
(APROX)**

Familia de productos	Rango de precios aproximado
Eventos personalizados	Desde 800 € hasta 5000 €+ según número de asistentes y servicios
Eventos corporativos	Desde 1000 € hasta 6000 €, dependiendo del evento
Decoración y ambientación	Desde 300 € hasta 2500 €
Logística, montaje y desmontaje	Desde 200 € hasta 1500 €
Alquiler de espacios	Desde 500 € hasta 3000 €
Catering y mesas especiales	Desde 20 € hasta 60 € por persona
Servicios audiovisuales y técnicos	Desde 400 € hasta 2000 € (según DJ, fotógrafo, etc.)
Personal de apoyo	Desde 150 € por jornada/persona
Entretenimiento	Desde 250 € hasta 1000 € (según tipo de animación)
Actividades	Desde 30 € hasta 150 € por persona
Servicios especiales	Desde 50 € hasta 300 € por servicio
Balcón de fallas - mascletás	Desde 60 € hasta 150 € por persona (según paquete)

- Aunque los precios pueden variar en función de la personalización, la ubicación, la logística y el número de pax.



TABLA 3 - COMUNICACIÓN - CÓMO SE DAN A CONOCER LAS FAMILIAS

Familia de productos	Canales de comunicación utilizados
Eventos personalizados	Redes sociales (Instagram, Facebook), página web
Eventos corporativos	LinkedIn, networking, correo directo a empresas, eventos empresariales
Decoración y ambientación	Instagram (antes y después), Pinterest, vídeos inspiracionales, reels
Logística, montaje y desmontaje	Comunicación directa con clientes, asesoría previa en reuniones
Alquiler de espacios	Página web, alianzas con fincas y espacios privados
Catering y mesas especiales	Fotos atractivas en redes sociales, colaboraciones
Servicios audiovisuales y técnicos	Portafolio en la web, reels, recomendaciones de eventos anteriores
Personal de apoyo	A través de propuestas integrales en eventos, imagen de profesionalidad en web/redes
Entretenimiento	Vídeos de eventos, reels con animaciones y momentos destacados
Actividades	Paquetes turísticos promocionados en redes, colaboraciones con agencias y hoteles



Servicios especiales	Página web, redes sociales, alianzas con profesionales del sector de lujo y turismo
Balcón de fallas - mascletás	Promoción en temporadas específicas, colaboraciones con guías y alojamientos turísticos

TABLA 4 - RELACIÓN CON EL CLIENTE

Tipo de relación	Descripción
Contacto online	A través de formulario web, email o redes sociales
Atención directa	Personalizada, reuniones presenciales o virtuales e incluso por mensaje para definir necesidades
Seguimiento post evento	Feedback del cliente, fotos, agradecimientos
Detalles y obsequios	Pequeños regalos personalizados o detalles durante el evento
Comunicación continua	Se mantiene contacto para eventos futuros o recomendaciones



TABLA 5 - DISTRIBUCIÓN

Canal de distribución	Descripción
Online	Reservas y consultas a través de la web y redes sociales
Hoteles y alojamientos	Reservas y posibles colaboraciones
Restaurantes	Reservas y posibles alianzas
Ferias y eventos	Participación en ferias de turismo, gastronomía y experiencias
Agencias y guías locales	Distribución de experiencias mediante agencias de viajes y guías turísticos

PROPUESTA DE LOGO Y JUSTIFICACIÓN

- **Diseño del logo:**
 - **Color dorado y azul profundo:** El dorado transmite lujo, exclusividad y elegancia, mientras que el azul profundo aporta sofisticación, serenidad y un toque moderno. Esta combinación proyecta una imagen premium, refinada y actual.
 - **Símbolo abstracto:** Una corona estilizada o un laurel representa liderazgo, éxito y celebración. Es un guiño directo a la organización de eventos exclusivos, donde cada cliente es tratado como “realeza”.



