



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA.**

**Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en español**

**AUTORA:**

**NATASHA NOHELLA CEVALLOS TORRES**

**DIRECTOR:**

**DR. GALO FABIÁN ÁLVAREZ TAFUR**

**IBARRA – 2014**

## ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como Director del Trabajo de Grado con el siguiente tema: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA.”** Trabajo realizado por la señorita egresada **CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA**, previo a la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español.

Al ser testigo presencial y corresponsable director del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado.



Dr. Galo Álvarez Tafúr MSc.  
**DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo de tesis de grado está dedicado a DIOS y a la Virgen María.

A mi MADRE MARIA ANTONIETA, que ha estado a mi lado dándome cariño, confianza y apoyo incondicional para seguir adelante para cumplir otra etapa en mi vida.

A mi HIJO MARIO ANTONIO, motivo y razón principal que me ha llevado a superarme día a día, para alcanzar mis más apreciados ideales de progreso y así brindarle un futuro mejor.

A mi HERMANO GUILLERMO Y TÍO GUILLO, quienes me enseñaron que cuando se pretende alcanzar algo en la vida, no hay tiempo ni obstáculo que lo impida para poder LOGRARLO.

Y a todas las personas que confiaron en mi superación personal durante estos años de estudio en la Alma Mater.

Natasha Nohella Cevallos Torres

## **AGRADECIMIENTO**

Me complace de sobre manera a través de este trabajo exteriorizar mi sincero agradecimiento a la Universidad Técnica del Norte en la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología (FECYT), Carrera de Secretariado Ejecutivo en Español, y en ella, a los distinguidos docentes quienes con su profesionalismo y ética puesto de manifiesto en las aulas, enrumban a cada uno de los que acudimos con sus conocimientos que nos servirán a futuro para ser útiles a la sociedad.

A mi Director de Tesis doctor Galo Álvarez, quien con su experiencia como docente ha sido la guía idónea, durante el proceso que ha llevado realizar esta tesis, me ha brindado el tiempo necesario, como la información para que este anhelo llegue a ser felizmente culminado. No quiero olvidarme también de cada uno de los docentes, hombres y mujeres profesionales que aportaron con su pedagogía y conocimientos a enriquecer mi enseñanza – aprendizaje en las aulas universitarias, para ustedes mi eterna gratitud.

Natasha Nohella Cevallos Torres

## INDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	v
RESUMEN.....	ix
ABSTRACT.....	x
INTRODUCCIÓN.....	xi
CAPÍTULO I	
<b>1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....</b>	<b>1</b>
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	5
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	7
1.4. DELIMITACIÓN.....	7
1.4.1. Unidades de observación.....	7
1.4.2. Delimitación temporal.....	7
1.4.2. Delimitación espacial.....	7
1.5. OBJETIVOS.....	8
1.5.1. Objetivo general.....	8
1.5.2. Objetivos específicos.....	8
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.6.1. Factibilidad.....	9
CAPÍTULO II	
<b>2.1. FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>10</b>
Teoría de la Organización.....	10
2.1.1. Protocolo y Relaciones Públicas.....	13
2.1.2. Protocolo y organización de eventos.....	13
2.1.3. Clases de protocolo.....	14
2.1.4. Protocolo y empresa.....	14
2.1.5. Eventos sociales.....	14
2.1.6. Conceptos fundamentales en la planificación de las Relaciones Públicas.....	14
2.1.7. Relaciones Públicas, Teoría e historia.....	15
2.1.8. Organización de reuniones y eventos.....	15
2.1.9. 90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas.....	15
2.1.10. Como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital.....	16
2.1.11. Administración y planificación del tiempo....	16
2.1.12. Protocolo.....	16

2.1.13.	Capacitación.....	16
2.1.14.	Dirección y Gestión de Recursos Humanos.....	17
2.1.15.	La gestión de personas, un instrumento para humanizar el trabajo.....	17
2.1.16.	Manual de Recursos Humanos.....	18
2.1.17.	Recursos Humanos y Responsabilidad Social	18
2.1.18.	Recursos Humanos.....	18
2.1.19	Recursos Materiales.....	18
2.1.20	Recursos Financieros.....	19
2.1.21	Recursos Mercadológicos.....	19
2.1.22	Gestión administrativa.....	19
2.1.23	Recursos de la Gestión Administrativa.....	20
2.1.24	Gestión de la Calidad.....	20
2.1.25	Planificación de la Calidad.....	21
2.1.26	Importancia de la gestión: Formación.....	21
2.1.27	Administración.....	22
2.1.28	Planeación Estratégica.....	22
2.1.29	Planeación táctica.....	22
2.1.30	Creatividad e Innovación en empresas.....	23
2.1.31	Estructura organizativa.....	23
2.1.32	Visión.....	24
2.1.33	Tipos de organizaciones.....	24
2.1.34	Marketing.....	25
2.1.35	Importancia del marketing.....	25
2.1.36	Marketing de empresa a empresa.....	26
2.1.37	Herramientas del marketing: la mezcla del marketing.....	26
2.1.38	Imagen Institucional.....	27
2.1.39	Imagen Personal.....	27
2.1.40	Asesoría de imagen personal.....	27
2.1.41	Objetivos de la asesoría de imagen personal	28
2.1.42	Proyección de la imagen personal.....	28
2.1.43	Imagen externa.....	28
2.1.44	La expresión.....	28
2.1.45	La actitud.....	29
2.1.46	La aptitud.....	29
2.2.	POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL	29
2.3.	GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	30
2.4	INTERROGANTES DE INVESTIGACION.....	33
2.5.	MATRIZ CATEGORIAL.....	35
CAPÍTULO III		
3.-	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	36
3.1.	TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.1.1.	Investigación descriptiva.....	36

3.1.2.	Investigación documental – bibliográfica.....	36
3.1.3.	Investigación de campo.....	37
3.1.4.	Investigación propositiva.....	37
3.2.	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	37
3.2.1.	Método deductivo.....	38
3.2.2.	Método inductivo.....	38
3.2.3.	Método estadístico.....	38
3.3.	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	39
3.4.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	39
3.4.1.	Población.....	39
3.4.2.	Cálculo de muestra.....	41

#### CAPÍTULO IV

4.-	ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	43
-----	---	----

#### CAPÍTULO V

5.-	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	64
5.1	Conclusiones.....	64
5.2	Recomendaciones.....	66

#### CAPÍTULO VI

6.-	PROPUESTA ALTERNATIVA.....	68
6.1	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	68
6.2	JUSTIFICACION E IMPORTANCIA.....	68
6.2.1.	Aportes a la propuesta.....	68
6.2.1.1.	Aportes educativos.....	68
6.2.1.2.	Aportes sociales.....	70
6.2.1.2.	Aportes tecnológicos.....	73
6.2.2.	Factibilidad de la propuesta.....	74
6.2.2.1.	Legal.....	74
6.2.2.2.	Humana.....	75
6.2.2.3.	Material.....	76
6.2.2.3.	Presupuestaria.....	78
6.3	Fundamentación de la Propuesta.....	79
6.3.1.	Fundamentación Filosófica.....	79
6.3.2.	Fundamentación Sociológica.....	82
6.4.	Objetivos.....	83
6.4.1.	Objetivo General.....	83
6.4.2.	Objetivos específicos.....	83
6.5	Ubicación Sectorial y Física.....	83
6.6.	Desarrollo de la propuesta.....	84
6.7.	Impactos de la Propuesta.....	123
6.7.1.	Impacto Social.....	124
6.7.2.	Impacto ético.....	124
6.7.3.	Impacto metodológico.....	125

