



Universidad
Inca Garcilaso de la Vega
Nuevos Tiempos. Nuevas Ideas

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y
HOTELERIA

El trabajo de asistente de gerencia y su participación en los procesos de
mejora en la organización de eventos dirigidos al cliente interno

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de LICENCIADO EN TURISMO Y HOTELERIA

AUTOR (A)

Muñoz Hermoza, Andrea Isabell

ASESOR

Rojas Rieckhof, Maria Alejandra

Lima, Diciembre 2020

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a:

Mis padres por mostrarme siempre el camino hacia la superación; muchos de mis logros se los debo a ellos.

A mi hermana y a mi querido hijo como ejemplo de superación, humildad y sacrificio.



AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a la Universidad Inca Garcilaso de la Vega por permitirme participar del curso de titulación mediante la modalidad de suficiencia profesional.

Asimismo, quiero agradecer a la profesora Maria Alejandra Rojas, quien tuvo la paciencia y la dedicación de guiarme; impartiendo sus conocimientos; en cada tutoría durante la ejecución de este trabajo.

Y a la empresa M&J por haberme permitido ocupar un puesto de trabajo dentro de su organización en donde pude poner en práctica todo lo aprendido durante mi formación universitaria.



RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

El presente trabajo de suficiencia profesional tiene como objetivo lograr el Título Profesional en la carrera de Turismo y Hotelería, el cual abordará sobre la importancia de la participación de la asistente de gerencia en los procesos de planificación, coordinación y supervisión referente a la organización de eventos corporativos. Asimismo, se explicará cuáles son los puntos a considerar para una buena producción y gestión, planes de contingencia y método de resolución de conflictos con los que la empresa M&J Construcción e Ingeniería SRL cuenta al momento de contrarrestar y solucionar algún acontecimiento ocurrido durante el proceso de organización. En otras palabras, el propósito principal de este trabajo es dar a conocer y fomentar cuáles son las herramientas que utilizan para obtener eventos exitosos, basándose en el trabajo en equipo, buena elección de proveedores, cumplimiento de horarios y pagos, designación de responsabilidades, entre otras características importantes para la buena organización.

Palabras clave: Cliente interno, organización de eventos, proveedores, fidelización y protocolo.

The work of management assistant and his participation in the organization of corporate events aimed at the internal client

ABSTRACT AND KEYWORDS

The present work of professional sufficiency aims to achieve the Professional Title in the Tourism and Hospitality career, which will address the importance of the participation of the management assistant in the planning, coordination and supervision processes regarding the organization of events corporate. Likewise, it will be explained which are the points to consider for a good production and management, contingency plans and conflict resolution method that the company M&J Construcción e Ingeniería SRL has at the time of countering and solving any event that occurred during the process of organization. In other words, the main purpose of this work is to publicize and promote the tools they use to obtain successful events, based on teamwork, good choice of suppliers, compliance with schedules and payments, designation of responsibilities, among other important characteristics for good organization.

Keywords: Internal client, event organization, suppliers, loyalty and protocol.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	8
1 CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES	9
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN	9
1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	9
1.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO	9
1.1.3 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO.....	10
1.1.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS.....	10
2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA	11
2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA.....	11
2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS	13
3 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO	15
3.1 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL.....	15
3.1.1 CLIENTE INTERNO	16
3.1.2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS	17
3.1.3 PROVEEDORES.....	18
3.1.4 FIDELIZACIÓN	20
3.1.5 PROTOCOLO	21
3.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS	22
4 PRINCIPALES CONTRIBUCIONES.....	24
CONCLUSIONES	25
RECOMENDACIONES	26
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

FIGURA 1 - ORGANIGRAMA M&J SRL.....12



INTRODUCCIÓN

Hoy en día la organización de eventos dirigidos al cliente interno es tan importante como la organización de los mismos, hacia el cliente externo; ya que esto permite generar integración y motivación en los colaboradores, a través de la planificación de diferentes eventos relacionados con convenciones, días festivos conmemorativos, capacitaciones, reencuentros, entre otros acontecimientos que la compañía considere necesaria e importante de agasajar (**Pérez, 2018**). Asimismo, estos eventos permiten que el colaborador puede interactuar tanto con las personas de su área, como con los diferentes trabajadores con los que cuenta la empresa, teniendo como finalidad que el colaborador se sienta parte un grupo, de un todo.

Es importante mencionar que todo evento siempre tiene un propósito; y éstos pueden ser diversos; sin embargo, el motivo principal por el cual se realizan y se destinan parte del presupuesto anual hacia la organización de eventos internos es con la finalidad de fomentar y reforzar el bienestar laboral en los colaboradores.

