Guion para desarrollo de contenidos

| PROGRAMA DE FORMACIÓN | Producción de eventos masivos |
| --- | --- |

| COMPETENCIA | 250102020 - Diseñar espectáculos escénicos de acuerdo con técnica y normativa. | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 250102020-4 - Proyectar el presupuesto con base en una ficha técnica, costos, gastos y rendimiento del evento. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | 4 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Presupuesto de los eventos |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Un factor importante en la organización de eventos tiene que ver con el presupuesto que se va a ejecutar, para lo cual se requiere la ficha técnica, revisar costos, gastos y en algunos casos, conseguir apoyos a través de alianzas o patrocinios, con el fin de que la inversión no recaiga únicamente en la empresa pionera o líder del evento. |
| PALABRAS CLAVE | Alianzas, costos, impuestos, patrocinios, presupuesto |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - VENTAS Y SERVICIOS |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

TABLA DE CONTENIDOS

**Introducción**

**1. Presupuesto de eventos**

**2. Elementos del presupuesto**

**3. Fuentes de ingreso**

**4. Impuestos tributarios**

**5. Normativa de espectáculos públicos y derechos de autor**

**INTRODUCCIÓN**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Estimado aprendiz, le damos la bienvenida. Aquí se tratará sobre el presupuesto aplicado a la organización de eventos. Este aspecto se debe considerar desde la fase de producción hasta la posproducción de este tipo de actividades, pues de ello depende que se cumpla con el objetivo planteado para su desarrollo. Tener las cuentas claras ayudará a evaluar la rentabilidad de la operación, y verificar que el valor cobrado a su cliente es adecuado para cumplir con los compromisos financieros, entre ellos el pago a proveedores, dejando el margen de utilidad deseado.  El siguiente video amplía un poco más lo que se abordará en esta experiencia de aprendizaje. ¡Muchos éxitos en su desarrollo! |

**GUION DE VIDEO INTRODUCTORIO**

| **Tipo de recurso** | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | La organización de eventos y el presupuesto | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** |  |
| **1** | Mostrar imagen similar con el símbolo del presupuesto. | Música suave en todo el video. | Aplicar el presupuesto al diseño de espectáculos o en cualquier otro proyecto, implica conocer desde su concepto hasta su terminología, pues dependiendo del tipo y naturaleza del evento tendrá una proyección diferente. Por ejemplo, si se trabaja para el sector estatal, al momento de elaborar la cotización deben contemplarse ciertos pagos, que son distintos a los del sector privado —es el caso de algunos impuestos—, para no afectar la rentabilidad que como organizadores buscamos, y cumplir con las exigencias de ley. Además, al diseñar el presupuesto hay condiciones de contratación que también se tienen que revisar con detenimiento, y esto exige tener todo absolutamente claro. | Presupuesto:  Concepto  Terminología  Aplicación a los eventos. |
| **2** | Imagen de referencia |  | El presupuesto involucra todos los recursos técnicos y de apoyo para desarrollar un evento, así como los imprevistos que puedan presentarse. La empresa organizadora debe contar con activos y soporte económico suficiente para respaldar incluso gastos surgidos de cualquier situación fortuita. Todo esto hará parte del estudio financiero requerido para el evento. | Presupuesto: recursos para el desarrollo del evento. |
| **3** | Escena o imagen de organizador de eventos realizando pagos: referencia  A los lados, ver iconos de flores, mesas, comida, micrófono, que representen los aspectos del evento pagados. |  | Además, es importante tener previsto el lugar donde se va a llevar a cabo la actividad, lo que implica realizar pagos parciales que se deben considerar desde el primer momento con el cliente. Muchas veces es necesario estudiar la magnitud del evento y cada uno de sus detalles, para así estipular el costo de este adecuadamente y llegar a una negociación gana-gana, evitando que luego se generen inconformidades de cualesquiera de las partes involucradas. |  |
| **4** | Mostrar imagen o escena de evento con patrocinio, imagen referencia |  | Hay algunos aspectos que deben tenerse presentes en el manejo de un presupuesto cuando se habla de eventos, por ejemplo, las alianzas o patrocinios. Estos contribuyen a su financiamiento, sin embargo, requieren un manejo claro y cuidadoso, sin importar que el compromiso adquirido con el patrocinador sea pequeño y se reduzca a modestos aportes, o involucre grandes sumas de dinero, como sucede en citas deportivas de gran envergadura como la Fórmula 1, un espectáculo que mueve patrocinios con compromisos financieros considerables, dependiendo de la marca. |  |
| **5** | Mostrar imagen o escena que represente a una persona llevando las cuentas del evento. |  | Dada la importancia de la cuestión financiera y el uso adecuado de dineros en la organización de eventos, es necesario un análisis y planeación cuidadosos para evitar inconvenientes. Por esa razón, es valioso el apoyo de un profesional en el área de finanzas, un contador o un analista financiero dedicado a revisar cada detalle del evento y que proyecte tanto la rentabilidad de este como el de la empresa que lo organiza, teniendo en cuenta todas las exigencias de ley, como las pólizas de cumplimiento y los impuestos tributarios que el Estado colombiano exige. | Contar con un profesional en finanzas o contabilidad. |
| **6** | Mostrar escena o imagen de persona angustiada por las cuentas, imagen referencia:    Luego, la misma persona más confiada con el conocimiento. |  | Teniendo en cuenta lo anterior, en este componente formativo se explicarán algunos conceptos del ámbito financiero, fundamentales en la organización de eventos, para que cuente con la preparación necesaria para cotizar o licitar el desarrollo de un evento de gran magnitud, puesto que esto exige de un experto en esta área. También conocerá la normativa que rige en Colombia para espectáculos públicos, derechos de autor, y leyes que debe tener presente para evitar sanciones. |  |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v1 | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