BIBLIOGRAFÍA.....	126
ANEXOS.....	131
✓ ÁRBOL DE PROBLEMAS.....	132
✓ MATRÍZ DE COHERENCIA.....	133
✓ ENCUESTAS.....	134

## RESUMEN

Una oficina que brinde servicios profesionales en el área de secretariado en el cantón Ibarra, ayudaría en la planificación, organización, dirección y control de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, se encargaría además de la capacitación en instituciones públicas y privadas, respecto al área de secretariado, es decir, cumpliría con las atribuciones cotidianas en la ampliación de las funciones de las secretarías ejecutivas modernas. Ello implica que las profesionales en secretariado ejecutivo, deben reunir una serie de condiciones tanto profesionales como actitudinales, porque deben estar siempre anticipadas a los acontecimientos, la proactividad es su herramienta base, la posesión de las habilidades y destrezas en el desempeño laboral, la inmejorable imagen ante el público y las excelentes relaciones interpersonales que manejen, esta oficina hará que las Instituciones tengan una presentación excelente ante la mirada de los demás, constituyéndose como la imagen de primera línea de las empresas e instituciones y protagonista principal en las mismas. El motivo que indujo a realizar este trabajo se basó específicamente en las necesidades que se identificaron y que se requieren solucionar en la organización y ejecución de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, además de la actualización de conocimientos del personal de secretaría. Basado en esto se planteó un objetivo general que consistió en mejorar y ampliar la oferta de capacitación continua a funcionarios públicos y privados con apoyo de tecnología educativa, además de organizar y ejecutar eventos protocolarios, de etiqueta y sociales. El profesionalismo de la Secretaria Ejecutiva es el prestigio institucional de cada organización sea esta privada o pública del cantón Ibarra, objetivo que se pudo cumplir tomando una muestra de 277 personas, distribuidas de la siguiente manera: 26 autoridades cantonales y 251 ciudadanos en general del cantón. Asimismo, fueron planteadas hipótesis que permitieron comprobar y verificar su influencia en el prestigio Institucional, a través de un exhaustivo estudio y profundo análisis. Para lograr el éxito del trabajo fue preciso e importante utilizar un sistema que permitió esclarecer y establecer la veracidad de la misma, por lo que se empleó el método investigativo, analítico y participativo, que permitió sacar la conclusión que una oficina que brinde servicios profesionales en el área de Secretariado y organice, controles y planifique eventos protocolarios, de etiqueta y sociales.

## **ABSTRACT**

An office which offers professional services in the secretarial area at Ibarra city, would help with planning, organization, management and control of protocol, formality and social events. It would be responsible of training for public and private institutions about secretarial stuff. In other words this office would accomplish the wider functions regarding modern executive secretaries. This implies that professional people in executive secretarial, must collect a series of conditions not only in a professional field but attitudinal, because secretaries must anticipate facts. Proactivity should be their tool. They must have abilities and skills in their labor performance. Also, they have to show an unbeatable image in front of their clients, being by this way, the first line's image of the institutions and main characters in there. The reason to do this task was based specifically on the necessities which were identified and need to be fixed inside the organization and inside the implementation of protocol, formality and social events. Also the knowledge's updating of the personal will be taken into account. Based on these points, a general objective was planted. This is: to improve and enlarge a continuous training offer for public and private functionaries with the support of educational technology, and also plan and run protocol, formality and social events. The professionalism of an Executive Secretary reflects the institutional prestige of each public or private organization, at Ibarra city. This goal could be achieved taking a sample of 277 people, divided as follow: 26 city authorities, and 251 common citizens from the same place. On the same way, some hypothesis were planted which, through an exhaustive analysis, let us prove its influence on the Institutional prestige. In order to achieve success with this task, using a system was necessary. This system allowed us to clear and establish hypothesis' veracity. Because of this, a search and analytic method was used. It allowed us take out a conclusion: An office which offers professional services in secretarial area and organize, plan, and control protocol, formality and social events is imperative.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación trata sobre **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA QUE BRINDE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, el cual está diseñado de acuerdo al esquema que exige la Universidad Técnica del Norte de la siguiente manera:

Primeramente pensemos en la idea de crear una oficina de servicios secretariales, poniendo a disposición de ejecutivas conocimientos significativos, cercanos a su vida diaria, brindando una oportunidad para el desarrollo de todas las metas.

Este trabajo de grado es un estudio de conocimientos básicos y útiles para el campo secretarial, donde una ejecutiva a más de ser discreta y eficiente, leal y responsable, es la imagen de la empresa, su experiencia es vital y la vincula con la realidad, comprometiendo su formación.

Cuando trabajamos en una empresa o institución, somos representantes de la misma y por tanto la responsabilidad es grande, pues no somos consideradas como personas independientes, sino como miembros integrantes de una empresa.

En el mundo empresarial, diariamente se viven situaciones que muestran claramente la imagen que pretende emitir la empresa por medio de sus clientes internos. Sin embargo, esta imagen viene determinada muchas veces no solo por el conocimiento del producto que los trabajadores pretenden ofrecer, sino también por la educación, cultura general, capacitación en aspectos tan importantes de la etiqueta y el protocolo que los trabajadores deben poseer, para emitir una correcta imagen de la organización para la cual laboran.

Por lo tanto, es importante que cualquier tipo de organización tenga en cuenta incluir dentro de su plan de capacitación, el tema de la etiqueta y el protocolo, buscando optimizar el comportamiento de sus empleados, y éste se refleje en el trato con todos sus clientes beneficiando la imagen de la empresa.

**PRIMER CAPÍTULO.-** Detalla el problema y sus antecedentes, la factibilidad, la delimitación tanto espacial como temporal y sus unidades de observación, objetivos generales y específicos y la justificación.

**SEGUNDO CAPÍTULO.-** Enmarca a todo lo que se refiere el Marco Teórico, siendo la base fundamental de la investigación con su parte teórico – científica. Además está el glosario de términos y la matriz categorial,

**TERCER CAPÍTULO.-** Se refiere a la metodología de la investigación que se caracteriza por tratar temas como las modalidades de investigación tipos de investigación, métodos y técnicas, población y muestra.

**CUARTO CAPÍTULO.-** En este capítulo encontramos el análisis e interpretación de los resultados de las encuestas aplicadas a las autoridades y ciudadanía de Ibarra, con su respectivo análisis e interpretación.

**QUINTO CAPÍTULO.-** Se refiere a las conclusiones mismas que se hacen de acuerdo a los resultados de las encuesta. Las recomendaciones serán en base a las conclusiones, como también del marco teórico, y las posibles soluciones del problema investigado.

**SEXTO CAPÍTULO.-** Se refiere a la propuesta que consta de una guía de técnicas y talleres para motivar a las autoridades de las diferentes instituciones públicas y privadas, así como a la ciudadanía ibarreña, para

la utilización de los servicios profesionales que dispone la oficina en el área secretarial. Para aplicar todos los conocimientos, aptitudes y técnicas profesionales en el área de Secretariado Ejecutivo, la guía que ofrecemos de servicios profesionales, consta de lo siguiente:

**Servicio y Atención al Cliente** que deben ser tomadas en cuenta por el personal que brinda este servicio en el área de Recepción y Secretaría, considerando que la atención al cliente en una empresa o institución es un factor primordial.

**La imagen de una persona**, producto, empresa pública o privada, se construye por medio de relaciones de largo plazo con todos los públicos con los que se relaciona, sean usuarios, amigos, familiares, proveedores, compañeros, gobierno, diversos grupos de opinión y de presión. La imagen no sólo se trata de un logotipo

**Vestimenta**, la ropa influye en el estado de ánimo. Vestir bien, no significa un estilo sofisticado, sino más bien, tener la intuición para elegir la ropa que mejor le quede según la ocasión.

**La actitud** está relacionada con la motivación y la forma en que se relacionan los funcionarios entre funcionarios y éstos con los usuarios.

**Relaciones Humanas** son el conjunto de reglas y normas para el buen desenvolvimiento del ser humano, en la sociedad, o en su trabajo. Es el estudio de cómo los individuos pueden trabajar eficazmente en grupos, con el propósito de satisfacer los objetivos de la organización y las necesidades personales.

**Las principales reglas de cortesía** que han regido el mundo de los negocios y el mundo social durante siglos no han variado o lo han hecho muy poco, a continuación

**Tipología de clientes**, el temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Hay menos probabilidades de encontrar dos temperamentos idénticos que dos huellas dactilares iguales. El temperamento está integrado por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

**Comunicación**, formas y elementos debe existir, dentro de la institución, una excelente comunicación, pues no basta tener una adecuada infraestructura, mucho personal, o avances tecnológicos para ello, es importante tener el poder de "comunicarse" la información que emitimos, debe ser con claridad y precisión para que los demandantes reciban correctamente la misma y sean satisfechas sus expectativas

**Comunicación telefónica**, toda organización tiene cierta personalidad que forma parte de su imagen corporativa y la manera en que los funcionarios responden el teléfono es parte de esta imagen. Conseguir la satisfacción del cliente a través de la atención telefónica, es una tarea difícil de realizar que requiere unas habilidades específicas que todo buen profesional debe conocer

## CAPÍTULO I

### 1.- EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. ANTECEDENTES

Si se quiere impulsar un estudio de factibilidad para la creación de una oficina de servicios profesionales en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra, es necesario que en el marco contextual de la investigación conocer la reseña histórica del lugar de los hechos, por tanto de la ciudad de Ibarra.