- **Tipografía elegante y contemporánea:** Se utiliza una fuente serif. El título “Bizzancio” se presenta en mayúsculas, con “Unique Events” en una línea inferior más sutil.
 - **Estilo minimalista:** El diseño evita sobrecargas visuales para transmitir claridad, confianza y profesionalismo.
-
- **Justificación:**
 - **Exclusividad:** La combinación del dorado con el azul profundo y la corona o el laurel transmiten servicios de alta gama, lo cual conecta con el target de clientes.
 - **Versatilidad:** El diseño es adaptable a distintos formatos y soportes.
 - **Diferenciación:** Alejarse de logos genéricos en eventos con globos o copas, lo que permite a Bizzancio destacar como una marca visual sólida y original..
 - **Coherencia:** El símbolo abstracto y la tipología reflejan la propuesta de valor: eventos únicos, cuidados al detalle y orientados a la experiencia del cliente.



PLAN DE REDES SOCIALES

- **Objetivo:**
 - Aumentar un 30% los seguidores en 6 meses.
 - Mejorar la interacción (likes, comentarios, compartidos) en un 40%.
 - Captar al menos 5 nuevos clientes potenciales mensuales a través de redes.

TABLA REDES SOCIALES Y JUSTIFICACIÓN

RED SOCIAL	JUSTIFICACIÓN
Instagram	Ideal para mostrar eventos visualmente atractivos. Alta interacción con público femenino (clave en decisiones de eventos)
TikTok	Viralización rápida, especialmente en fiestas temáticas, bodas o eventos creativos
Facebook	Útil para eventos familiares, segmentación por edad, y promociones locales
LinkedIn	Para eventos corporativos, networking y captación de clientes B2B
Pinterest	Inspiracional para bodas, decoración y ambientación



TABLA - CALENDARIO DE CONTENIDOS

TIPO DE CONTENIDO	FRECUENCIA	COSTO MENSUAL ESTIMADO
Reels de eventos realizados	2/semana	0€ (con material interno)
Fotos profesionales	3/semana	150€ (fotógrafo autónomo 1 día/mes)
Stories interactivos	Diario	0€
Concursos/colaboraciones	1/mes	100€ (premio o colaboración)
Consejos y tips de eventos	1/semana	0€

PROPUESTAS DE EVENTOS Y CONCURSOS

- **Concurso mensual “Tu evento soñado”:**
 - **Mecánica:** los seguidores comentan qué evento soñado querrían y por qué.
 - **Premio:** 30% de descuento en un servicio (mesas dulces, decoración, etc).
 - **Objetivo:** viralidad, aumentar comentarios y seguidores.
 - **Costo:** 100€ (valor simbólico del premio)
- **Evento abierto tipo showroom (presencial y en directo):**
 - Demostración en vivo de montaje, decoración y mesas temáticas.
 - Se emite en Instagram y en tiktok.
 - **Costo:** 300€ (pequeña inversión en decoración y coffee break).
 - **Objetivo:** atraer seguidores, captar clientes potenciales reales.



- **Campaña de colaboraciones con influencers:**
 - Influencers locales con 5k - 15k seguidores.
 - **Presupuesto:** 200€/mes por 2 colaboraciones.
 - **ROI estimado:** +300 nuevos seguidores/mes y visibilidad de marca.

TABLA - JUSTIFICACIÓN ECONÓMICA TOTAL MENSUAL

ACCIÓN	COSTO ESTIMADO
Contenido visual profesional	150€
Concurso mensual	100€
Evento mensual	300€
Colaboraciones con influencers	200€
TOTAL mensual estimado	750€

PROPUESTA DE MEJORA

Posicionamiento en el mercado

- **Objetivo:** Diferenciar a Bizzancio de competidores locales y nacionales como una empresa de eventos con un enfoque exclusivo, emocional y experiencial.
- **Acciones:**
 - Potenciar el branding emocional a través de historias como testimonios, directos mientras se hace el evento, etc.
 - Crear una campaña online con el lema “**Eventos que se sienten**”, centrada en el valor emocional de los servicios.
 - Participación activa en ferias de eventos y networking de alto nivel (turismo experiencial, bodas de destino, etc)



ACCIONES INTERNAS DE MEJORA RELACIONAL

A lo largo del desarrollo del trabajo de Bizzancio, se ha podido observar que, si bien existe un alto nivel de implicación individual y una clara orientación al cliente, la dinámica interna del equipo presenta ciertas oportunidades de mejora que conviene abordar con sensibilidad y visión constructiva.