**1.** **Presupuesto de eventos**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los presupuestos permiten identificar y determinar toda la parte financiera y económica que se va a tener en el desarrollo del evento. El presupuesto es un instrumento que presenta en términos cuantitativos las actividades que se han organizado y planificado en la organización de un evento, con la finalidad de utilizar de manera más productiva sus recursos, para que pueda ejecutarse puntualmente. Se plasman en un documento todos los movimientos que se espere hacer, ya sea de ingresos o egresos, considerando todo tipo de cobros adicionales posibles. Lo ideal de contar con esta herramienta es evitar errores en cuestión de planeación o ejecución del evento. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Otros aspectos sobre el presupuesto son: | |
| Todo presupuesto tiene un periodo de tiempo determinado, en el que se deben lograr unos objetivos y contemplar todos los aspectos de la organización del espectáculo. Previendo lo que pueda pasar más adelante, es netamente cuantitativo y tiene fines específicos y basados en la realidad. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i1** |
| Elaborar un presupuesto nos dará la idea de cuánto va a costar la ejecución del evento, por ello es fundamental saber cuáles son todos los rubros o gastos en cada una de sus fases. En él se deben consignar todos los gastos y especificarlos: desde pequeñas cosas como arreglos florales hasta el alquiler del lugar, el pago a los artistas, pólizas de seguros y la reserva para imprevistos, por ejemplo. Adicionalmente, se debe calcular un ingreso neto (venta de boletas, patrocinios, aportes, etc.) muy realista, y para ello lo mejor es tener un plan que permita ver el panorama de movimientos, tanto de ingresos como de egresos. La revisión regular del presupuesto y considerar siempre los gastos para mantenerse dentro él es vital para evitar situaciones críticas que pongan en riesgo el logro del objetivo. | | Crear imagen similar, pero en los iconos que se vea: decoración, comida, muebles, transporte, locación  **Imagen: 623800\_CF4\_i2** |
| El presupuesto integra y coordina todas las áreas, actividades, comités y responsables de la organización, expresando de forma monetaria y cuantificada los objetivos que se quiere lograr. Esto facilita su asignación y comunicación con cada uno de los comités de la organización del espectáculo, así como el correspondiente seguimiento para garantizar su complimiento y detectar posibles desviaciones. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i3** |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Siendo el presupuesto una herramienta financiera fundamental, es necesario que el organizador de eventos tenga en cuenta diversos aspectos. |

| Tipo de recurso | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| Introducción | Esos aspectos son: |
| Imagen: 623800\_CF4\_i4 | |
| El presupuesto es un plan que manifiesta lo que la organización trata de realizar. | |
| Es una herramienta integradora y coordinadora, al tomar en cuenta todas las actividades, de tal manera que cada una contribuya al logro del objetivo de la organización. A este proceso se le conoce como presupuesto maestro, uno que es formado y preparado conjuntamente y en armonía por los diferentes comités que lo integran. | |
| Siempre se refiere en términos monetarios, es decir, unidades cuantificables y medibles. | |
| Consolida y determina las operaciones de la organización en cuanto a los ingresos que se van a obtener, y los gastos e inversiones que se deben hacer. Esta información debe registrarse de la forma más detallada posible. | |
| Planea los recursos necesarios para ejecutar sus planes del comité logístico o artístico. | |
| Se plantea para un período futuro determinado. | |
| Debe ser flexible para que permita las revisiones, ajustes y cambios requeridos en el momento necesario. | |
| La optimización de recursos es fundamental tanto para su obtención como para su ejecución. | |
| Tener un presupuesto detallado minimiza los riesgos en el desarrollo de las actividades del evento. | |
| A través de los presupuestos se mantiene el plan de operaciones de la organización en unos límites razonables. | |
| Es necesario medir el requerimiento de los distintos comités de la organización. | |
| El presupuesto permite estipular el límite y alcance de los desembolsos realizados. | |
| Presenta por anticipado el monto de los gastos de las actividades que se realizarán en la ejecución del evento. | |
| Busca reducir al mínimo los costos por compras innecesarias o despilfarro de materiales. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| En el presupuesto de eventos se debe determinar la alternativa con la que se va a trabajar, teniendo en cuenta el tipo de evento, sus características y sus exigencias. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | De esta forma se puede tener: | |
| **Presupuesto adaptado al**  **evento** | Este se desarrolla teniendo en cuenta una proyección de los objetivos o necesidades planteadas. Es usual, por ejemplo, en congresos o conferencias. | Construir imagen similar  Imagen: 623800\_CF4\_i5 |
| **Evento adaptado al presupuesto** | Significa que ya se tiene un rubro establecido y específico para llevar a cabo el evento, el cual se debe ajustar a lo que se tiene determinado. Se aplica a lanzamientos, eventos sociales y capacitaciones. | construir imagen similar  Imagen: 623800\_CF4\_i6 |

**2.** **Elementos del presupuesto**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para elaborar un presupuesto de eventos es importante tener claro cuáles son todos los elementos que se requieren para su desarrollo e implementación en cada una de sus fases, con el fin de establecer con mucha claridad todos los rubros que se necesitan para llevarlo a cabo con éxito. Estos se verán a continuación.  **Costo o costes**  Para definir el costo del servicio de organización de eventos, se deben determinar los recursos requeridos para prestarlo y todos los aspectos exigibles de este, así como todo lo que el organizador debe contemplar para sus gastos de mantenimiento.  Los costos se definen como lo que cuestan los insumos, como alimentos, recursos técnicos, alojamiento, transporte, talento humano, etc. Es decir, todo lo que se necesita para producir el evento.La importancia del costo es calcular el precio adecuado de los recursos que se van a utilizar y los servicios que exija el evento, adicionalmente, conocer qué servicios producen utilidades o pérdidas, y en qué magnitud. Los costos pueden ser fijos, variables, directos o indirectos, como se describe a continuación.  Costos fijos: independientemente de la cantidad de personas que asistan al evento, estos costos no varían. |

| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Dentro de los costos fijos podemos encontrar: | |
| **Imagen: 623800\_CF4\_i7** | | |
| Decoración, sonido, video y todo el equipamiento técnico. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i8** |
| Invitaciones. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i9** |
| Promoción y difusión del evento. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i10** |
| Lugar donde se llevará a cabo el evento. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i11** |
| Contratación de extras, como espectáculos o actividades. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i12** |
| Servicio de montaje y desmontaje del evento. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i13** |
| Viáticos de invitados. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i14** |
| Actos protocolares de apertura y cierre. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i15** |
| Inscripciones. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i16** |
| Seguros. | | **Imagen: 623800\_CF4\_i17** |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Animadas |
| --- | --- |
| **Introducción** | Veamos a continuación los otros tipos de costos. |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i18 | Costos variables o que cambian dependiendo de la cantidad de asistentes al evento. Por ejemplo, alojamiento, alimentación, bebidas, servicio de estacionamiento, material de apoyo para los asistentes (folletos, credenciales, regalos, diplomas), entre otros. |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i19 | Costos directos, que tienen que ver o se relacionan directamente con el evento, como publicidad, alojamiento y alimentación. |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i20 | Costos indirectos que no se relacionan directamente con el evento, pero se requieren para la realización de este, como servicios públicos de oficina, sueldo del personal, pago de impuestos y licencias. |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para mayor claridad en el tema de los costos de eventos, a continuación, se muestra un ejemplo donde se identifican cuáles pueden ser los costos fijos, los variables, los directos y los indirectos. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | El ejemplo es el siguiente: | |
| La empresa Felicidad debe organizar un evento para uno de sus clientes, que va a presentar una nueva línea de calzado para mujer a un grupo de cincuenta personas. La empresa de zapatos enviará a cinco expertos con todos los elementos necesarios para dar a conocer los nuevos modelos. | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i21 |
| Teniendo en cuenta la información anterior, la empresa Felicidad solo deberá encargarse de:  Alquiler y montaje del salón.  Alojamiento para los cinco expertos de la empresa de calzado.  Coctel de clausura y pasabocas (cincuenta y cinco personas: cincuenta invitados más los cinco expertos de la empresa).  Maestro de ceremonias. | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i22 |
| La empresa Felicidad recurre a sus proveedores y hace una selección de sus mejores ofertas para presentarle el presupuesto a su cliente así:  Alquiler del salón para 55 personas = $1 000 000.  Alojamiento para 5 personas por una noche: $150 000 por persona.  Coctel de clausura y pasabocas: $20 000 por persona.  Maestro de ceremonias: $200 000. | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i23 |
| De acuerdo con la tabla podemos identificar que:  Los costos fijos son el alquiler del salón y el maestro de ceremonias, puesto que su precio no varía según el número de personas que asisten al evento.  Los costos variables son los precios correspondientes al alojamiento, el coctel y los pasabocas*,* puesto que el precio varía según el número de personas que asisten al evento.  Los costos directos son todos los relacionados directamente con el evento, esto es, el alquiler del salón, el alojamiento, el coctel, los pasabocas y el maestro de ceremonias.  Los costos indirectos son los servicios de la oficina y el sueldo de los empleados de la empresa organizadora del evento. | | Referencia no libre de derechos de autor.  **Imagen:** 623800\_CF4\_i24 |
| La importancia del costo es calcular el precio adecuado de los recursos que se van a utilizar y los servicios que exija el evento. Es muy relevante conocer qué servicios producen utilidades o pérdidas y en qué magnitud, así como tener en cuenta que los costos totales son el resultado de la sumatoria de los costos fijos y los variables, de la siguiente manera:  Costos totales = costos fijos + costos variables | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i25 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Otros de los rubros que se deben considerar en la elaboración de un presupuesto, son:  Los gastos:  El gasto es un intercambio monetario, la acción de dar algo a cambio de un producto o servicio de manera premeditada, muy diferente a las compras que hacen parte de las obligaciones de la empresa u organización. Un gasto es voluntario, ya que se puede decidir si consumir o no el servicio o producto. Por ejemplo, cuando se realizan eventos comerciales estos se financian con un gasto voluntario de las empresas, con el propósito de, mayoritariamente, posicionar su marca haciéndole publicidad durante dichos eventos.    Es necesario diferenciar entre gasto e inversión, ya que en esta última se destina dinero para buscar una rentabilidad, mientras que en el gasto solo se espera una contraprestación. Por ejemplo, en una compra el gasto va destinado al consumo, mientras que la inversión se considera un activo, es decir, un beneficio económico.  Existen los gastos fijos, que son aquellos que no se pueden dejar de cubrir pues son de carácter obligatorio, como los que atañen al funcionamiento de una empresa cualquiera, por ejemplo, el pago de arriendo, de nómina, de servicios públicos y de impuestos. También hay gastos variables, que se producen según las necesidades del servicio. Ahora bien, dependiendo de si el evento es presencial, virtual o híbrido, hay gastos que se deben tener en cuenta al momento de planearlo. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Estos son: | |
| **Presenciales** | En este tipo de eventos lo que más se gasta es en comida y bebidas, un criterio que todos los asistentes tienen muy en cuenta y que hace que el evento sea o no atractivo. Lo ideal es generar en los asistentes una experiencia culinaria agradable. | Imagen: 623800\_CF4\_i26 |
| **Virtuales** | En lo que más se gasta es en la plataforma que se usará en el evento, el diseño del espacio del evento virtual y el servicio de emisión en directo (*streaming*)*.* | Imagen: 623800\_CF4\_i27 |
| **Híbridos** | Teniendo en cuenta que estos son la combinación de lo presencial con lo virtual, los gastos serán también la combinación de ambos. | Imagen: 623800\_CF4\_i28 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Una vez vistos los costos y los gastos, es momento de hablar de la utilidad.  **La** **utilidad**  Desde el punto de vista de la economía, la utilidad es un asunto subjetivo, toda vez que se refiere a la satisfacción que un bien o producto le ofrece a quien lo adquiere, y por lo que está dispuesto a pagar un cierto valor. En términos contables, la utilidad es la ganancia que se obtiene en el negocio de un bien o servicio, es decir, es lo que queda al restar de los ingresos obtenidos en la producción o venta de un objeto o evento, los costos y gastos que se hicieron para ello. Si el resultado es positivo, significa que se obtuvo una ganancia, si es negativo significa que hubo pérdidas. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 2 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Según la contabilidad encontramos tres tipos de utilidad: |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i29 | |
| Utilidad marginal: Es la disminución de la satisfacción por el consumo de un bien o servicio. Para una mayor claridad, vamos a ver un ejemplo. Cuando se tiene un antojo de comer chocolates y se compra una caja, el primero de estos dará una gran satisfacción, pero a medida que se van consumiendo, el deseo va disminuyendo hasta llegar al punto de satisfacción, y por lo tanto, no se seguirán consumiendo. | |
| Utilidad total (o bruta): Es la que se obtiene del total de las ventas de un producto durante un periodo fijo, luego de restar los costos y gastos para producirlo durante ese mismo periodo. | |
| Utilidad neta: Ganancias que las empresas obtienen después de que se hacen todos los descuentos correspondientes. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Volviendo a la utilidad desde el punto de vista económico, esto es, la satisfacción que obtiene alguien de un producto, esta es muy importante para las empresas porque les permite conocer el nivel de satisfacción de los clientes. Si lo enfocamos en los eventos, la utilidad nos ayudará a conocer el nivel de satisfacción de los asistentes y generar acciones correctivas o de refuerzo, según sea el caso.  **La fijación de precios**  Permite determinar cuál será la remuneración económica que una empresa tendrá por los productos o servicios que ofrece. Es importante tener en cuenta que en la fijación del precio entran factores como los costos, la competencia, las condiciones del mercado y la marca, entre otros.  El video relacionado a continuación amplía el concepto de precio (SENA, 2021a). <https://www.youtube.com/watch?v=_cXcHSVingo>. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | La fijación de precios cuenta con diez métodos, como lo muestra la Figura 1. |
| **Figura 1**  *Métodos de fijación de precios*    Fuente: Elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF4\_i30 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Veamos a continuación los elementos del presupuesto. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Estos son: | |
| Flujo de caja  El flujo de caja sirve para que, luego de enfrentar los ingresos de una empresa en un determinado lapso de tiempo con sus gastos, costos y obligaciones en ese mismo periodo, esta pueda establecer el dinero del que dispone al término de las operaciones en ese periodo, el cual suele ser mensual. Esto es de vital importancia para que la empresa sepa con cuánto dinero cuenta en cada lapso y programar sus pagos y actividades. En el siguiente video (SENA, 2020) se amplía la información. <https://www.youtube.com/watch?v=4ob5QS5a44w>. | | **Imagen** 623800\_CF4\_i31 |
| Punto de equilibrio  Hace referencia a cuando las empresas nivelan sus ingresos con sus egresos. En otras palabras, es cuando todo lo que se ha invertido se nivela con lo que la empresa está recibiendo de las ventas de un producto o servicio, y esta no tiene ni ganancias ni pérdidas. El punto de equilibrio les permite a las empresas verificar y evaluar la rentabilidad de un negocio.  Para calcular el punto de equilibrio se deben conocer los costos fijos y variables. De acuerdo con la periodicidad con la que se quieran obtener, puede ser mensual, trimestral o anual, conforme a las necesidades de la empresa. Su fórmula general es: | | **Imagen** 623800\_CF4\_i32 |
| Rendimiento financiero (ROI)  El retorno de la inversión, conocido también como ROI, permite saber en qué momento se obtiene el rendimiento económico de la inversión hecha en un negocio. Algunos beneficios de utilizar el ROI son:  Permite generar confianza a los inversionistas sobre un proyecto.  Se puede identificar el tiempo de recuperación de la inversión.  Ayuda a establecer objetivos y metas reales.  El siguiente video (SENA, 2021b) explica cómo se debe calcular el rendimiento financiero. <https://www.youtube.com/watch?v=PQR2ywfYTEI>. | | **Imagen** 623800\_CF4\_i33 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Excel es una de las herramientas más utilizadas para la elaboración de cualquier presupuesto, entre ellos, el de ventas. Con esta herramienta se puede vincular cada uno de los criterios y rubros de costos totales, ver de manera organizada todo lo que se debe invertir y tener un control del presupuesto. Te invitamos a ver en el material complementario, una plantilla que te ayudará a elaborar un presupuesto para un evento (Ortega, 2022): <https://ingenieriademenu.com/presupuesto-de-un-evento/>. |