**La Fundación de Ibarra** fue un día 28 de septiembre de 1606- cuando el Sr. Capitán Don Cristóbal de Troya, “vecino, encomendero y Regidor de Quito”, por mandato del Sr. Licenciado Don Miguel de Ibarra, VI presidente en la serie cronológica de la Real Audiencia de San Francisco de Quito, “en el nombre de Dios Todopoderoso, Padre, Hijo y Espíritu Santo, tres personas y un solo Dios verdadero, en quien debemos creer y adorar; tomando por intercesora a la esclarecida y soberana Virgen María Nuestra Señora, para alcanzar misericordia y merced, y por abogado y patrón al Príncipe de los Ángeles y Arcángeles San Miguel”, puebla, funda y establece la Villa de San Miguel de Ibarra, en el extenso y hermoso valle de Carangue, “por ser la parte más cómoda y llana y de mejor temple que hay en el dicho Tomado de la Gaceta Municipal Porvalle y su comarca y porque se podía por dicho paraje abrir el camino más breve para ir a Panamá”.

La noble y española Villa queda desde entonces legalmente establecida, así como su ilustre Primer Cabildo, cuyas patrióticas y acertadísimas actuaciones, desde sus primeros años hasta hoy, no han buscado otro

noble propósito que no sea su progreso y engrandecimiento y el bienestar moral y material de sus hijos.

Y así junto a las casas del Cabildo, se asientan españoles templos, símbolos de cultura y civilización de la Iglesia de Cristo irradiara por todos los rincones del orbe. Y España, nuestra patria madre, la descubridora y conquistadora, la civilizadora y espiritual España deja creado un nuevo pueblo suyo en las vírgenes y bellas tierras de la América de Colón. Han pasado 399 años, y la española Villa de 1606, la rebelde de 1809, erigida Ciudad de 1811, la triunfante de 1823, la destruida de 1868, la renacida de 1872 se yergue hoy, espiritual y magnánima, progresista y sonriente, hospitalaria y noble, hidalga y generosa, cual lo fue siempre a través de las páginas de su honrosa historia. Empero, en este 399 aniversario de su feliz fundación, no hemos de contentarnos sólo con evocar románticamente sus blasonadas y bien ganadas glorias: tenemos latente un sublime ideal insatisfecho, acariciado desde hace más de tres siglos, como que fue el principal móvil que impulsó a nuestros españoles fundadores a plantar nuestra ciudad en este hermoso Valle: nuestra salida al mar de Balboa por las playas de Esmeraldas.

Este viejo y siempre nuevo ideal de todo ecuatoriano patriota y bien nacido acariciando y defendido ardorosamente desde 1598 por Hernán González de Saá y Juan de Barrio Sepúlveda; por Miguel de Ibarra, 1606; por Cristóbal de Troya, en 1607; por el Ilustre Mercedario Fray Tomás Jaramillo, en 1616; por Pablo Durango Delgadillo, en 1617; por el sabio Jesuita Juan Sanz Morgáez, en 1618, y en adelante: por el Marqués de Montes Claros, Barón de Carondelet, Monseñor Cuero y Caicedo, Simón Bolívar, Francisco José de Caldas, Pedro Vicente Maldonado, Federico González Suárez, Alejandro Pasquel Monge, Juan de Dios Navas y cine ilustres varones, honra de su patria y prestigio de América; este Ideal, irrenunciable y eterno, supervive aún después de cuatro siglos de constante y tenaz lucha, frente a las incomprendiones, al anti patriotismo y

al engaño que mezquinamente han obstaculizado la realización de tan grandiosa Obra, de indiscutible importancia nacional, que en cualquier otra nación se la habría ejecutado en menos de una década de trabajo. Es una pena que en más de cien años de vida republicana no haya sido posible realizar el ferrocarril a Esmeraldas, siendo así que su importancia es indiscutible y como tal ha sido reconocida, no solamente por los congresos, sino también por técnicos de positivo valor y prestigio profesional, quienes han ponderado las incalculables ventajas de esta línea férrea que no puede ser sustituida por ninguna otra vía de comunicación si en verdad buscamos el desarrollo económico del país” expresaba el 6 de abril de 1934 su impertérrito e incansable defensor, Sr. Don. Víctor M. Guzmán, ilustre Director del prestigioso Vocero Ibarreño “El Ferrocarril del Norte”.

En el propio año, el actual Mandatario de la Nación Sr. Dr. José María Velasco Ibarra, entonces presidente electo de la República, después de reconocer la importancia nacional del ferrocarril Ibarra - San Lorenzo, y de aplaudir el constante e indeclinable entusiasmo de los pueblos del norte, en esta ciudad, manifestó públicamente que durante el Gobierno convertiría en halagadora realidad lo que hasta aquí ha constituido un secular empeño de las provincias septentrionales.

Y el 19 de diciembre de 1944, el Dr. Don. Velasco Ibarra, Presidente Constitucional de la República por segunda vez, aquí en Ibarra, tuvo la entereza patriótica de declarar nuevamente que el Ferrocarril Ibarra - San Lorenzo lo terminaría su Gobierno en el lapso de tres años, solemne promesa que el Pueblo Ibarreño la recibió lleno de ardoroso entusiasmo y profundo optimismo y que, confiado espera serenamente su estricto cumplimiento. Porque las palabras del patriota magistrado no fueron no podían serlo jamás mera plataforma política. Una promesa incumplida

anota en su sesudo Editorial el prestigioso Diario el Comercio, de 8 de ese meses mil veces más reprochable que un esfuerzo que no llega a su fin por deficiencias económicas o técnicas. Se ha creído que en el término de tres años se podía terminar la línea del ferrocarril, mientras la práctica de lo que acontece realmente en los trabajos está demostrando que no se podrá cumplir con el ofrecimiento, de continuarse en la forma actual. Y este es un caso que merece mayor atención gubernativa. Fue un error que entre aquello que se estima fundamental no se haya puesto al ferrocarril que en nuestro concepto está llamado a causar la segunda independencia del Ecuador y más con el movimiento regionalista que está efectuándose a ojos vistas de toda la Nación, que hasta ahora permanece insensible a ello, la Comunicación con el mar por el norte es una necesidad vital, y así hay que tratarla y considerarla.

San Miguel de Ibarra es una ciudad ubicada en la región andina al norte del Ecuador. Conocida históricamente como "La Ciudad Blanca" por sus fachadas y por los asentamientos de españoles y portugueses en la villa. También son muy comunes las frases: "ciudad a la que siempre se vuelve" por su pintoresca campiña, clima veraniego y amabilidad de sus habitantes; "la bohemia del norte" por su gente conservadora, amable, abierta al arte y a la música, y tan creyente de la religión; y "Cupido del Ecuador" por el enorme significado del amor y el romance para sus habitantes". Es muy visitada por los turistas nacionales y extranjeros como sitio de descanso, paisajismo, cultura e historia. Es una ciudad cultural en donde predomina el arte, la escritura, la pintura, el teatro y la historia; además existe una gran producción turística y hotelera ofrecida para toda la zona.

Ibarra es la capital de la provincia de Imbabura y la Región norte del Ecuador. Por eso es el centro de desarrollo económico, educativo y

científico de la zona. La ciudad se encuentra edificada a las faldas del volcán que lleva el mismo nombre de la provincia. Fue fundada por el español Cristóbal de Troya, el 28 de septiembre de 1606, por orden de Miguel de Ibarra y Mallea. Por su ubicación geográfica se la nombró sede administrativa de la región 1 conformada por las provincias de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos e Imbabura.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

Hoy día, las instituciones públicas o privadas que ven en su personal el pilar fundamental para el crecimiento y competitividad, sienten la necesidad de reconocerlos, premiarlos y honrarlos en ciertos actos de reconocimiento público, eventos que se organizan por iniciativa del empleador y que generalmente se realizan sin observar las exigencias técnicas de protocolo o etiqueta y de desarrollo de eventos acordes a su finalidad.