Es por ello, que la asistente de gerencia y una persona encargada del área de recursos humanos de la empresa M&J CONSTRUCCIÓN E INGENIERIA SRL trabajan en equipo durante todo el año para la elaboración de eventos exitosos. Toda esta gestión dio como resultado un mayor compromiso por parte del recurso humano, lo cual generó mayor productividad y rentabilidad. Asimismo, se generó una venta indirecta realizada por los mismos, ya que, al sentirse identificados con la organización, se convirtieron en embajadores. (**Baranda, sf**)

Por esta razón en el primer capítulo de este trabajo de suficiencia profesional se expondrá los aspectos generales de la organización suscrita. En el segundo capítulo se verán datos más detallados de la empresa y experiencia laboral de la misma. En el tercer capítulo se observará la fundamentación del tema elegido y finalmente en el último capítulo se hablará de las principales contribuciones del autor en base al estudio realizado para la elaboración del presente trabajo.

1 CAPÍTULO 1: ASPECTOS GENERALES

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN

M&J Construcción e Ingeniería SRL es una empresa familiar dedicada al rubro de la ingeniería civil con RUC 20453789854. Esta organización se fundó en el año 2003 en la ciudad de Cajamarca.

Actualmente, cuenta con 17 años de experiencia, con un recurso humano altamente calificado y proveedores A1; los cuales permiten cumplir con la entrega de cada obra adjudicada; satisfaciendo y superando las expectativas de los clientes tanto en calidad como en servicio.

1.1.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

En la actualidad, M&J brinda los siguientes servicios:

- Diseño de proyectos
- Ejecución de obras
- Gestión de proyectos
- Servicios Building Information Modeling (BIM)

1.1.2 UBICACIÓN GEOGRÁFICA Y CONTEXTO SOCIOECONÓMICO

M&J Construcción e Ingeniería SRL, cuenta con una oficina central en el distrito de Pueblo Libre, ubicada en Parque San Carlos 187 - Urb. Matzuda.

1.1.3 ACTIVIDAD GENERAL O ÁREA DE DESEMPEÑO

El rubro de la empresa en mención es la construcción e ingeniería de proyectos de todo tipo. A lo largo de sus años de carrera, M&J ha trabajado en implementación de centros comerciales, infraestructura de aeropuertos, diseño y edificaciones, infraestructura educativa, infraestructura minera, plantas industriales, obras especiales y proyectos BIM.

1.1.4 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES CORPORATIVOS

Misión

Somos una empresa del sector privado, dedicada a la construcción, fabricación y montaje de estructuras metálicas, así como al desarrollo de proyectos de ingeniería. Construyendo y promoviendo obras donde se unan la innovación y el trabajo en equipo, con la finalidad de satisfacer las necesidades de nuestros clientes, más allá de sus compromisos contractuales; brindando oportunidades para el desarrollo profesional de nuestros trabajadores y garantizando rentabilidad para nuestros accionistas.

Visión

Ser reconocidos como una de las mejores empresas del sector de la construcción, con altos niveles de seguridad, calidad y control de tiempos, con un portafolio diversificado de servicios para el sector público y privado, basados en la ética de sus profesionales y el cumplimiento de sus compromisos.

Valores Corporativos

- Honestidad
- Respeto
- Compromiso
- Profesionalismo

2 DESCRIPCIÓN GENERAL DE LA EXPERIENCIA

2.1 ACTIVIDAD PROFESIONAL DESARROLLADA

La participación de la asistente de gerencia dentro de una organización es de carácter esencial, puesto que debido a sus funciones interviene en todos los procesos administrativos que aseguren eficientemente el desarrollo de la operación del área gerencial (**Mexfam,2013, p.2**). Dentro de las actividades generales desarrolladas se tienen las siguientes: en primer lugar, programar reuniones con los jefes de área, proveedores y clientes, asimismo, realizar el seguimiento correspondiente al cumplimiento de actividades programadas, finalmente, brindar apoyo a las diferentes áreas administrativas.

Otro dato importante de mencionar es que, en Centroamérica, las asistentes de gerencia son consideradas como parte importante de la organización puesto que no solo sirven de apoyo, también son la primera imagen que se lleva el cliente o el proveedor (**Avila,2018, p.9-10**) ; es por ello que en este trabajo resaltaremos su participación en todo el proceso de organización de eventos mediante la coordinación y contacto directo con proveedores, supervisión, designación de responsabilidades, entre otras gestiones importantes que intervienen en el desarrollo del mismo.

La suscrita ocupaba el puesto en mención desde finales del 2016 hasta marzo del 2020, donde aprendió no solo la gestión de su puesto, también aprendió el manejo y ciertas funciones de las siguientes áreas administrativas tales como recepción, recursos humanos - RRHH y contabilidad. Los conocimientos aprendidos en el mismo, sumado a la parte teórica brindada por su casa de estudios ayudaron a que se desempeñara de manera óptima dentro de sus habilidades, capacidades y limitaciones.

Debido al cargo jerárquico que ocupaba, en pequeñas situaciones la suscrita tenía la responsabilidad de tomar decisiones (**Blogia,2011**) en relación a los acontecimientos ocurridos de manera repentina; tanto en algunas gestiones administrativas, como en la resolución de problemáticas encontradas el día del evento organizado. A continuación, se mostrará el organigrama de la empresa M&J CONSTRUCCIÓN E INGENIERÍA, en donde se podrá observar el grado de responsabilidad que se tenía en la empresa en mención.