**3. Fuentes de ingreso**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La fuente de ingreso es de donde se obtendrá el capital o la inversión para que el evento se pueda llevar a cabo. Se define según el tipo de evento y puede provenir de espacios publicitarios, actividades especiales, venta de comidas y bebidas, concesiones para vender artículos promocionales, donativos o patrocinios, venta de módulos de exposición, venta de revistas especializadas, libros y productos, entre otros.  Veamos más acerca de las formas para obtener financiación, en el siguiente video. |

| **Tipo de recurso** | Video spot animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Fuentes de financiación | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** |  |
| **1** | Mostrar imagen similar: | Música suave en todo el video | Antes de enfocarnos específicamente en las fuentes de financiación más usadas en el área de eventos, hablemos sobre las más utilizadas por cualquier empresa. | Fuentes de financiación |
| **2** | Mostrar imagen similar |  | Venta de activos: Se trata de la venta de algunos inmuebles o mercancías de la empresa, con el fin de obtener una ganancia y recursos económicos. Asimismo, la venta de bienes y servicios hace referencia a la comercialización de productos o servicios que esta presta. La comercialización puede ser directa o a través de comercio electrónico (ventas en línea). | Venta de activos |
| **3** | Mostrar área de oficinas, video referencia  <https://www>.shutterstock.com/es/video/clip-4389611-view-around-stylish-contemporary-office-space-no |  | Las tarifas por uso son ingresos que provienen de la contratación de un servicio, en la que el cliente solo paga lo que consume. Por su parte, el alquiler recauda ingresos por la prestación de un servicio o el uso de un bien (propiedad de la empresa) durante un tiempo determinado. | Tarifa por uso  Alquiler |
| **4** | Mostrar personas abriendo una cuenta en un banco. |  | Las empresas abren cuentas de ahorros e inversión para obtener ganancias por medio de los intereses generados, o usan los fondos de inversión colectiva de bajo riesgo, en los cuales invierten su dinero en un portafolio de títulos de renta.  Ahora veamos las fuentes de financiación que se pueden utilizar para un evento. | Apertura de cuentas de ahorro y fondos de inversión. |
| **5** | Personas comprando entradas a un evento. Imagen referencia |  | Entradas o inscripciones: proviene del cobro de la entrada al evento, de lo que se obtiene una ganancia. Gracias a las plataformas tecnológicas, se pueden poner a la venta las entradas o boletas de forma anticipada. | Fuentes de financiación para eventos:  Entradas o inscripciones |
| **6** | Pasar imagen de elementos de promoción comercial |  | Productos de promoción comercial o de cesión de marca (*merchandising*): son productos como camisetas, gorras, esferos, llaveros, entre otros, que por lo general llevan el logotipo del organizador del evento. | Productos de promoción comercial o de cesión de marca. |
| **7** | Mostrar estand de un evento o feria empresarial |  | Alquiler de estand: consiste en alquilar espacios para que terceros ofrezcan o promocionen sus productos o servicios dentro del evento, generando beneficio para ambas partes. | Alquiler de estand. |
| **8** | Mostrar escena o imagen evento con anuncio de patrocinadores |  | Dentro de las fuentes de financiación más utilizadas en la organización de eventos, encontramos las siguientes:  **Patrocinadores,** que pueden ser personas naturales o jurídicas encargadas de apoyar o financiar un evento de manera parcial o total con el fin de obtener reconocimiento en el mercado, y a su vez hacerle publicidad a la empresa. Estos patrocinios pueden ser: | Patrocinios |
| **9** | mostrar evento con patrocinio, imagen referencia  no libre de derechos de autor. |  | Económicos*,* cuando se solicita una cantidad de dinero a cambio de publicidad.  En especie, cuando hay un intercambio de productos o servicios entre las partes, buscando beneficio para cada una de ellas.  En servicios*,* si el patrocinador ofrece servicios de su personal para ayudar en labores técnicas, de montaje o en áreas que necesiten un experto, a cambio de publicidad o presencia de marca en el evento.  De nombre*,* si marcas relacionadas con el evento obtienen reconocimiento; por ejemplo, los patrocinios a eventos deportivos, equipos de fútbol, eventos tecnológicos, entre otros. |  |
| **10** | Mostrar imagen o escena de alianza empresarial |  | Por su parte, lasalianzas permiten crear acuerdos entre empresas que beneficien a ambas partes, razón por la cual, estas se convierten en una de las más utilizadas fuentes de ingreso para el desarrollo de los eventos. Normalmente, las empresas son de diferentes sectores, pero con públicos de características similares. Dentro de los beneficios podemos encontrar el fortalecer la imagen corporativa y posicionamiento de marca, la captación de nuevos mercados y clientes, mayor competitividad y elevación de estándares de servicio. | Alianzas |
| **Nombre del archivo** | 623800\_v2 | | | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Teniendo claros los conceptos anteriores, ahora veamos las clasificaciones de los patrocinios y los diferentes tipos de alianzas. |

| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs verticales |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | Según el ámbito de actuación, los patrocinios pueden ser: |
| Imagen referencia no libre de derechos de autor.  **Imagen:** 623800\_CF4\_i34 | | |
| **Deportivos** | Están relacionados con todos los eventos deportivos y las marcas que tienen que ver con las competiciones o actividades deportivas. | |
| **Musical** | En este encontramos el patrocinio a los artistas, obras teatrales, festivales, conciertos y todo lo relacionado con la música en sus diferentes estilos. | |
| **Cultural** | Deja ver lo representativo de una sociedad, como patrocinios literarios, a museos y todo lo relacionado con el patrimonio cultural. | |
| **Artístico** | Tiene que ver con el arte contemporáneo. | |
| **Social** | Apoyo a causas benéficas de entidades públicas y ONG. | |
| **Moda:** | Está relacionado con desfiles de moda, colecciones de marca, pasarelas, etc. | |
| **De entretenimiento** | Relacionado con los pasatiempos que están de moda en la actualidad, como cine, televisión, música moderna y todolo referido a un objetivo lúdico. | |
| **Gastronómico** | Relacionado con el mundo de la cocina; algunas empresas quieren ser reconocidas en estos eventos de gastronomía. | |
| **Influenciadores** | Personajes que por su popularidad en las redes sociales pueden ejercer cierta influencia en los compradores potenciales. | |
| **Deportes electrónicos** | Tiene que ver con el mundo digital de los deportes electrónicos o videojuegos. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Hay otra categoría de patrocinios, esta vez según el tenedor de los derechos. |

| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs verticales |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | Los patrocinios según el tenedor de derechos pueden ser: |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i35 | | |
| **Personales** | Tienen que ver con un personaje o artista específico. El mismo individuo es la marca y es muy popular. Con el patrocinio del buen nombre se pretende atraer a clientes o asistentes. | |
| **De eventos y equipos** | En los eventos tiene que ver con cualquier encuentro social, como exposiciones y galas, y en los equipos se relaciona especialmente con el deporte, como el patrocinio a clubes de fútbol. | |
| **De competiciones** | Incluye todo lo relacionado con campeonatos, ligas y torneos. | |
| **De federaciones, asociaciones y selecciones** | Se vincula el patrocinio a los entes de la competición y la práctica. | |
| **Derechos de denominación comercial** | Quiere decir que la marca, empresa o entidad adquiere el derecho de nombrar un lugar o evento, por un periodo de tiempo. | |
| **El evento propio** | Como lo dice su nombre, es la creación de un evento propio que permite tener la imagen controlada. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| También es importante tener claridad sobre cuáles son los tipos de alianzas que se pueden dar, como se ve en la Figura 2. |

| **Tipo de recurso** | Infografía estática |
| --- | --- |
| **Texto introductorio** | Los tipos de alianzas pueden ser: |
| **Figura 2**  *Tipos de alianza*    Fuente: elaboración propia | |
| **Código de la imagen** | 623800\_CF4\_i36 |

