



**UNIVERSIDAD JUÁREZ AUTÓNOMA  
DE TABASCO  
DIVISIÓN ACADÉMICA DE CIENCIAS  
ECONÓMICO  
ADMINISTRATIVAS**

**ZONA DE LA CULTURA**

**Mercadotecnia, GRUPO CLM**

**COMPORTAMIENTO DEL  
CONSUMIDOR**

**Minerva Camacho Javier**

**ALUMNO:  
ANDY MAURICIO BRITO GARCIA**

## **Introducción**

En la actualidad, el sector de la organización de eventos ha evolucionado para convertirse en una industria que ya no se limita únicamente a ofrecer productos o servicios básicos como decoración, mobiliario o logística. Cada vez más personas buscan vivir experiencias que generen emociones, recuerdos y un sentido de conexión personal con lo que están celebrando. Esta transformación responde a una tendencia global: los consumidores desean momentos que se sientan auténticos y memorables, y esperan que las empresas sean capaces de diseñar vivencias completas que trasciendan lo material. En este contexto, las empresas de eventos deben comprender profundamente las expectativas, deseos y percepciones de sus clientes, ya que la experiencia emocional se ha convertido en el elemento central del valor ofrecido.

Con este propósito, se realizó una entrevista a un cliente que ha contratado servicios de organización de eventos, con la intención de conocer cómo interpreta la experiencia, qué elementos considera esenciales y de qué manera valora el proceso más allá del producto final. Sus respuestas permiten analizar la importancia del acompañamiento, la personalización y los detalles sensoriales, aspectos que influyen directamente en la satisfacción y en la construcción de recuerdos significativos. A través de esta entrevista, es posible identificar cómo el deseo de vivir experiencias memorables guía las decisiones del cliente y se convierte en un factor determinante para elegir y recomendar a una empresa del sector.

## Desarrollo

Durante la entrevista se aplicaron las siguientes preguntas para conocer la percepción del cliente sobre la experiencia en eventos:

1. **¿Cuál es tu opinión sobre la importancia de la experiencia que vives durante un evento y la atención que te da la empresa?**

El entrevistado comentó que la experiencia es lo más importante. Para él, no basta con que todo “se vea bonito”; necesita sentir que la empresa entiende lo que quiere y lo acompaña en todo momento. Dijo que la tranquilidad y la emoción del día del evento valen más que cualquier elemento material.

2. **¿Qué es lo que más valoras cuando contratas una empresa de organización de eventos?**

Señaló que valora la confianza y el profesionalismo. Dijo que le gusta sentir que la empresa no solo cumple un pedido, sino que se involucra realmente en crear un momento especial.

3. **¿Cómo te gustaría que la empresa interpretara tus ideas o la visión que tienes de tu evento?**

Respondió que quiere que lo escuchen, pero que también le propongan ideas creativas. Mencionó que le encanta cuando la empresa logra mejorar lo que él imaginaba originalmente.

4. **¿Qué tan importantes son para ti los detalles como la decoración, los arreglos y la ambientación?**

Expresó que esos detalles son esenciales porque son los que provocan emociones y hacen que el evento se sienta único. Afirmó que los arreglos y la decoración “hablan por sí solos” y pueden cambiar completamente el ambiente.

5. **¿Qué esperas sentir el día de tu evento gracias al trabajo de la empresa?**

Dijo que espera sentirse tranquilo, satisfecho y sorprendido. Para él, lo más importante es que sus invitados también sientan esa magia del momento.

6. **¿Preferirías pagar un poco más si la empresa te garantiza una experiencia más memorable?**

Respondió que sí, siempre y cuando valga la pena. Aseguró que una experiencia bien vivida queda en el recuerdo, mientras que un producto por sí solo no tiene el mismo impacto.

7. **¿Qué te haría recomendar a una empresa de eventos a otra persona?**

Mencionó que recomendaría a una empresa que lo haga sentir acompañado, que cuide los detalles y que convierta el evento en algo emocionalmente significativo.

A partir de estas respuestas, se observa que el cliente otorga un valor mayor a la **experiencia emocional**, al sentimiento de acompañamiento y a la capacidad de la empresa para transformar ideas en momentos inolvidables. Para él, la atmósfera, la creatividad y el trato humano pesan más que cualquier producto aislado.

## **Conclusión**

La entrevista muestra que los clientes buscan mucho más que un servicio de organización de eventos: desean vivir sensaciones, disfrutar el proceso y obtener un resultado que trascienda lo visual. La experiencia completa —desde la atención previa hasta los detalles finales del evento— se convierte en el verdadero diferenciador de una empresa. Crear momentos memorables, escuchar al cliente y aportar creatividad permiten que la marca conecte emocionalmente y genere recuerdos duraderos. En un mercado donde todos pueden ofrecer decoraciones o paquetes, lo que realmente destaca es la capacidad de convertir un evento en una experiencia significativa.