Asimismo, este cargo también le permitió, con el paso de los años, formar su carácter, tener seguridad en sí misma y en la toma de sus decisiones. Sobre todo, le proporcionó ampliar su capacidad de resolución de problemas de manera eficiente y eficaz frente a situaciones de mucha presión. Adicionalmente, le permitió trabajar en la aceptación de errores y críticas constructivas con la finalidad de desarrollarse y sobresalir en su puesto de trabajo.

Finalmente, la visión que tiene la suscrita en relación a la organización de eventos dirigidos al recurso humano con el que cuenta la empresa M&J; es buena, ya que, éstas gestiones permiten conocer cuál es el grado de importancia que tiene el colaborador interno dentro del plan de trabajo de gerencia. En otras palabras, el área de gerencia ve este punto como una inversión, mas no un gasto (**Madison, 2018**). Es por ello, que la compañía dispone un porcentaje monetario considerable para la organización de los mismos, con la finalidad de integrar e incentivar a sus colaboradores a través de eventos que fomenten la recreatividad, la participación y el bienestar laboral.

2.2 PROPÓSITO DEL PUESTO Y FUNCIONES ASIGNADAS

El propósito de este puesto es servir como un nexo entre el gerente general y las diferentes áreas administrativas que conforman una organización. Ésta se encarga de la planeación, ejecución, innovación y diseño de las actividades de supervisión y control interno. El trabajo desempeñado en este puesto tiene relación con la gestión del servicio al cliente, gestión técnica documentaria, observación y recomendación de los procesos utilizados en su área. Por otro lado, es quien se encarga de motivar y evaluar permanentemente a los colaboradores y los servicios brindados.

La persona que ocupe este empleo debe contar con las siguientes competencias: liderazgo, capacidad de organización y planificación, desarrollo de trabajo en equipo, autocontrol, ética, resiliencia, entre otras capacidades las cuales permitirán que se cumplan de manera eficiente las funciones del puesto. (**Solano, 2017**)

Dentro de las funciones específicas a cumplir la suscrita efectuaba las siguientes:

- Agendar las juntas y compromisos de la Gerencia y llevar un control del mismo
- Contestar llamadas telefónicas recibidas al área de Gerencia
- Apoyar en la organización de eventos de la empresa
- Brindar información a otras jefaturas de las áreas de la empresa.
- Organizar y controlar la documentación de la Gerencia
- Enviar documentación y materiales de forma interna y externa que tienen relación con la gerencia.
- Revisar constantemente el correo corporativo del gerente general; en caso algún correo necesite respuesta inmediata, se debe proceder como corresponde.
- Preparar informes de los acontecimientos sucedidos durante la ausencia del gerente general.
- Colaborar de manera continua con las diferentes áreas de trabajo de la organización.
- Coordinación y trabajo en equipo para el cumplimiento de objetivos trazados por la gerencia.
- Gestionar pasajes aéreos o terrestre cuando se requiera
- Participación de reuniones con la finalidad de tomar nota de los acuerdos alcanzados en las diferentes reuniones
- Firma de documentación interna o externa por parte del gerente general

Asimismo, es importante mencionar que, actualmente, para el cumplimiento del propósito del puesto y el cumplimiento de las funciones mencionadas, se utilizan formatos diseñados por la empresa en mención, los cuales ayudan a optimizar el trabajo de manera eficiente y eficaz. Ejemplo de ello son los siguientes:

- Ordenamiento numérico para la documentación dirigida a gerencia
- Orden de compra
- Orden de servicio
- Planificador de eventos (presupuesto, timing y fechas)
- Formatos de pago al contado por prestación de servicio
- Canales de comunicación
- Formatos de control interno

3 FUNDAMENTACIÓN DEL TEMA ELEGIDO

3.1 TEORÍA Y LA PRÁCTICA EN EL DESEMPEÑO PROFESIONAL

En todos los años que la suscrita se ha desempeñado profesionalmente dentro del puesto en mención ha logrado percibir que el cliente más importante de una organización es su cliente interno ya que ellos son el motor que trabaja día a día para lograr los objetivos tanto generales como específicos.

Es por ello, que la compañía utiliza la motivación laboral como herramienta de gestión a través de la organización de eventos internos. Sin embargo, existen problemáticas que afectan la producción de los mismos; tales como cambio de locación de último minuto, cambios de horario, impuntualidad, inasistencia y/o cancelación del servicio, falta de material, entre otros acontecimientos. **(Es.Cultura Eventos, 2019)**

Éstas problemáticas, como se evidencia, son responsabilidad tanto del proveedor como de quien o quienes contratan el servicio, ya que, el contratante tiene la tarea fundamental de realizar el seguimiento correspondiente hasta el día del montaje y presentación del evento, además de solucionar todos los contratiempos encontrados durante este proceso.