Obtener un servicio que satisfaga las expectativas de los clientes, a la hora de organizar un evento institucional, es actualmente un problema cuando no se dispone de tiempo, ni de información necesaria para el proceso de organización; es decir, disponer de ofertas que permitan comparar entre precio, calidad y tipos de productos a través de varias propuestas, las mismas que en la ciudad no existen.

Entre los problemas y necesidades más comunes que encontramos en las instituciones, se pueden anotar las siguientes:

Ciertos empleadores tienen como objetivo crear un lugar de trabajo agradable que tiene un efecto dinámico en el desempeño del empleado, por eso la mayoría de las empresas quieren motivar a sus empleados,

mediante la capacitación interna y externa a la que perciben como una gran inversión que beneficia a la institución. Esta actividad es una capacitación externa que necesita de una oficina que brinde servicios secretariales, porque al momento de hacer los preparativos para desarrollar un evento o capacitación de manera exitosa, surgen problemas para la institución por falta tiempo, información, creatividad o conocimiento técnicos del tema a capacitar.

Normalmente las instituciones no cuentan con departamentos o procesos que se dediquen exclusivamente a la organización de eventos corporativos, con la adecuada etiqueta y protocolo. El departamento de talento humano tiene entre sus funciones coordinar estas actividades; pero en muchos casos por desconocimiento no se identifican todas las necesidades, dependiendo el tipo de evento que sea, lo que implica que este trabajo no puede ser delegado a una sola persona. También en este caso es necesario el asesoramiento de una oficina que brinde servicios en el área de secretariado.

Para las instituciones públicas y privadas básicamente, el observar que la organización de un evento social demanda mucho tiempo y que requiere de una preparación perfecta, significa gestionar múltiples actividades como por ejemplo: organizar invitaciones, encontrar el salón adecuado, el buffet requerido, y todos los proveedores necesarios que esta organización demanda en planificación, organización y ejecución técnica, que si no se aplican, se experimenta muchas falencias a la hora de realizarlos, por eso se va tomando conciencia de que una oficina que brinde servicios en el área de secretariado, sería una necesidad inmediata.

En un sondeo realizado a las principales instituciones de Ibarra se detectó la demanda de servicios en el área de secretariado en estas instituciones públicas y privadas, por lo que se considera posible formar un grupo de

trabajo que se encargue de organizar eventos que cuenten con todos los requerimientos que demande la institución, empresa o persona natural.

Para un evento de carácter administrativo por parte de autoridades, se requiere realizar múltiples trámites engorrosos que retrasan u obstaculizan el desarrollo del mismo, por esta razón la creación de una oficina que facilite este tipo de organizaciones, sería una forma de agilizar el trámite en general. Para organizar todo tipo de eventos protocolarios o de etiqueta social, se necesita personal profesional capacitado, encargado de organizar, por este motivo la contratación de este servicio permitiría que el usuario solamente disponga el tipo de evento que desea, y asista cuando todo esté resuelto, es decir no se preocuparía de su planificación.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cuáles son las condiciones de factibilidad que existen para la creación de una oficina que brinde servicios profesionales en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra?

### **1.4. DELIMITACIÓN.-**

#### **1.4.1. Unidades de observación.-**

Esta investigación se dirigió a:

- Autoridades de las principales instituciones públicas o privadas.
- Muestra significativa de la ciudadanía ibarreña.

#### **1.4.2. Delimitación temporal.-**

Debido a la magnitud de investigación se consideró prudente realizar la

investigación de enero hasta julio de 2014.

#### **1.4.2. Delimitación espacial.-**

La investigación se la realizó en la ciudad de Ibarra.

### **1.5. OBJETIVOS**

#### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar las condiciones de factibilidad para la creación de una Oficina que brinde servicios profesionales en el área de Secretariado mediante la aplicación de instrumentos de recopilación de información para implementar este servicio técnico en la ciudad de Ibarra.

#### **1.5.2. Objetivos específicos**

1. Diagnosticar la necesidad de las instituciones sobre todo tipo de servicios profesionales en el área de secretariado.
2. Establecer cuáles servicios profesionales en el área de secretariado se constituyen en los más indispensables.
3. Implementar una oficina de servicios profesionales en el área de secretariado.
4. Elaborar una guía de servicios en el área de secretariado, para solventar las necesidades de organización de todo tipo de eventos de etiqueta social y protocolar, y además de capacitación a empleados de instituciones públicas y privadas.
5. Socializar el plan de servicios a la ciudadanía.

### **1.6. JUSTIFICACIÓN**

Me preocupe de este problema específicamente porque he evidenciado la necesidad de contar con una planificación adecuada y con personal

profesional calificado, que se encargue de satisfacer las necesidades de los usuarios para organizar todo tipo de eventos administrativos, sociales, protocolares y de capacitación.

La importancia de elaborar este trabajo de grado se considera vital debido a la necesidad imperiosa para solucionar los problemas que acarrearán la organización de eventos, los que si no se realizan de manera técnica y adecuada se ve afectada la imagen institucional o de las empresas.

La realización de este plan se sustenta en que la investigadora es estudiante de Octavo Nivel de la Carrera de Secretariado Ejecutivo en Español y por tanto conoce del tema a ejecutarse. Además es requisito legal la presentación de este Trabajo de Grado para optar por la titulación de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español, ya que así lo determina la reglamentación de la Universidad Técnica del Norte en general; y en particular la Facultad de Educación Ciencia y Tecnología.

#### **1.6.1. Factibilidad.**

Para la ejecución de esta investigación se prevén las siguientes facilidades:

Existe la suficiente bibliografía sobre la temática, tanto en bibliotecas, en documentos y en el internet que son de fácil acceso.

La investigación se realizó en la ciudad de Ibarra que es también el lugar de residencia de la investigadora, lo que le permitió conocer y acceder al entorno logístico.

Existen los suficientes medios económicos, tanto para la implementación de la oficina de servicios profesionales, cuanto para el diseño y socialización del plan de servicios que prestará la misma.

## **CAPÍTULO II**

### **2.- MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. FUNDAMENTACIÓN**

##### **Teoría de la Organización**

Según Eleazar Angúlo López (2012), manifiesta "Para efectos de llevar a cabo el estudio de las organizaciones, es necesario efectuar un estudio de las teorías de las organizaciones. En este sentido, Daft (2005) señala que los elementos clave de una organización no son un edificio o un conjunto de políticas y procedimientos; las organizaciones están formadas por personas y las relaciones que tienen unas con otras, una organización existe cuando la gente interactúa para desempeñar funciones esenciales que la ayude para alcanzar metas. Recientes tendencias en la administración reconocen la importancia de los recursos humanos; en su mayor parte, los nuevos enfoques están diseñados para delegar facultades de decisión a los empleados y les ofrecen mayores oportunidades de aprender y contribuir a la organización mientras trabajan en el logro de metas comunes (p.11).

El mismo autor manifiesta que algunas organizaciones son grandes corporaciones multinacionales, otras son pequeñas propiedades de tipo familiar, algunas producen manufacturas y otras proveen servicios. Cuando las organizaciones crecen y se vuelven más complejas, estas necesitan más sistemas y procedimientos complejos para guiar y controlar la organización. Infortunadamente estas características también pueden causar problemas de ineficiencia, rigidez y lenta respuesta (p.319).

La escuela teoría de la organización, o también llamada teoría

Behaviorista de la Administración o teoría del comportamiento humano en la organización, comienza a desarrollarse al finalizar la segunda guerra mundial y se prolonga hasta la década del sesenta, (1946-1960). Esta corriente de pensamiento nació en Estados Unidos, siendo como principales exponentes Herbert Simon, Chester Bernard, Richard Cyret, James March, David Miller y Martin Starr. Los métodos que utilizan estos hombres son de carácter sociológico y científico, podemos decir que los trabajos sobre influencia, área de aceptación y equilibrio organizacional sirvieron a Simon como base para continuar su desarrollo técnico. Esta escuela integra los dos aspectos de la organización: formal e informal, reconoce y analiza la conducta de hombre y su comportamiento dentro de la organización, la relación bivalente que hay entre los hombres que componen la organización y la organización misma, reemplaza la concepción de “hombre económico” de la escuela clásica por el de “hombre administrativo” y analiza el comportamiento de este.