En este sentido, se proponen las siguientes acciones enfocadas en reforzar el marketing relacional interno, es decir, aquellas estrategias que favorecen una cultura de equipo sólida, saludable y alineada con los valores de la empresa:

- **Reuniones estructuradas y frecuentes:**

Establecer una rutina de reuniones semanales breves, con una duración máxima de 30 minutos, donde cada miembro pueda exponer en qué está trabajando, qué necesita del equipo y qué dificultades ha encontrado. Este tipo de encuentros promueven:

- Transparencia y coordinación.
- Escucha activa entre compañeros.
- Detección temprana de malentendidos o desajustes operativos.

- **Definiciones de roles y responsabilidades:**

Uno de los elementos que más impacta en la colaboración es la indeterminación de funciones. Por ello, se recomienda crear un pequeño documento interno u organigrama funcional (aunque sea flexible) donde se establezca de forma orientativa:

- Qué tipo de tareas lidera cada persona.
- Cuáles son las responsabilidades compartidas.
- Cómo se comunican cambios o necesidades urgentes.

Esto favorece la claridad y evita malentendidos



- **Reconocimiento del esfuerzo individual y colectivo:**

En entornos creativos como el de los eventos, donde el trabajo suele ser intenso y con mucha precisión puntual, es esencial reconocer de forma explícita el valor del trabajo de los compañeros. Esto puede hacerse a través de:

- Pequeños gestos (mensajes, palabras, menciones en reuniones).
- Un sistema de “agradecimientos internos” informales.
- Celebraciones simbólicas al cerrar eventos importantes.

- **Uso de herramientas digitales colaborativas:**

Implementar plataformas para organizar tareas, plazos y comunicaciones de forma visual y compartida. Esto permite:

- Tener visibilidad global del avance del proyecto.
- Reducir los mensajes cruzados y confusiones.
- Mejorar la planificación sin depender exclusivamente del WhatsApp o la comunicación verbal, que puede prestarse a malos entendidos.

Estas acciones no requieren grandes inversiones, pero sí un cambio de cultura progresivo, centrado en la empatía, el reconocimiento mutuo y una comunicación más saludable. Un entorno interno positivo no solo mejora la productividad, sino que también se refleja directamente en la calidad del servicio que se ofrece al cliente, algo especial en una empresa como Bizzancio que apuesta por la experiencia y la emoción.



OPTIMIZACIÓN DEL PROCESO DE VENTA

- **Objetivo:** Hacer más ágil y atractiva la conversión de clientes desde el primer contacto hasta la contratación.
- **Acciones:**
 - Simplificar el formulario de contacto en la web para hacerlo más directo.
 - Ofrecer paquetes iniciales “base” descargables que el cliente pueda personalizar con complementos.
 - Automatizar correos de seguimiento tras el primer contacto con materiales visuales atractivos.
 - Incluir un catálogo visual de experiencias con precios orientativos para facilitar la toma de decisiones.

MEJORAR LA USABILIDAD DE LA PÁGINA WEB

- **Objetivo:** Crear una experiencia web coherente, profesional y funcional, alineada con la imagen premium de la marca.
- **Acciones:**
 - Rediseñar la estructura de la web para facilitar la navegación.
 - Incluir más vídeos y carruseles de imágenes reales de eventos organizados.
 - Traducir la web a más de un idioma.