Actualmente, en M&J, ya se toman medidas al respecto, sin embargo, hace algunos años atrás, no era así. Es por ello, que muchos se preguntarán, ¿Cómo se realizó este cambio y cuáles son las problemáticas que se lograron identificar?, ¿Qué herramientas se utilizaron para lograr una buena producción y gestión? y ¿Cuáles son los planes de contingencia y métodos de resolución de conflictos con los que cuenta la empresa? A continuación, la explicación del mismo.

En primer lugar, se resolverá las dos primeras interrogantes. El cambio comenzó cuando M&J decidió contratar los servicios de un consultor de eventos, ya que había observado que existían ciertos acontecimientos que complicaban la organización de los mismos. Es por ello, que luego se realizó un análisis general de la producción de los mismos, se logró identificar cuáles eran aquellas falencias que no permitían que la compañía tenga eventos exitosos.

Dentro de ellas, se lograron identificar las siguientes:

- Incumplimiento por parte de los proveedores
- Retrasos en los horarios
- Excedentes en gastos

Como se puede observar, éstas problemáticas están conectadas, ya que, al surgir un incumplimiento por parte de los proveedores, esto genera un retraso notorio en la iniciación del timing y evidentemente genera un gasto adicional por el pago agregado a otros servicios contratados, tales como el grupo electrógeno, en caso se decida realizar un evento nocturno o el aumento de horas contratadas en la locación estipulada. Lo cual no solo generaba un sinsabor en la parte administrativa, gerencial, también se generaba una incomodidad en los colaboradores, ya que ellos disponían de su tiempo para la participación de los mismos.

Entonces, una vez identificado lo mencionado, la suscrita y todo el equipo a cargo, participaron de un proceso de reestructuración basados en las palabras claves expresada en el presente trabajo: cliente interno, organización de eventos, proveedores, fidelización y protocolo; con la finalidad de erradicar éstas problemáticas, las cuales no permitían lograr el objetivo establecido adecuadamente. Es importante mencionar que para afrontar y combatir estos aspectos se necesita planificación, estrategia, creatividad, control y un trabajo en equipo con esquemas de gestión de procesos de eventos, los cuales impactan de manera positiva en la organización de los mismos.

3.1.1 CLIENTE INTERNO

Son todas aquellas personas que laboran dentro de una organización, conocidas también como recurso humano con el que cuenta una entidad. Hablando en línea generales el cliente interno hace referencia a los colaboradores, distribuidores y proveedores.

Según **(Bernal, 2014)** la clasificación del cliente interno se divide en tres tipos: el ejecutivo, el comercial y el operativo.

El cliente ejecutivo es quien posee una relación más cercana con el cliente externo. El cliente comercial es quien tiene contacto directo con las diferentes áreas de la organización, mientras que el cliente operativo es la persona encargada de la elaboración del producto o servicio que se ofrecerá al público objetivo.

Asimismo, indica que el cliente interno debe satisfacer ciertas necesidades laborales tales como sentirse comprendido, aceptado, cómodo y percibir un sentimiento de importancia y valoración del trabajo realizado por parte de su jefe inmediato o gerente general.

(EcuRed, sf) también indica que el cliente interno es el compañero de trabajo de cualquier área de una compañía, quien es considerado con un concepto de gestión de calidad, el cual potencia las relaciones interpersonales y crea un ambiente de confianza y colaboración dentro de la organización. Por otro lado, comenta que, sin el cliente interno, no existiría producto, ni servicio, por lo que no existiría el cliente externo y mucho menos la empresa.

3.1.2 ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

La organización de eventos es un proceso que consiste en diseñar, planificar y producir congresos, festivales, ceremonias, fiestas, convenciones u otro tipo de reuniones, las cuales pueden tener diferentes finalidades. Dentro de este proceso se desarrollan las siguientes actividades: elaboración del presupuesto, preparación del cronograma, selección y reserva de la locación, permisos y autorizaciones, supervisión del servicio de catering y coordinación de la logística integral. **(IMEP, 2019)**

Por otro lado, tenemos que, un evento es una herramienta de gestión táctica del área de Marketing y de relaciones públicas de una institución o empresa, ya que tiene como finalidad; conseguir llamar la atención y mover al público blanco.

En otras palabras, la organización de un evento es una brillante oportunidad para tomar contacto directo con la audiencia objetivo, puesto que tiene como finalidad afianzar algunos lazos y vínculos, basándose en la cordialidad, buen trato, profesionalismo, y organización. **(Máñez, 2014)**

3.1.3 PROVEEDORES

Los proveedores son aquellas personas que se encargan de suministrar los productos necesarios para desarrollar algún tipo de actividad empresarial. Existen diferentes clasificaciones de los mismos. En primer lugar, se comenzará explicando según su tipo de bien que ofrece (**Caurin, 2018**). Éstos se dividen en proveedores de productos, servicios y recursos.