Bajo esta perspectiva, Contreras (2007) manifiesta que respecto a la teoría de las organizaciones, estas se encuentran integradas por recursos humanos y no humanos (físicos, materiales, financieros, etc.) y la vida de las personas depende de las organizaciones y las organizaciones dependen del trabajo de las personas. Algunas organizaciones tienen como propósito el lucro y otras no. Además, el mismo autor afirma que la teoría de las organizaciones es el campo del conocimiento humano que se ocupa del estudio de las organizaciones en general y que la sociedad se integra por organizaciones, que para permanecer en el entorno se requiere de la producción o prestación de un servicio debida y sistemáticamente planeado, organizado, dirigido y controlado.

En este sentido, Daft (2005, p.24) coincide con Contreras al afirmar que la teoría de la organización no es una colección de datos; es una forma de pensar acerca de las organizaciones con más precisión y profundidad de

lo que se podría hacer de otra manera. La forma de ver y pensar sobre las organizaciones se basa en patrones y regularidades en el diseño y en el comportamiento organizacional. Los académicos de las organizaciones buscan estas regularidades, las definen, las miden y las ponen a disposición del resto de nosotros, cabe destacar que el diseño de la organización y las prácticas de los administradores varían con el tiempo en respuesta a los cambios de una más grande sociedad.

Es pertinente mencionar que además de lo señalado por los autores anteriores, Hall (1980) manifiesta que la teoría de la organización es un conjunto amplio de conocimientos con enfoques multidisciplinarios, donde cada disciplina ha generado preguntas, hipótesis, metodología y conclusiones que corresponden a sus visiones particulares del mundo. En este sentido la teoría de la organización es una ciencia cuya preocupación central es obtener una explicación comprensiva de la organización como objeto de estudio. La teoría de la organización proporciona marcos conceptuales e instrumentales para el análisis y diseño de las organizaciones. En esta concepción, la teoría de la organización es una disciplina social que pretende dar una explicación en el plano de la construcción conceptual de los principios estructurales que asume la acción colectiva instituida, destacando, entre otros, la conformación de las estructuras formales e informales, interacción en contextos dinámicos, nivel de complejidad y sus consecuencias tanto en el comportamiento humano como en diferentes ámbitos de la vida social. En este contexto, la teoría del cambio organizacional Kast y Rosenzweig (2000), afirman que requiere atención explícita a los problemas y oportunidades y es facilitado por un proceso de renovación integrado que es también a la luz de la experiencia. Conforme una empresa inicia su proceso de desarrollo, de igual manera inicia su proceso de cambio organizacional, el cual es generalmente estimulado por alteraciones en su medio ambiente, que incluye factores tecnológicos, económicos, legales,

políticos, demográficos y culturales. Así, los objetivos del cambio organizacional tienen relación con la supervivencia, rentabilidad, participación en el mercado, servicio a clientes y crecimiento. Por su parte Rodríguez Peñuelas (2004, p.248), define al cambio organizacional como aquellas modificaciones que se han operado al interior de una organización.

Es importante precisar que el estudio de las organizaciones es algo muy complejo a consecuencia de los grandes cambios que en los últimos años han sucedido. Nada es estático, todo está en movimiento, todo es cambiante, así como las teorías dentro de las organizaciones, sus propietarios tienen que estar alertas ante cualquier cambio dentro del contexto globalizado

#### **2.1.1. Protocolo y Relaciones Públicas**

Según la autora María Soledad Muñoz (2010) nos indica que en la sociedad en la que vivimos el protocolo y las relaciones públicas son dos factores fundamentales para desarrollarnos en el entorno laboral. La importancia de la imagen y las buenas maneras son la clave del éxito personal y empresarial.

Es por estas razones que en la actualidad debemos tener presente la importancia que requiere el comportamiento personal.

#### **2.1.2. Protocolo y organización de eventos**

La autora María Teresa Otero (2009) en su publicación no indica que: "El protocolo constituye la ordenación espacio-temporal del ámbito de presencia pública en el que se desenvuelve el poder político legítima o ilegítimamente establecido en forma de Estado o entidades paraestatales. Se trata de normas escritas y de usos y costumbres tradicionales que configuran los aspectos relacionados con la triple resultante espacio-tiempo-personas en el ceremonial de determinados actos: los oficiales"

### **2.1.3. Clases de protocolo**

Según Cristina Cabero (2009) al referirse a clases de protocolo indica: "Ya hemos visto que el protocolo sirve para ordenar a las personas y los símbolos de un acto según el cargo que ostentan y según la finalidad del mismo"

Se refiere exactamente a: Protocolo institucional tradicional, protocolo empresarial, protocolo internacional.

### **2.1.4. Protocolo y empresa**

La autora María Teresa Otero (2011) nos refiere así: "Una vez analizados los conceptos básicos y fijada la terminología que vamos a utilizar, podemos abordar con ciertas garantías metodológicas el estudio de la organización de eventos por parte de las organizaciones y como les afecta la aplicación del ceremonial, el protocolo y la etiqueta. Como hemos indicado, todos los eventos son actos, pero no a todos los actos se les puede llamar ceremonias ni en todos aparecen necesariamente el protocolo o la etiqueta".

### **2.1.5. Eventos sociales**

El autor Martín Antony (2010) manifiesta: Asistir a un evento social es otra forma de ampliar tu círculo de amistades y de enriquecer las relaciones con personal que ya conoces. Por ejemplo, acudir a una fiesta con tus compañeros de trabajo te permite conocerlos en un contexto distinto al laboral. De hecho, ofrecerte como anfitrión de una fiesta en tu casa permitirá conocer mejor a esas personas"

### **2.1.6. Conceptos fundamentales en la planificación de las Relaciones Públicas**

Según la autora Kathy Matilla (2009) indica: "En relación a la delimitación conceptual y terminología de la función comunicativa es de todo punto

necesario establecer con precisión uno de los conceptos básicos objeto del área, que no es otro que el de imagen, término éste que, puesto que puede ser utilizado para definir fenómenos de variada índole, ha generado no poca confusión semántica en la literatura especializada

#### **2.1.7. Relaciones Públicas, Teoría e historia**

El autor Antonio Castillo (2009) indica: "en nuestra sociedad, la comunicación se ha convertido en un elemento esencial de conocimiento, información y relación entre personas e instituciones. Las nuevas capacidades y actitudes derivadas de este contexto hacen que tengamos una percepción de las cosas a través de lo que leemos, escuchamos o vemos, ya que nuestras vivencias personales no nos permiten conocer todas las situaciones existentes. La disciplina de las relaciones públicas contribuye a que organizaciones (empresas, sindicatos, gobiernos, parlamentos, ONG'S, etc.) puedan comunicarse con su entorno".

#### **2.1.8. Organización de reuniones y eventos**

La autora Cristina Cabero (2012) nos indica: "En el mundo de la empresa, la organización de las reuniones es una de las tareas que realiza con mayor frecuencia el asistente de dirección. La celebración de reuniones responde a una doble exigencia: en unos casos es obligatoria porque está prevista en el marco legal que regula la empresa y en otros responde a la propia cultura empresarial de la organización. Puesto que este tipo de reuniones: de ventas, de información, de formación, justan de accionistas, etc., aunque todas ellas tienen un factor común: **su organización**".

#### **2.1.9. 90 Técnicas de comunicación y Relaciones Públicas: Manual de Comunicación Corporativa.**

El autor Manuel Palencia, indica: "La práctica de las Relaciones Públicas permite a las empresas poner a disposición de todos los públicos a los que se dirigen los valores de las mismas, con una doble intención,

primero ser conocidas (en el supuesto de que no lo sean) y segundo ser valoradas, alcanzando el prestigio deseado. Es una herramienta al servicio de la gestión empresarial de las empresas, instituciones u organismos públicos o privados".