**4.** **Impuestos tributarios**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los impuestos son tributos que pagan las personas naturales o jurídicas al Estado para costear las necesidades y obligaciones públicas que afectan a toda la población. Es importante conocer sobre los impuestos, puesto que la gran mayoría tiene incidencia en la compra, adquisición o alquiler de suministros y espacios para llevar a cabo un evento. A continuación, podrá visualizar en el siguiente video (SENA, 2021c) una breve historia sobre los impuestos: <https://www.youtube.com/watch?v=HL9RtAhdPAY>. |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Los impuestos tributarios se dividen o clasifican de acuerdo con la capacidad de pago del contribuyente, así: | |
| **Directos** | Aplica para personas naturales y jurídicas. Se calculan teniendo en cuenta el capital o los ingresos del contribuyente. Entre ellos se encuentran el impuesto a la renta, al patrimonio y el de industria y comercio, entre otros. | Imagen: 623800\_CF4\_i37 |
| **Indirectos** | Se aplican al valor de un producto o servicio, y no se tiene en cuenta la capacidad de pago de las personas naturales o jurídicas. Entre ellos está el muy conocido impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto nacional de consumo. | Imagen: 623800\_CF4\_i38 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Los impuestos pueden variar dependiendo la zona de acción. En Colombia hay impuestos nacionales, departamentales y distritales. Enseguida se abordarán algunos de ellos.  **Impuestos nacionales:** los establece el Poder Ejecutivo y son avalados por el Congreso de la República. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Entre los impuestos nacionales están: | |
| **Impuesto al valor agregado (IVA):** fue creado mediante la Ley 3288 de 1963. Se paga al comprar un bien o servicio y depende del valor de lo que se adquiere. La tarifa en Colombia de este impuesto es del 19 %, y su recaudo se destina a satisfacer las necesidades de la población, especialmente alimentación, vivienda, educación y salud.  Los bienes y servicios con este impuesto pueden ser: a) gravados, lo que significa que se les aplica una tarifa; b) excluidos, no causan impuestos sobre las ventas por disposición legal; c) exentos, su porcentaje es 0 %, es decir, no se efectúa pago, y d) no sometidos, es decir, no están catalogados en el régimen del impuesto a la venta.  En el material complementario podrás ver un video (SENA, 2021d) que explica cómo los contribuyentes inscritos como declarantes del IVA deben diligenciar el formulario correspondiente. <https://www.youtube.com/watch?v=rNQHO71sACo>. | | imagen referencia no libre de derechos de autor.  **Imagen:** 623800\_CF4\_i39 |
| **Impuesto de renta:** grava tanto a personas naturales como jurídicas de acuerdo con sus ingresos anuales, si estos ingresos son susceptibles de generar riqueza o incrementar el patrimonio. Las personas jurídicas siempre serán declarantes, mientras que las naturales solo lo serán en caso de que su patrimonio, sus ingresos, sus consumos con tarjetas de crédito, o lo consignado en sus cuentas, sea mayor a los topes establecidos por la ley para quedar exentos de ese pago. Este impuesto tiene dos categorías:  Rentas de capital, que vienen de las ganancias de los bienes que una persona tiene, por ejemplo actividades industriales, comerciales o mineras.  Rentas del trabajo, que aplica para personas naturales, como trabajadores independientes y pensionados por los ingresos obtenidos.  Las personas naturales y jurídicas deben presentar la declaración de renta una vez al año. Cada contribuyente declara en el formulario sus ingresos, egresos e inversiones, calcula el impuesto que le corresponde pagar y lo presenta ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i40 |
| **Impuesto al timbre nacional:** Se aplica a documentos públicos o privados, como pasaportes, autenticaciones, reconocimiento de firmas y cheques, entre otros. La tarifa actual, de 10 %, aplica para todos los documentos y títulos valores. Los que recaudan este impuesto de timbre son los notarios, entidades públicas, agentes diplomáticos, agentes consulares y embajadas, y los bancos. | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i41 |
| **Contribuciones especiales:** Los impuestos especiales permiten financiar necesidades específicas en el presupuesto de la nación. | | **Imagen referencia no libre de derechos de autor.**  **Imagen:** 623800\_CF4\_i42 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Impuestos departamentales:** como su nombre lo indica, son impuestos que se fijan en cada departamento. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Entre estos encontramos: | |
| **Impuesto al consumo de cerveza, licores, cigarrillos y tabaco.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i43 |
| **Impuesto al registro.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i44 |
| **Sobretasa a la gasolina.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i45 |
| **Impuesto a los vehículos.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i46 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Por su parte, los **impuestos municipales** son los que fija cada municipio. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Entre ellos encontramos: | |
| **Impuesto de industria y comercio** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i47 |
| **Impuesto sobre vehículos y automotores.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i48 |
| **Impuesto predial unificado.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i49 |
| **Impuesto de delineación urbana.** | | **Imagen** 623800\_CF4\_i50 |
| **Impuesto de azar y espectáculos.** Este es de suma importancia tenerlo en cuenta cuando se va a realizar un evento en algún municipio. | | **Imagen** 623800\_CF4\_i51 |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Es importante conocer otros impuestos que pueden aplicar teniendo en cuenta el tipo de evento. |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Estos impuestos pueden ser: |
| **Imagen** 623800\_CF4\_i52 | |
| **Impuesto de industria y comercio ICA**  Este impuesto lo pagan las personas naturales y jurídicas que desarrollen alguna actividad industrial, comercial o prestación de servicios. Es un impuesto territorial, lo que significa que cada municipio tiene su propia regulación. El artículo 32 de la Ley 14 de 1983 expresa:  El Impuesto de Industria y Comercio recaerá, en cuanto a materia imponible, sobre todas las actividades comerciales, industriales y de servicio que ejerzan o realicen en las respectivas jurisdicciones municipales, directa o indirectamente, por personas naturales, jurídicas o por sociedades de hecho, ya sea que se cumplan en forma permanente u ocasional, en inmuebles determinados, con establecimientos de comercio o sin ellos. (Función Pública, 2020).  El ICA cuenta con dos regímenes:  Común. Este impuesto grava a todas las personas jurídicas que ejercen actividades industriales, comerciales o de servicios, de manera permanente o parcial, así como a personas naturales que no cumplan los requisitos para pertenecer al régimen simplificado. Se declara y paga cada dos meses.  Simplificado, que aplica a personas que cumplen con unas ciertas características, como que sus ingresos brutos totales en el año anterior hayan sido inferiores a 4000 unidades de valor tributario (UVT); que sus transacciones financieras en consignaciones, depósitos o inversiones no superen las 4500 UVT; que tengan máximo un lugar donde ejercen su actividad económica bien sea oficina, establecimiento, local, sede o negocio; no haber tenido contratos el año anterior que superen los 3300 UVT, y que no desarrollen actividades bajo franquicia, regalía o cualquier sistema que implique explotación de intangibles. | |
| **Retención en la fuente**  También conocido como retefuente, se cobra en el momento de hacer una operación de pago, es decir, es el recaudo anticipado de un impuesto, como el impuesto a las ventas o el de industria comercio. Quienes declaran cada mes la retención en la fuente son personas naturales o jurídicas clasificadas como agentes de retención, entre ellos los fondos de pensiones, los fondos de inversión, los fondos de valores y los comerciantes. Estos agentes deben hacer la retención, declarar, consignar lo retenido, expedir los respectivos certificados y guardar los soportes. Los bancos también hacen retención en la fuente cuando aplica a cuentas de ahorro o corrientes el cuatro por mil, impuesto que veremos a continuación.  Le invitamos a ver el video que explica cómo diligenciar el formulario de retención en la fuente (SENA, 2021e) <https://www.youtube.com/watch?v=Nu0so84PvI8>. | |
| **El gravamen a movimientos financieros (o cuatro por mil)**  Este es un impuesto que desde el año 2001 lo pagan tanto personas naturales como jurídicas por cada transacción financiera que hagan con un banco. Lo descuentan y retienen todas las entidades bancarias supervisadas por el Banco de la República y por la Superintendencia Bancaria. Se denomina cuatro por mil porque por cada mil pesos en cualquier movimiento financiero se pagan cuatro pesos.  Las transacciones financieras que aplican este impuesto son:  Retiros en efectivo, cheque y tarjeta débito.  Retiro por cajero electrónico y puntos de pago.  Expedición de cheques de gerencia.  Traslados de fondos a un título. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| Ahora le invitamos a consultar la sección de material complementario, donde encontrará videos con información que le permitirá ampliar todo lo relacionado con el importante tema de los impuestos. |

**5.** **Normativa de espectáculos públicos y derechos de autor**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Para llevar a cabo los eventos, se deben tener en cuenta dos leyes y normas que aplican de acuerdo con el evento que se llevará a cabo. |

| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs Verticales |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | Estas leyes son: |
| **Imagen:** 623800\_CF4\_i53 | | |
| **Ley 1493 de 2011** | **Formalización del sector del espectáculo público de las artes escénicas:** esta ley, reglamentada por el Decreto 1258 de 2012 y por el Decreto 1240 de 2013, formaliza el sector del espectáculo público de las artes escénicas. Dentro de sus medidas están:  Los aspectos fiscales.  La contribución parafiscal de los espectáculos públicos de las artes escénicas.  El trámite, vigilancia y control de estos espectáculos.  La generación de recursos de la infraestructura pública destinada para su realización.  Los derechos de autor.  La inspección, vigilancia, control y toma de posesión de las sociedades de gestión colectiva de derechos de autor y derechos conexos. | |
| **Ley 23 de 1982** | **Sobre derechos de autor:** Protege las formas literarias, plásticas o sonoras que recogen, describen, ilustran o explican las ideas científicas y las obras literarias y artísticas.  La ley protege los derechos morales, los derechos patrimoniales y su duración. Los primeros son, a grandes rasgos y entre otros, el derecho de paternidad (que el nombre del autor o su seudónimo siempre aparezca al pie de la obra, a menos que él no lo desee); de integridad (que la obra se conozca tal y como la concibió el autor), y de divulgación (el autor es el único que puede decidir si quiere que el público conozca o no su obra).  Los derechos patrimoniales son aquellos que le permiten al autor controlar aspectos económicos de su obra durante su vida, y en Colombia, ochenta años después de su muerte.  Le sugerimos consultar muy bien esta ley y visitar la página web de la Dirección Nacional de Derechos de Autor <http://derechodeautor.gov.co:8080/campus-virtual>, donde además de encontrar información sobre el tema, también puede tomar de manera gratuita cursos al respecto. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| A continuación, encuentra una plantilla para la elaboración del presupuesto de un evento: Anexo 1\_ Plantilla evento Excel (tomada de Ingenieradmenu.com) que puede servir de guía.  Para un estudio completo de este y los demás temas abordados en este componente formativo, recuerde explorar todos los recursos disponibles en el menú principal, tales como material complementario, actividad didáctica y glosario, entre otros. |

| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| --- | --- |
| Nombre del programa de formación: Producción de eventos masivos  Síntesis: Protocolo en los eventos | |
| **Introducción** | Estimado aprendiz, a continuación, en la Figura 3 puede ver una síntesis de este componente formativo, con las ideas principales y los temas desarrollados |
| **Figura 3**  *Síntesis del componente formativo*    Fuente: elaboración propia  Imagen: Sintesis\_componente\_4 | |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Completar la frase | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Esta actividad didáctica está diseñada para afianzar los conocimientos adquiridos acerca del presupuesto de eventos | | **Imagen:** 623800\_CF4\_i54 | |
| 1. Los \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_, independientemente de la cantidad de personas que asistan al evento, no varían. | | costos fijos | **Imagen:** 623800\_CF4\_i55 |
| 2. La \_\_\_\_\_\_\_\_ permite determinar cuál será la remuneración económica que una empresa tendrá por alguno de los productos o servicios que ofrece. | | fijación de precios |
| 3. Para calcular el \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se deben conocer los costos fijos y variables. | | punto de equilibrio |
| 4. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ permite conocer en qué momento se obtiene el rendimiento económico de la inversión hecha en un negocio. | | retorno de la inversión |
| 5. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_pueden ser personas naturales o jurídicas que se encargan de apoyar o financiar un evento de manera parcial o total. | | Los patrocinadores |
| 6. El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se cobra al momento de comprar un bien o servicio y depende del monto de la adquisición. | | impuesto al valor agregado (IVA) |

**Respuesta correcta:**

¡Felicitaciones!, se evidencia que tiene claro cada uno de los conceptos abordados en este componente.

**Respuesta incorrecta:**

No ha obtenido los mejores resultados. Le invitamos a estudiar un poco más el material de formación para que así pueda afianzar más los conocimientos relacionados con este componente. ¡Vamos a mejorar!

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | Tipo | Enlace |
| Presupuesto | Ortega, F. (2022). *Guía para crear el presupuesto de un evento.* Ingenieriademenu.com. <https://ingenieriademenu.com/presupuesto-de-un-evento/>. | Documento | <https://ingenieriademenu.com/presupuesto-de-un-evento/> |
| Impuestos | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021d). *Formulario 300. Declaración de IVA*. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=rNQHO71sACo>. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=rNQHO71sACo> |
| Impuestos | Colombia, Presidencia de la República (2016, 11 de octubre). *Decreto 1625 de 2016 “por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario en materia tributaria”*. D. O. 50023. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83233>. | Página web | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83233>. |
| Impuestos | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2020). (2020). *Obligaciones tributarias*. Ecosistemas de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=EaiOTdj--yc>. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=EaiOTdj--yc> |
| Impuestos | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021). *¿Qué es la evasión de impuestos y elusión? ¿Cuáles son los tipos de evasión?* Ecosistemas de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=CAVj4nbua3s>. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=CAVj4nbua3s>. |
| Impuestos | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2022). *Sanciones tributarias*. Ecosistemas de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=nk249S3Wfck>. | Video | <https://www.youtube.com/watch?v=nk249S3Wfck> |
| Norma sobre espectáculos públicos y derechos de autor | Congreso de Colombia (2011, 26 de diciembre). *Ley 1493 de 2011 “por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones”*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45246>. | Documento | <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45246> |
| Norma sobre espectáculos públicos y derechos de autor | Congreso de Colombia (1982, 28 de enero). *Ley 23 de 1982 “sobre derechos de autor”*. D. O. 35 949. <https://bit.ly/3eUEInR>. | Documento | <https://bit.ly/3eUEInR> |

**GLOSARIO**

| **TIPO DE RECURSO** | **GLOSARIO** |
| --- | --- |
| **Costo:** | Valor monetario dado a un producto, bien o servicio para su comercialización. |
| **Deportes electrónicos (*e-sports*):** | Los deportes electrónicos (*e-sports, e-games*), o actividad de jugar videojuegos en diferentes disciplinas contra otras personas o por internet, convocan gran número de jugadores y espectadores en todas partes del mundo en competiciones organizadas por la red. |
| **Derecho de denominación** | Quiere decir que una marca, empresa o entidad adquiere el derecho de nombrar un lugar o evento, por un periodo de tiempo. |
| **Emisión en directo (*streaming*)** | Emisión en directo o de manera continua, sin interrupciones, de un espectáculo por internet, radio o televisión. |
| **Franquicia:** | Tipo de negociación donde una empresa, consolidada en el mercado, concede a otra el derecho de usar su nombre, logo y demás particularidades de comercialización en condiciones específicas, guardando su imagen en un territorio determinado a cambio de un beneficio financiero. |
| **Gasto:** | Egreso de dinero que representa una disminución en la inversión, capital o ganancias, ya que, aunque es necesario para el desarrollo del evento, no hay retorno o beneficio. |
| **Gravar:** | Imponer el pago de impuesto, tasa o tributo por parte de una autoridad, asociado a la realización de una actividad, evento, transacción, etc. Es de obligatorio cumplimiento. |
| **Patrocinador:** | Persona natural o jurídica que apoya o financia un evento de manera parcial o total con el fin de obtener reconocimiento en el mercado, y a su vez hacerle publicidad a su empresa. |
| **Presupuesto:** | Planeación financiera en función del tiempo, que relaciona los ingresos, egresos y pasivos para la realización de un evento. Contempla las inversiones, compras, gastos y pagos con el fin de prever la viabilidad, éxito y ganancias de este. |
| **Productos de promoción comercial o de cesión de marca** (***merchandising*):** | Son productos (llaveros, esferos, libretas, camisetas, etc.) con la imagen o logotipo de una marca, bien sea la que organiza el espectáculo o una asociada o patrocinadora, que se regalan o venden en un espectáculo, con el objetivo de posicionar y crear recordación de esa marca entre el público. |
| **Regalía:** | Compensación monetaria de carácter obligatorio, que se realiza como reconocimiento por el derecho al uso, explotación o comercialización de la propiedad intelectual de otro. |
| **Tercerización (*outsourcing*)** | Subcontratación de un tercero especialista en un producto, servicio o actividad, al cual se le delegan ciertas funciones específicas permitiendo beneficios financieros, operacionales o productivos. |
| **Trueque:** | Intercambio de bienes o servicios según las necesidades, entre dos o más partes, buscando el beneficio mutuo que no está relacionado con dinero. |
| **Unidad de valor tributario (UVT):** | Medida usada para estandarizar los distintos valores tributarios en Colombia. La fija el Gobierno según algunos índices como el de precios al consumidor, y cambia cada año. En 2022 una UVT equivale a $38 004. |