Los proveedores de productos son quienes proporcionan un artículo que tiene un valor monetario, el cual satisface alguna necesidad tangible en el mercado mientras que los proveedores de servicios ofrecen bienes intangibles para el funcionamiento de bienes tangibles. Finalmente, los proveedores de recursos son quienes satisfacen las necesidades económicas o crediticias de una compañía.

Por otra parte, también se califican según su papel en el proceso de compras, dentro ellas tenemos las siguientes: Proveedor normal, es aquel quien no forma parte del registro de proveedores, un proveedor confiable; aquel proveedor fidedigno que cuenta con los servicios específicos con los que la empresa o el proyecto necesita. También se tiene al proveedor específico; quien abastece productos especiales que no son fáciles de encontrar. Finalmente, el proveedor de convenio; es aquel quien firma un contrato de prestación de servicios, lo que significa que no se necesita de por medio cotizaciones durante la vigencia del acuerdo, a comparación de los tres primeros tipos de proveedores que sí necesitan entregar un documento como parte del proceso contable. (**García, 2018**)

Como último y para consolidar la idea de la clasificación de proveedores, tendríamos la siguiente según su producción: Fabricantes, quienes elaboran el producto o servicio; minoristas, quien ofrece el producto o servicio al por menor; mayorista, persona que vende al por mayor y que no tiene contacto directo con el consumidor final; distribuidor, es quien se encarga de llevar el producto o servicio al cliente; importador, encargado de introducir en el mercado nacional, artículos de otros países y finalmente, exportador es quien trabaja con productos a nivel internacional.

Por ende, los proveedores tienen un papel importante en el funcionamiento de las empresas ya que tienen la función básica de proporcionar materias primas, productos insumos y/o servicios, además de convertirse en intermediarios o negociadores con los principales agentes del mercado. Es por ello que se deben considerar lo siguiente: El precio, la calidad y el tiempo de entrega de los productos que ofrecen. **(García, 2018)**

Lo que conlleva a abordar el siguiente tema: Puntos básicos para aprender a diferenciar un buen proveedor de un mal proveedor. Lo primero que se debe tener en cuenta para lograr hallar esa diferencia, es recopilando toda la información que se pueda, cuanto más sepas del proveedor y de los productos o servicios que brindan, más fácil será tomar una decisión o ver una diferencia notoria. Por ello, se debe estar muy atento a las siguientes características. **(Becerra, 2013)**

1. Información institucional verídica tales como dirección fiscal, teléfonos, entre otros.
2. Tiempos de entrega de información documentaria
3. Presentación de sus cotizaciones
4. Precio
5. Calidad de muestras
6. Formas de pago
7. Emisión de boleta / factura
8. Gestión del flete
9. Si cuenta o no con página web
10. Cuentas bancarias empresariales
11. Si cuenta con un correo institucional
12. Reputación basada en referencias de clientes, comentarios, recomendaciones y calificaciones.

Una vez identificada y evaluada estas recomendaciones, se procederá a definir cuál es el mejor proveedor según su criterio y necesidad. Es importante mencionar que se debe tener una opción moderada de proveedores con la finalidad de en caso surja un impase de último minuto, se tiene un plan de contingencia elaborado y se puede solucionar cualquier eventualidad.

3.1.4 FIDELIZACIÓN

La fidelización es una estrategia de marketing que tiene como finalidad hacer sentir al cliente bien atendido. Una adecuada estrategia de fidelización busca cubrir las necesidades de un cliente, respondiendo los requerimientos de manera personalizada, basándose en sus gustos y preferencias.

Esta herramienta también se encuentra ligada con el marketing y está basada en el principio de adaptabilidad, comunicación, escucha al cliente, innovación y diferenciación. La cual no solo permite brindar siempre un mejor servicio, sino también ayuda a retener a clientes antiguos y atraer a clientes potenciales.

Existen técnicas de fidelización por parte de una empresa, a continuación, se expresará algunas de ellas: Demostrar transparencia y autenticidad, ofrecer sorteos, brindar buen servicio al cliente interno y externo, crear un ambiente laboral idóneo para el cliente interno y brindar servicio post-venta.

Cabe señalar que las ventajas de la implementación de este sistema dentro de una organización ayudan en el incremento de ventas, reduce costes de promoción, asimismo retiene colaboradores, crea una menor sensibilidad al precio e incrementa el número de clientes nuevos por recomendación. **(Equipo de expertos, 2018)**

En consecuencia, enfocando todo lo explicado en líneas anteriores, fidelizar a través de la realización de eventos corporativos, se define y/o se mide mediante el nivel de satisfacción y comodidad del público objetivo al que va dirigido. Esto puede generar también un vínculo fuerte y duradero en el tiempo entre el cliente y la organización. **(BeeDigital, 2017)**

3.1.5 PROTOCOLO

El protocolo es una ciencia en la cual intervienen las siguientes disciplinas: sociología, diplomacia e historia. A su vez, es considerado como el arte donde se combinan la belleza y la estética.