DEFINICIÓN DEL PUESTO DE TRABAJO

- **Ambiente: ¿En qué condiciones ambientales se realiza el trabajo?**

El entorno laboral es orientado a eventos, catering y desayunos, lo que implica:

- Trabajo en ambientes cambiantes; como salones, exteriores, espacios privados, etc
- Exposición a factores climáticos durante el montaje o eventos al aire libre
- Ambientes muchas veces estresantes por la presión del tiempo, los detalles personalizados y las expectativas del cliente

Condiciones óptimas de trabajo se encuentran dentro de la oficina, aunque pueden verse afectadas por tensiones internas, como se mencionó anteriormente.

- **Riesgos: ¿Existen riesgos laborales? ¿Para quién?**

Sí, existen riesgos moderados asociados principalmente a:

- Montaje y desmontaje de estructuras decorativas, carpas, sonido, etc
- Riesgo de lesiones físicas por manipulación de cargas, trabajos en altura o con electricidad
- Estrés por sobrecarga de tareas o falta de organización interna
- Posible riesgo reputacional o emocional si un evento no cumple las expectativas y el equipo recibe presión directa del cliente

Se recomienda implementar protocolos de prevención, formación específica y turnos equilibrados.



- **Integración: ¿Qué formación inicial se requiere? ¿Existe plan de acogida?**

Se requiere formación o experiencia en:

- Manipulación de alimentos
- Organización de eventos
- Formación Administrativa
- Atención al cliente
- Creatividad
- Conocimiento técnico
- Marketing y Publicidad

Una planificación semanal clara y reparto justo de responsabilidades puede minimizar el agotamiento del equipo.

CONCLUSIÓN:

Durante este período de prácticas en Bizzancio Unique Events, he podido experimentar de cerca la realidad de una empresa del sector de los eventos personalizados, corporativos y más. Esta etapa ha sido una oportunidad para observar tanto las fortalezas de la empresa como aquellas áreas que requieren un desarrollo más estructurado.

LO QUE HE APRENDIDO:

1º El valor de la personalización y creatividad

Bizzancio destaca por su capacidad para diseñar experiencias únicas adaptadas a cada cliente. He aprendido que la diferenciación en este sector viene de los detalles, de la ambientación cuidada, de la atención al cliente y de propuestas innovadoras como “personal copper” o el que haya balcones de fallas exclusivos.



2º La importancia del trabajo en equipo y de su equilibrio

Aunque la creatividad fluye, hay aspectos relacionales internos que pueden entorpecer el trabajo colectivo. Las dinámicas dentro del equipo requieren mayor escucha, empatía y espacios de comunicación más efectivos. Se trata de cuidar también “el espacio interior”, el que ocurre dentro de la oficina.

3º Flexibilidad y capacidad de adaptación

El ritmo es variable, con días muy intensos, impresionantes y exigencias cambiantes. Este entorno enseña a ser resolutivo, rápido y a trabajar bajo presión. También adaptarse a distintos perfiles de cliente y necesidades.

4º Necesidad de procesos más definidos

Se han detectado ciertas carencias en la estructura organizativa, como la asignación de tareas, un organigrama en sí, que afectan directamente al bienestar y desempeño del equipo. Esto ofrece una valiosa lección sobre la importancia de los procedimientos claros en empresas de este tipo.

5º El poder del marketing relacional bien aplicado

La experiencia ha permitido ver el peso que tiene una relación cliente-empresa cuidada, así como los riesgos de no aplicar internamente esa misma filosofía relacional entre compañeros/as. Una buena atención externa debe comenzar desde dentro.

CONCLUSIÓN PERSONAL Y PROFESIONAL:

Esta experiencia ha sido un reflejo de lo que supone emprender en un sector tan sensible como el de los eventos: un equilibrio entre emoción, logística y trabajo. He aprendido que tan importante como el producto final es el ambiente en el que se trabaja para crearlo; y que mejorar desde dentro es el primer paso para brillar hacia fuera.