#### **2.1.10. Como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital**

Según la autora Cristina Aced (2013) se encuentra: "Lo que no se comunica, no existe. O existe solamente para unos pocos. Por eso es importante que las organizaciones cuenten con una estrategia de comunicación que les sirva de guía a la hora de comunicarse con sus públicos. No cale el café para todos ni creer que "eso de comunicar lo puede hacer cualquiera".

#### **2.1.11. Administración y planificación del tiempo**

La autora María del Carmen Martínez (2012) al referirse a la administración del tiempo, manifiesta: "El tiempo es perecedero, es un recurso escaso, totalmente inelástico, no es almacenable no se puede guardar, es el recurso más valioso que poseemos".

#### **2.1.12. Protocolo**

Para Publicaciones Vértice (2010) en la publicación de su libro Protocolo, advierte: "El Manual Interno de Protocolos es un procedimiento de calidad, un documento que plasma la forma de actuar la empresa, sus trabajadores y todo lo que tenga que ver con ellos en cualquier acto o en el día a día en el que se trabaje con la imagen corporativa".

#### **2.1.13. Capacitación**

El autor John Maxwell, refiriéndose a este tema, indica: "Fíjese en las organizaciones más exitosas del mundo y no hallará un solo líder, sino que verá a muchos directivos poderosos laborando juntos para generar su

éxito. Esto no sucede por accidente. Las organizaciones más exitosas poseen líderes que equipan a los demás a su alrededor, tratándose de un pequeño negocio, una gran corporación, una organización sin fines de lucro o un equipo deportivo. Cuando un líder está dedicado al proceso de equipar a los demás, el nivel de rendimiento dentro de toda la organización se eleva drásticamente".

#### **2.1.14. Dirección y Gestión de Recursos Humanos**

Según Luis Puchol (2012) nos indica: "La empresa es, pues, un sistema social abierto que está, por decirlo así, sumergida en un entorno. Ese entorno es el aquí y el ahora, y está compuesto por todos los elementos sociales, políticos, económicos, axiológicos, religiosos, etc. que integran nuestra actualidad. De ese entorno recibe la empresa unos *inputs*. Estos recursos son utilizados o transformados por la propia empresa, la cual devuelve al entorno una serie de *outputs*, consistentes en bienes y servicios".

#### **2.1.15. La gestión de personas, un instrumento para humanizar el trabajo**

Según Sonia Sercovich (2009) nos indica: "A pesar del reconocimiento creciente del rol que juegan las personas en las organizaciones de trabajo y de la cantidad de teorías que se han desarrollado al respecto, en términos generales, su gestión no logra despegar de las concepciones más clásicas que transformaron la gestión de los RR.HH - desde ya el hombre despierta dudas - en una función de carácter más bien burocrático y formal. Ello ha transformado a las unidades encargadas en un peso que es necesario soportar en la estructura de las organizaciones - porque se ocupa de una serie de trámites necesarios para la mantención del personal, más que en una unidad de la cual se esperen cambios importantes en el tema".

#### **2.1.16. Manual de Recursos Humanos**

Según el autor Daniel Jiménez (2011) nos indica: " Prepara a la persona para el ejercicio de un oficio sobre la base de una aptitudes o habilidades. Normalmente se concreta en programas fundamentados en el desarrollo de habilidades operativas o técnicas específicas, que en su mayoría tienen una base psicomotora. Son procesos de aprendizaje que vienen condicionados de forma extrínseca al empleado y con una duración limitada en el tiempo".

#### **2.1.17. Recursos Humanos y Responsabilidad Social**

Las autoras Belén Ena Ventura y Susana Delgado González (2012) manifiestan: "Los Recursos Humanos y la Responsabilidad Social Corporativa se centran en el estudio de las empresas como comunidad de personas, distinguiendo las implicaciones éticas de su comportamiento con respecto a los implicados (stakeholders) en la misma".

#### **2.1.18. Recursos Humanos.**

El autor Luis Puchol (2012) nos indica en su libro Dirección y Gestión de Recursos Humanos que la empresa es, pues, un sistema social abierto que está, por decirlo así, sumergida en un entorno. Ese entorno es el aquí y el ahora, y está compuesto por dos elementos sociales políticos, económicos, axiológicos, religiosos, que integran nuestra actualidad, De ese entorno recibe la empresa unos inputs, en forma de recursos financieros, recursos tecnológicos y recursos humanos. Estos recursos son utilizados o transformados por la propia empresa, la cual devuelve el entorno una serie de outputs, consistentes en bienes y servicios. (pag.8)

#### **2.1.19 Recursos Materiales.**

Según Ricardo Fernández (2010) menciona en su publicación "La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa", que la incorrecta gestión de los recursos materiales. Gestionar correctamente los recursos

materiales implica no tener excesos de materiales, ni de productos terminados, disponer de las máquinas y herramientas apropiadas para accionar, evitar averías por falta de un adecuado mantenimiento. Poseer maquinarias, equipos e instalaciones de tecnologías superiores a la necesaria es una manera de utilizar ineficientemente los recursos financieros, además de comprometer el normal y mejor funcionamiento de la empresa en cuanto al logro de los objetivos. (pag.143)

#### **2.1.20 Recursos Financieros.**

Según los autores María Gil y Fernando Giner (2013) nos indican que los recursos propios son una mezcla de capitales aportados por terceros y capitales generados por la empresa. Los recursos ajenos son siempre aportados por terceros. La delimitación de estas masas es importante para la solvencia financiera y la rentabilidad de la empresa. (pag.429)

#### **2.1.21 Recursos Mercadológicos.**

La autora Mariola García (2011) en Las claves de la publicidad, menciona que “La función de la publicidad en el marketing es dar a conocer esos productos difundiendo una imagen positiva de marca o corporativa que los diferencie de la competencia, para que el consumidor pueda identificarlos y valorarlos como útiles; y en consecuencia proceda a su aceptación y/o compra. La publicidad ayuda a la venta y/o aceptación de productos (marcas) y servicios conjuntamente con los demás instrumentos del marketing.

Para tales fines, mientras la *distribución* elimina la barrera psicológicas, a través de dar a conocer masivamente el producto o servicio y, sus atributos mercadológicos” (pag.52).

#### **2.1.22 Gestión administrativa**

Para Fernando Verdú (2013) dentro de la Gestión administrativa del proceso comercial, menciona: La principal finalidad de la empresa es el

lucro o la obtención de un beneficio. Para llegar a este fin, el empresario debe superar diversos obstáculos y buscar la máxima eficiencia en todos los ámbitos. Para ello, antes de comenzar con la actividad de la empresa, se debe realizar una investigación de mercado. Posteriormente, se tiene que disponer de un capital inicial, buscar métodos de financiación, optimizar los costes, la producción, etc. (pag.11)

### **2.1.23 Recursos de la Gestión Administrativa:**

La autora Belén Ventura (2012) menciona que normalmente, las empresas suelen contar con normas, criterios y pautas que determinan la organización y planificación del trabajo, adaptándose así a las políticas de la misma, por ejemplo, los protocolos de reclutamiento, custodia de la documentación y el archivo, la organización de la agenda de trabajo, etc. Es evidente que aunque la empresa marque determinados protocolos en materia de planificación y organización, existen otros que dependen exclusivamente del propio trabajador y que podrán afectar en mayor o menor medida a su trabajo.

El tiempo es finito, por lo tanto, administrar y gestionar correctamente este supondrá una de las tareas más importantes a considerar por todo profesional para optimizar este bien escaso.... (pag.7)

### **2.1.24 Gestión de la Calidad**

Lluís Cuatrecasas (2012) en su libro "Gestión de Calidad Total: Organización de la producción y dirección de operaciones", nos indica: "Hasta ahora hemos aprendido a producir, a hacerlo eficientemente, a bajo coste y con rapidez, tratando de hacer llegar un producto o servicio al cliente con la máxima eficiencia y mínimo tiempo (mediante la logística). Pero esto no es suficiente. *La producción ha de dar lugar a productos o servicios bien hechos, que se ajusten a los requerimientos del consumidor*

y esto exige *calidad*, sin renunciar a los aspectos citados, a fin de alcanzar la necesaria competitividad.

La calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio obtenidos en un sistema productivo, así como la capacidad de satisfacción de los requerimientos del usuario. La calidad supone el cumplimiento por parte del producto de las especificaciones para las que ha sido diseñado, que deberán ajustarse a las expresadas por el cliente” (pag.575).

#### **2.1.25 Planificación de la Calidad**

Para Eulalia Griful y Miguel Canela (2010) menciona referente a la gestión de la calidad, que “Como ya hemos comentado, la gestión de la calidad en la empresa actual se basa en los procesos, es decir, en la identificación y el control de distintos procesos que afectan a la calidad. Esta orientación, recogida en la norma ISO 9001 rompe con la tradicional estructura vertical de la organización por funciones, proponiendo una estructura más dinámica y con más comunicación. La identificación de los procesos principales se plasma a veces en un documento, el mapa de procesos de la empresa. En el mapa de procesos se representan gráficamente los distintos procesos principales de la empresa y las relaciones entre ellos” (pag.18).

#### **2.1.26 Importancia de la gestión: Formación**

Según la autora Marta Rodríguez (2010) nos indica que: Cuando hablamos de formación, hacemos referencia a un concepto complejo en el que subyacen múltiples dimensiones que se recogen en términos como educación, instrucción, capacitación, desarrollo, orientación, etc. En el ámbito de la formación laboral tienden a utilizarse indistintamente, a pesar de que el contenido y el significado de cada una de ellas sean diferente.

La formación en las organizaciones podría definirse como un proceso de aprendizaje provocado, bien sea de conocimientos, habilidades o actitudes que, a su vez puedan ser aplicadas en el desempeño del puesto de trabajo (pag.4).

#### **2.1.27 Administración.**

Para Esteban Fernández (2010) en la administración de empresas indica que: Los gerentes son las personas responsables de una organización. El conjunto de actividades que llevan a cabo se conoce como administración o gerencia. Así pues un gerente se dedica a administrar una organización. La evolución de pensamiento administrativo nos permite concretar los diferentes enfoques que los gerentes han utilizado en el desempeño de su función a lo largo de la historia, algunos de ellos contradictorios. No obstante, su conocimiento nos ayuda a evitar errores del pasado (pag.3).

#### **2.1.28 Planeación Estratégica**

Para el autor Ubaldo Cuesta (2012) la evolución de los mercados y los productos, de las campañas de publicidad y las acciones de comunicación persuasiva, nos proporcionan múltiples oportunidades de aplicar las diferentes formas de estrategia. Y el uso adecuado de este concepto es lo que posibilita que productos con menor presupuesto acaben consiguiendo posiciones dominantes en el mercado. Este hecho revaloriza la figura del *planner* en la época actual, cuando la competencia es cada vez más dura y los recursos para comunicación más limitados. (pag.42)

#### **2.1.29 Planeación táctica**

Según Jaime Toledo (2011) indica en su publicación “La estrategia del éxito, herramienta intelectual para triunfar en la vida”, que: El proceso global de planificación exige conocer todo lo relacionado con el diseño

estratégico y el proceso de planificación integral y sistémico. El diseño estratégico requiere tener conocimientos sobre sus elementos claves y la planificación táctica u operativa. Los elementos clave del diseño estratégico son: valores humanos, visión, misión, estrategia y planificación de largo, mediano y corto plazo (la última es conocida como “Táctica” u “operativa”) (pag.21).

### **2.1.30 Creatividad e Innovación en empresas**

El autor Andrés Fernández (2010) nos manifiesta que: La creatividad es, simplemente, la capacidad de *crear*. Al nivel más simple, es hacer surgir algo que no existía antes. No debe ser algo obvio ni fácil, sino exclusivo y raro, algo nuevo, que añade valor, que es sorprendente e inesperado. (pag.5)

### **2.1.31 Estructura organizativa**

En una publicación de Editorial Vértice (2009), mencionan que: Una organización es una forma de repartir trabajo y/o responsabilidades entre diferentes personas, basta pues con que haya más de una para que exista organización.

La estrategia marca las prioridades de la empresa y –por tanto- las responsabilidades de los primeros niveles de la organización. Una compañía con una estrategia de expansión geográfica debe lógicamente poseer una estructura distinta de la de una compañía cuya estrategia sea potenciar el canal de distribución o rentabilizar sus operaciones.

Así mismo, las actividades de soporte pueden estructurarse como recurso interno o como recurso externo de la empresa, en función de que tal soporte fuese más o menos vital – estratégicamente – para el núcleo del negocio. (pag.149)

### **2.1.32 Visión**

El autor John Maxwell (2009) manifiesta: He observado durante los últimos veinte años que todos los líderes efectivos tienen una visión de lo que deben realizar. Esa visión llega a ser la energía que hay detrás de cada esfuerzo y la fuerza que les empuja a través de todos los problemas. Con visión, el líder cumple una misión, la multitud se contagia de su espíritu y otros comienzan a levantarse también junto al líder. La unidad es esencial para que el sueño se realice. Muchas horas de trabajo se entregan gustosamente para alcanzar la meta.... (pag.155)

### **2.1.33 Tipos de organizaciones**

Según las autoras Dolores Fernández y Elena Fernández nos indican: Una vez que la empresa se ha creado, debe establecerse una organización. Para que ésta sea eficiente, deben estar muy claros los planes de la empresa y las funciones y actividades que se quieren desarrollar en la misma, de tal manera que pueda establecerse una buena coordinación y comunicación entre todos los elementos técnicos y de trabajo, entre sí y con las personas o departamentos que componen la empresa.

La organización debe adaptarse a la disponibilidad y recursos de cada negocio. La mayoría de las estructuras organizativas usadas por las empresas son una combinación de los tipos básicos de organización. (pag.12)

**Organización funcional.- Se caracteriza por introducir especialistas en las diferentes funciones empresariales, es decir, es un modelo de organización que propicia la mayor especialización del trabajo; cada trabajador depende para cada trabajo especializado del encargado experto.**

**Su principal inconveniente está en la dificultad de localizar y fijar la responsabilidad, pues cada trabajador puede recibir órdenes de distintos jefes.**

**Organización mixta o lineo-funcional.- Es un modelo organizativo en que se combinan la organización lineal y la organización funcional, que intenta aprovechar lo positivo de ambas organizaciones. Surge como consecuencia de las grandes empresas y del avance de la tecnología. (pag.12)**

#### **2.1.34 Marketing**

Según el autor Ricardo Palomares (2012): El comercio ya no es un simple punto de distribución minorista formado por cuatro paredes, con un mostrador y un conjunto de productos colocados sin un sentido estratégico en las estanterías... Es un mundo de sensaciones donde vender más siendo más rentable, está directamente relacionado con la aplicación y el desarrollo de estrategias de marketing y merchandising, y que sin lugar a dudas conformaran los factores estratégicos clave para alcanzar el éxito (pag.11).

#### **2.1.35 Importancia del marketing**

Para Jaime Rivera y Mencía Garcillian, el marketing está presente en todas las acciones sociales y económicas de nuestra cultura. Su importancia se hace evidente cuando apreciamos que las personas, aun sin saberlo, usan leyes de marketing en muchos actos cotidianos.

Sin darse cuenta están desarrollando las acciones que están destinadas a promover toda relación de intercambio que se establece cuando alguien quiere obtener un beneficio. ¿Puede existir una organización si no logra vender su producto? Esta pregunta es válida tanto para las organizaciones lucrativas como no lucrativas. En este caso, el marketing

guiará todas las acciones estratégicas y operativas para que las organizaciones sean competitivas en la satisfacción de sus mercados. (pag.23)

### **2.1.36 Marketing de empresa a empresa**

Según los autores José Jerez y Álvaro García (2010) indican: El proceso de globalización no sólo impacta en la perspectiva y las facilidades para incardinarse en los mercados exteriores, sino que viene a posibilitar estrategias complejas que permiten, convenientemente diseñadas, la optimización de los procesos de gestión de recursos en las empresas, así como la generación de valor, pues la propia dinámica de la globalización transmuta las condiciones sectoriales con la aparición de nuevas formas de hacer y competir que requieren de una respuesta pertinente (pag.16).