Dentro del protocolo, existen diferentes tipos tales como el protocolo privado, público, de estado y cancillería. Cada una de ellas se elaboran de manera distinta, sin embargo, cuentan con un mismo propósito, el de cumplir a carta cabal con todo el proceso de ejecución basados en ética y control de tiempo. **(Bohórquez, Calderón y Torres, 2013)**

Por otro lado, es importante mencionar que se utiliza el protocolo previo, durante y después realizado el evento. Previo al evento, se le considera protocolo a lo siguiente: elección del motivo, lugar y horario, cantidad de invitados, elaboración del timing y elección de la infraestructura. Durante el evento, gracias a la existencia del protocolo en el mismo, se utiliza para cuidar detalles al máximo en relación al cumplimiento de actividades en el día del evento. Los puntos que se consideran, son los siguientes: comidas, papel del anfitrión y recepción de invitados. Finalmente, como parte también del protocolo post evento, se realiza un feedback, se envía una nota de agradecimiento por asistencia y finalmente se realizar un dossier con la valoración de los resultados obtenidos. **(Hotels & Resorts, sf)**

En otras palabras, tanto el timing como el protocolo son las bases de todo evento, ya que en base a ellas se arma y se produce todo. Es por eso, que es tan importante pensar en cada detalle, eventualidad y solución para evitar malas experiencias durante el proceso de organización.

3.2 ACCIONES, METODOLOGÍAS Y PROCEDIMIENTOS

Es por ello que M&J se planteó las diferentes acciones, metodologías y/o procedimientos, a cargo, del área de gerencia y RRHH, los cuales se explicarán a continuación:

Antes de comenzar con el desarrollo de este punto, cabe mencionar que la suscrita colaboró de forma activa al cumplimiento de todos los planes a favor de la erradicación de las falencias encontradas a la hora de organizar un evento. Todo este procedimiento fue supervisado por el especialista mencionado en líneas anteriores, el cual se encargó de darnos tips para mejorar nuestro plan de trabajo basándose en la planificación, coordinación, supervisión y control interno.

En segundo lugar, se procederá a responder las siguientes interrogantes ¿Cuáles son los planes de contingencia y cuáles son los métodos de resolución de conflictos con los que cuenta la empresa?

- Se capacitó al personal a cargo mediante charlas programadas, donde se enseñaron los pasos a seguir para crear un evento. Dentro de ello, tenemos los siguientes: definir el objetivo del evento, identificar el público objetivo, establecer el momento y lugar del evento, fijar el presupuesto, promocionar el evento, revisar los detalles el día del evento y contemplar un plan de emergencia.
- Se prestó más atención a la elección del proveedor en base a la información recopilada de cómo identificar un buen proveedor, de uno malo.
- Asimismo, se realizó un constante control desde la planeación hasta el día del evento. Una de las herramientas más usadas era la base de datos con información verídica de los proveedores contratados.
- Por otro lado, días posteriores al día del evento; se recopilaba información mediante encuestas anónimas, las cuales contenían preguntas relacionadas al evento, así como solicitud de opiniones, comentarios, sugerencias para la mejora de los mismos.
- El área de gerencia y RRHH trabajaron conjuntamente con la finalidad de ofrecer un evento muy bien estructurado de principio a fin.

- Se elaboraron planes de emergencia en caso existiera algún incumplimiento o retraso por parte de los proveedores. Los cuales consistían en tener a la mano cotizaciones y números telefónicos del “proveedor de emergencia”, el cual sería utilizado en caso se presente algún imprevisto de último minuto.
- Asimismo, se trabajó con cada uno la optimización de su tiempo y la tolerancia de trabajar bajo presión teniendo en todo momento el control de emociones.
- Una semana después al día del evento, se realizaba una retroalimentación y análisis de los acontecimientos sucedidos. En esta actividad se analizó cómo se abordó lo sucedido, cómo se pudo evitar y cuáles son las mejoras expresadas de las encuestas realizadas.
- Se elaboraron plantillas para el timing, los cuales se imprimía y repartía al personal a cargo para que tuvieran conocimiento de las actividades realizadas el día del evento en las horas correctas.
- Se designó responsabilidades tanto en la planificación como en la producción del día del evento.
- En los eventos nocturnos, se empezó a contratar un grupo electrógeno en caso se vaya la luz en plena ejecución del evento, esto no afectaba debido a que contaban con un respaldo.
- También, se aprendió que cuando se organiza un evento en invierno, hay muchas probabilidades de que llueva y no contar con un forro para la estructura, es un grave error.
- Finalmente, se buscaban empresas que podían ofrecer todo lo que deseábamos en un solo contrato. En otras palabras, evitábamos llenarnos de muchos proveedores, así disminuíamos gastos entre fletes y garantías. Asimismo, evitábamos incumplimientos, retrasos o mala coordinación entre proveedor y proveedor.