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Blog | Broseta, A. (2020, 30 de enero). “¿Qué son los impuestos?” [blog] Rankia*.* <https://www.rankia.co/blog/dian/3687409-que-son-impuestos>. |
| Página web | Calendario Tributario (s. f.). “¿Qué grava el impuesto de timbre nacional?”. Calendario Tributario. <https://calendariotributario.org/impuesto-de-timbre/>. |
| Blog | Clavijo, C. (2022). “Fijación de precios. Definición, factores y objetivos” [blog]. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-fijacion-de-precios>. |
| Decreto | Colombia, Presidencia de la República (2012, 14 de junio). Decreto 1258 de 2012 “por el cual se reglamenta la Ley 1493 de 2011”. D. O. 48 461. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=47809>. |
| Decreto | Colombia, Presidencia de la República (2013, 14 de junio). Decreto 1240 de 2013 “por el cual se reglamenta la Ley 1493 de 2011, se modifica el Decreto 1258 de 2012 y se dictan otras disposiciones”. D. O. 48821. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=53508>. |
| Decreto | Colombia, Presidencia de la República (2016, 11 de octubre). Decreto 1625 de 2016 “por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario en materia tributaria”. D. O. 50023. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=83233>. |
| Página web | Coma, M. (2020). “El presupuesto de un evento: cómo calcularlo, tipos y consejos”. Differentia events. <https://www.differentiaevents.com/como-calcular-presupuesto-organizar-evento/>. |
| Página web | ConceptoABC (s. f.). “Utilidad”. ConceptoABC. <https://conceptoabc.com/utilidad/>. |
| Ley | Congreso de Colombia (1982, 28 de enero). Ley 23 de 1982 “sobre derechos de autor”. D. O. 35 949. <https://bit.ly/3eUEInR>. |
| Ley | Congreso de Colombia (1983, 6 de julio). Ley 14 de 1983 “por la cual se fortalecen los fiscos de las entidades territoriales y se dictan otras disposiciones”. D. O. 36 288. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=267>. |
| Ley | Congreso de Colombia (2011, 26 de diciembre). Ley 1493 de 2011 “por la cual se toman medidas para formalizar el sector del espectáculo público de las artes escénicas, se otorgan competencias de inspección, vigilancia y control sobre las sociedades de gestión colectiva y se dictan otras disposiciones”. D. O. 48294. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=45246>. |
| Página web | Editorial Grudemi (2020). “Alianzas estratégicas”. Enciclopedia Económica*.* <https://enciclopediaeconomica.com/alianzas-estrategicas/>. Última actualización: agosto 2022 |
| Página web | Equipo Editorial Etecé (2021, 5 de agosto). “Utilidad”. Equipo Editorial Etecé. <https://concepto.de/utilidad-2/>. |
| Blog | Equipo EventMobi. (2022, 13 de febrero). “Conceptos básicos del presupuesto del evento: todo lo que necesita saber” [blog]. Eventmobi. <https://www.eventmobi.com/blog/event-budget-basics/>. |
| Blog | Equipo Ineventos (s. f.). “Cómo elaborar el presupuesto para un evento” [blog]. Ineventos. <https://www.ineventos.co/blog/el-presupuesto-de-un-evento.html>. |
| Página Web | Gerencie.com (2021). “Declaración del impuesto a las ventas (IVA)”. Gerencie.com. <https://www.gerencie.com/declaracion-del-impuesto-a-las-ventas.html#Quien_estan_obligados_a_presentar_la_declaracion_de_Iva>. |
| Página web | González, A. (2022). “Todo lo que necesitas saber del presupuesto de un evento”. Orquidea Technology Group. <https://orquideatech.com/todo-lo-que-necesitas-saber-del-presupuesto-de-un-evento/>. |
| Libro | Jiménez, M. y Panizo, J. (2017). *Eventos y protocolo: la gestión estratégica de actos corporativos e institucionales.* Editorial UOC. |
| Blog | Meetmaps. (2018, febrero 28). “Diferentes maneras de financiar tu evento” [blog]. Meetmaps. <https://blog.meetmaps.com/diferentes-maneras-de-financiar-tu-evento/>. |
| Libro | Navarro, L. (2018). *Planificación, organización y control de eventos.* IC Editorial. |
| Página web | Orellana, P. (2021). “Alianza estratégica”. Economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/alianza-estrategica.html>. |
| Página web | Ortega, F. (2022). “Guía para crear el presupuesto de un evento”. Ingenieriademenu.com. <https://ingenieriademenu.com/presupuesto-de-un-evento/>. |
| Página web | Piturda.com (s. f.). “Presupuesto para organizar un evento: qué tener en cuenta”. Piturda.com. <https://piturda.com/para-promotores/presupuesto-para-organizar-un-evento-que-tener-en-cuenta/>. |
| Página web | Redacción Topcomunicación (2020). Conoce cuáles son los principales tipos de patrocinio. Topcomunicación & RR. PP. <https://www.topcomunicacion.com/tipos-de-patrocinio-clasificacion-de-patrocinadores/>. |
| Página web | Saber Más, Ser Más (s. f.). *¿Qué es el IVA?* Asobancaria, Saber Más, Ser más. <https://www.sabermassermas.com/que-es-el-iva/>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2020). “Flujos de caja” [video]. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=4ob5QS5a44w>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021a). “Tipos de precios” [video]. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=_cXcHSVingo>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021b). “Cálculo ROI” [video]. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=PQR2ywfYTEI>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021c). “Historia de los impuestos” [video]. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=HL9RtAhdPAY>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021d). “Formulario 300. Declaración de IVA”. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=rNQHO71sACo>. |
| Video | Servicio Nacional de Aprendizaje [SENA] (2021e). “Formulario 350. Retención en la fuente” [video]. Ecosistema de Recursos Educativos Digitales SENA. <https://www.youtube.com/watch?v=Nu0so84PvI8>. |
| Página web | Vivetix (2020). “¿Cómo conseguir patrocinadores para un evento?” [blog]. Vivetix. <https://vivetix.com/f/p/b/como-conseguir-patrocinadores-evento#_>. |
| Blog | Weezevent (2020, mayo 26). “12 ideas para optimizar y perpetuar los ingresos de tu evento” [blog]. Weezevent. <https://weezevent.com/es/blog/ideas-optimizar-perpetuar-ingresos-evento/>. |
| Blog | Wong, M. (2019, abril 18). “Cómo desarrollar un presupuesto de evento para tu reunión o evento” [blog]. Eventmobi. <https://www.eventmobi.com/es/blog/como-desarrollar-un-presupuesto-de-evento-para-tu-reunion-o-evento/#:~:text=El%20presupuesto%20de%20tu%20evento,podr%C3%ADan%20cambiar%20con%20el%20tiempo>. |