Estos procedimientos aportaron mejoras significativas al momento de organizar un evento. Logrando así mejores resultados económicos ya que no existía un excedente de gastos. Así como, mejores resultados institucionales ya que se lograba el objetivo principal, el cual era fidelizar e integrar al personal con la finalidad de obtener mayor motivación y compromiso por parte de ellos, lo que conllevó a una productividad y rentabilidad como ya se mencionó anteriormente. Y, para terminar, mejores resultados en lo social, ya que el recurso humano se integró de manera conjunta a nivel empresa.

4 PRINCIPALES CONTRIBUCIONES

Por consiguiente, cabe resaltar que el plan de acción aplicado en la empresa M&J CONSTRUCCIÓN E INGENIERÍA SRL dio como resultado la organización de eventos exitosos, utilizando las herramientas y estrategias mencionadas en el capítulo anterior, las cuales fueron de gran aporte para el mismo. Sumado a esto, dio como resultado una fidelización interna, ya que los colaboradores se sentían motivados, considerados e identificados con la organización. Esto último, fue una verdadera estrategia de diferenciación y ventaja competitiva ante la competencia.

Como se observa, una acción conlleva a la otra, si se crea un sentido de pertenencia se obtiene confianza, lealtad, honestidad y compromiso por parte de ellos. La cual, mejora la productividad de los mismos y brinda un mejor servicio de calidad hacia el cliente externo, generando así; como se viene mencionando desde el inicio de este trabajo de suficiencia profesional; rentabilidad. Es ahí donde uno se da cuenta del grado y la importancia de la organización de eventos dirigidos al cliente interno dentro de una organización.

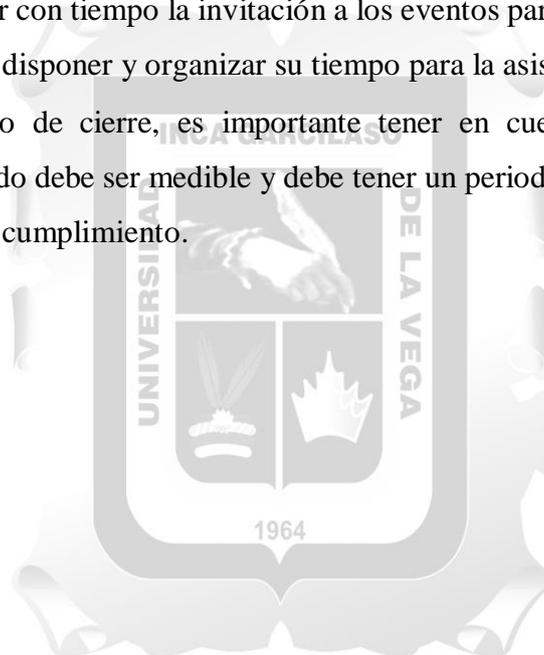
Asimismo, es importante reconocer que los resultados se dan gracias a la buena disposición de los colaboradores, quienes tuvieron toda la voluntad de mejorar en sus planes de acción y organización. Es por ello que M&J promueve, difunde e instruye el fortalecimiento de las relaciones interpersonales entre colaboradores, mediante la organización de eventos dirigidos hacia ellos en las diferentes fechas conmemorativas durante el año.

CONCLUSIONES

- Se logró identificar en qué estábamos fallando, respecto a la organización de eventos. Por ende, se pudieron tomar medidas correctivas y necesarias con la finalidad de hallar una solución óptima al respecto.
- Una vez planteadas y ejecutadas las mejoras, se percibió un cambio significativo tanto de manera interna como externa.
- Se contó con un recurso humano capaz y accesible a los cambios; cabe resaltar que sin su participación ningún plan de mejora se hubiera podido llevar a cabo.
- Se obtuvo una buena respuesta por parte de los colaboradores, en relación al protagonismo que le dio la empresa a los mismos.
- Estos ajustes permitieron diferenciarse y destacar ante la competencia, directa e indirecta, brindando un valor agregado más.
- Ayudó a crear motivación y compromiso por parte de los colaboradores, lo cual fue de gran ayuda ya que el equipo se integró mucho más y trabajó de manera conjunta para el cumplimiento de objetivos trazados.
- Estos procedimientos ayudaron a que la suscrita amplíe sus conocimientos en relación a la organización de eventos.
- Del mismo modo, este cambio permitió convertir a los colaboradores en embajadores, ya que sin querer realizaban una venta indirecta, haciendo conocido el trabajo que realizaba la empresa.
- Se trabajó en la comunicación y seguimiento constante en la elaboración de materiales utilizados el día del evento.
- Finalmente, todo lo aprendido por la suscrita en su etapa universitaria permitió que interviniera de manera positiva en la reestructuración que atravesó la organización en este aspecto; ya que contaba con ciertos conocimientos en organización de eventos.

RECOMENDACIONES

- Permitir la intervención de personas externas capacitadas, las cuales aporten oportunidades de mejora.
- Escuchar siempre al cliente interno para saber cuáles son sus nuevas perspectivas y/o necesidades.
- Cultivar siempre la mejora continua.
- No dejar de lado las reuniones de retroalimentación, ni los pasos establecidos para que se tenga un evento exitoso.
- Realizar con tiempo la invitación a los eventos para que los colaboradores puedan disponer y organizar su tiempo para la asistencia de los mismos.
- A modo de cierre, es importante tener en cuenta que todo objetivo planteado debe ser medible y debe tener un periodo de tiempo establecido para su cumplimiento.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ávila, M. (2018). *Manual de normas secretariales para atención al cliente en las entidades públicas*. Universidad de las fuerzas armadas, Sangolqui. Recuperado de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/15153/1/M-ESPE-040490.pdf>
- Baranda, A. (11 de abril). *¿Por qué las mejores empresas hacen eventos corporativos?* Blau comunicación. Recuperado de: <https://www.blaucomunicacion.es/el-blog-de-blau/eventos/beneficios-eventos-corporativos/>
- Becerra, V. (27 de febrero del 2013) *Claves para elegir proveedores*. Emprende pyme.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/claves-para-elegir-proveedores.html>
- Blogia (09 de mayo del 2011). *Importancia de la asistente de gerencia*. Recuperado de: <https://secretariadocesde2011.blogia.com/2011/050901-importancia-de-la-asistente-de-gerencia.php#:~:text=A%20un%20asistente%20de%20gerencia,ya%20es%20un%20trabajo%20pesado.>
- Bohórquez, N , Calderón, S & Torres, F. (2013). *Estudio de factibilidad para la creación de una empresa organizadora de eventos empresariales en la ciudad de Quevedo*. Universidad de Guayaquil, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/10451/1/TESIS-Organizadora%20de%20Eventos%20Empresariales%20en%20la%20ciudad%20de%20Quevedo.pdf>

Caurín, J. (31 de mayo del 2018). *Proveedores*. Emprende pyme.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/proveedores>

EcuRed (s,f). *Cliente interno*. Recuperado de: https://www.ecured.cu/Cliente_interno

Equipo BeeDigital (26 de diciembre del 2017) *5 claves para organizar un evento de fidelización de clientes*. BeeDigital. Recuperado de: <https://www.beedigital.es/experiencia-de-cliente/5-claves-para-organizar-un-evento-de-fidelizacion-de-clientes/>

Equipo de expertos (21 de enero del 2018). *La fidelización, el gran objetivo de las empresas*. Universidad Internacional de Valencia. Recuperado de: <https://www.universidadviu.com/la-fidelizacion-el-gran-objetivo-de-las-empresas/>

Es.Cultura eventos (29 de agosto del 2019). *Problemas que pueden surgir en la organización de eventos*. Recuperado de: <https://esculturaeventos.com/consejos/problemas-pueden-surgir-la-organizacion-eventos/>

García, G. (31 de mayo del 2018) *Tipos de proveedores*. Emprende pyme.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-proveedores.html>

García, G. (4 de junio del 2018) *¿Cuáles son las funciones de los proveedores?* Emprende pyme.net. Recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/cuales-son-las-funciones-de-los-proveedores.html>

Hotels & Resorts (s,f) *Reglas básicas de protocolo a seguir en un evento*. Recuperado de: <https://www.ar-hotels.com/blog/reglas-basicas-de-protocolo-a-seguir-en-un-evento>

IMEP – Instituto Mediterráneo Estudios de Protocolo (2019). *La organización de eventos*. Recuperado de: <https://www.protocoloimep.com/articulos/la-organizacion-de-eventos/>

Madison experience marketing (07 de noviembre del 2018). Organizar un evento interno en tu empresa ¿Gasto o inversión? Recuperado de: <https://madisonmk.com/organizar-un-evento-interno-en-tu-empresa-gasto-o-inversion/>

Máynez, D. (2014). *Organización de eventos*. Mi Espacio. Recuperado de: [https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde el Aula/organizacion-de-eventos.html#.YE1bdWhKjIW](https://www.infosol.com.mx/espacio/Articulos/Desde_el_Aula/organizacion-de-eventos.html#.YE1bdWhKjIW)

Mexfam – Fundación mexicana para la planeación familiar (01 de abril del 2013). *Descripción y perfil de Asistente de Gerencia Oficinas de apoyo*. Recuperado de: <https://celyaroni.files.wordpress.com/2014/10/dfa-rh037-descripcion-de-puesto-asistente-de-gerencia-oa.pdf>

Pérez, O (01 de agosto del 2018). *La importancia de los eventos internos*. Un mundo de eventos. Recuperado de: <https://unmundodeeventos.com/la-importancia-de-los-eventos-internos/>

Solano, L.B (04 de noviembre del 2017). *Perfil de un profesional asistente de gerencia*. Recuperado de: <https://empleo.ucr.ac.cr/empleo/mostrarArchivoPDFServlet?c=165>