### **2.1.37 Herramientas del marketing: la mezcla del marketing**

Para la autora Maribel Morales (2013) nos dice: La Analítica Web ha de verse como un proceso integrado dentro de los procesos de negocio, y para ello la información obtenida debe incorporarse en los procesos corporativos (CRM, ERP, CAU o centros de atención al usuario, etc.). Inicialmente las herramientas de Analítica Web no tenían ningún tipo de relación con otras herramientas de Business Intelligence, pero hoy día muchas organizaciones ya integran la información que se obtiene de las herramientas de Analítica Web con el resto de información de la organización.

De esta forma, se consigue transformar el conocimiento individual de cada una de las herramientas de Analítica Web en un conocimiento global dentro de las organizaciones, lo que permite conocer mejor a los clientes, sus necesidades y facilita la toma de decisiones de un negocio. (pag.5)

### **2.1.38 Imagen Institucional**

Para Teresa Pintado y Joaquín Sánchez (2013) en su libro Imagen corporativa, indican que: Se trata de un instrumento para analizar la imagen corporativa de una organización. Es de carácter permanente y continuo lo que permite analizar la evolución de la imagen a través de los medios de comunicación aunque su objetivo no solo es evaluar sino aportar reflexión a la estrategia, por lo que su función básicamente es estratégica. (pag.97)

### **2.1.39 Imagen Personal**

Según Raquel Alguacil (2010) menciona que a lo largo de la historia, las personas atractivas, y no necesariamente por su físico, ejercen una mayor influencia en todos los ámbitos de la vida social y política. Nuestro aspecto externo, junto con la imagen que proyectamos ante los demás, es decisiva para las relaciones personales y profesionales que entablamos a diario, y en gran medida, son la tarjeta de presentación para alcanzar el éxito en ambas facetas. (pag.11)

### **2.1.40 Asesoría de imagen personal**

La misma autora Raquel Alguacil (2010) en su libro Imagen personal, sugiere que: La imagen es la apariencia externa de las personas o las cosas, pero cuando nos referimos a "imagen personal" el término es mucho más amplio y va más allá de la mera relación del concepto con aspectos como la indumentaria, el maquillaje o el cabello.

La asesoría personal consiste en potenciar la imagen individual de un sujeto o colectivo adecuando la presencia y el comportamiento al entorno de las distintas situaciones, conductas y actividades a través de la aplicación de distintas técnicas de embellecimiento tales como peluquería, maquillaje, habilidades sociales o expresión corporal y verbal. (Pag.18)

#### **2.1.41           Objetivos de la asesoría de imagen personal**

Para Raquel Alguacil (2010) nos indica que: El objetivo de la asesoría de imagen personal es profundizar en el significado de los códigos que emitimos a través de nuestro modo de actuar, de hablar, de movernos, o de mirar; así como en aspectos como la higiene, el cabello, el maquillaje y, por supuesto, el vestir. Una vez definidos estos conceptos podremos utilizarlos para potenciar nuestras cualidades personales. (pag.20)

#### **2.1.42           Proyección de la imagen personal**

La autora Raquel Alguacil (2010) en su libro de imagen personal, manifiesta que la asesoría de imagen estudia cuatro niveles de proyección en la imagen personal que abarcan desde los más modificable y superficial de la imagen externa, que es todo aquello que nos podemos quitar y poner con relativa facilidad: el maquillaje, modificación del cabello, la vestimenta o los complementos, hasta lo más profundo del ser y, por lo tanto, lo más difícil de modificar. Se trata de actitudes tales como la generosidad, la cordialidad, la discreción, la generosidad, el saber estar o la buena presencia. (pag.39)

#### **2.1.43           Imagen externa**

Según la misma autora Raquel (2010) menciona en su publicación que la imagen externa es el nivel más superficial, todo aquello que nos ponemos en nuestro cuerpo, con relativa facilidad, y que requiere poco tiempo para su realización física: el maquillaje, el peinado, los complementos, la indumentaria, etc. (pag.39)

#### **2.1.44           La expresión**

Así mismo la autora Raquel Alguacil (2010) nos indica que la expresión es el segundo nivel. Gracias a expresión transmitimos nuestra forma de ser o de pensar. La expresión forma parte de la comunicación, ya que a través de ella emitimos consciente o inconscientemente un mensaje

concreto. En la comunicación usamos diferentes tipos de expresión: verbal, no verbal, escrita y visual.... (pag.40)

#### **2.1.45 La actitud**

Para la autora Raquel Alguacil (2010), la actitud es el nivel más profundo de la imagen personal y por lo tanto lo más difícil de modificar. Las actitudes son innatas desde que nacemos, aspectos como la generosidad personal, la cordialidad o la discreción forman parte de nuestro aprendizaje convirtiéndose en cualidades o características de la personalidad que llegan incluso a transmitir nuestros principios morales. Si una de las características intrínsecas de su personalidad es ser una persona egoísta, difícilmente cambie a ser generosa en el amplio sentido del término, si bien puede modificar algo esta actitud con mucho tesón, esfuerzo, entrenamiento y tiempo. Las actitudes son fundamentales si desea tener una buena imagen. (pag.40)

#### **2.1.46 La aptitud**

Y Finalmente para la autora Raquel Alguacil (2010) en su libro Imagen personal, sugiere que la aptitud es la fase más elaborada de la imagen personal. La imagen externa y la expresión junto con las actitudes, encuentran su punto de unión en las ´aptitudes`, siendo las más básicas dentro de la asesoría de imagen el ´saber estar` y `la buena presencia`. (pag.41).

## **2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL**

La investigación adoptó para su desarrollo la teoría de la organización, porque esta nos indica en conclusión que la escuela Teoría de la Organización ha hecho un muy valioso aporte a la administración. Se ha basado en todos los estudios hechos anteriormente, ha analizado a la

organización como un todo, tomando en consideración no solamente la organización formal sino también las relaciones interpersonales existentes, o sea la organización informal. Además de darles importancia al comportamiento individual, los conflictos individuales, la escala de valores individuales, como afectan al comportamiento de la organización y el logro de sus objetivos.

Los principales aportes fueron el estudio del proceso decisorio en las organizaciones, la introducción del concepto de racionalidad limitada, el estudio de la cadena de medios afines, el proceso de formación de objetivos, la teoría del equilibrio, la influencia organizativa y los estudios del conflicto.

### **2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS**

**Alternancia.-** Cambio sucesivo en el estado o en la situación de dos personas o cosas, de modo que mientras una ocupa un puesto o desempeña una función, la otra no lo hace, y viceversa: la alternancia en el poder político.

**Anfitrión:** Es la persona que organiza un acto e invita agasajando a sus invitados con generosidad.

**Banal.-** Que tiene poco valor o importancia por su naturaleza o por su falta de contenido: un comentario banal; una tarde banal; gente banal.

**Banquete:** Es la celebración gastronómica, oficial o no, sujeta a reglas de organización, de un acontecimiento importante.

**Catering:** Término inglés que se utiliza para designar el servicio o aprovisionamiento de comidas, en muchas ocasiones preparadas adecuadamente.

**Ceremonial:** Serie o conjunto de formalidades para cualquier acto público o solemne.

**Cientela:** Conjunto de personas o entidades que habitualmente compran un determinado producto o utilizan un servicio.

**Coloquio.-** Reunión en que dos o más participantes debaten sobre un tema determinado delante de un público: tras la conferencia hubo un coloquio.

**Consignar.-** Expresar algo por escrito para dejar constancia formal o legal: consignó sus datos personales en la solicitud.

**Cortesía,** considerado y de buena educación, que respeta las normas referentes al trato social

**Departamento:** Área de una empresa dedicada a una determinada función.

**Departir.-** Conversar por pasatiempo o de cosas poco importantes: pasa las tardes departiendo con unos y con otros.

**Dinamizador.-** Hacer que comience a funcionar una cosa o que tenga un mayor desarrollo e importancia una actividad: las nuevas medidas del Gobierno pretenden dinamizar la demanda de empleo.

**Divergencias.-** Falta de coincidencia entre las ideas y tendencias

sociales, culturales o económicas de varias personas o grupos.  
Convergencia.

**Ecuánime.-** Se aplica a la persona que actúa con imparcialidad o neutralidad: los jueces han de ser ecuánimes.

**Emprendedor/A:** Persona que crea una empresa o comienza una actividad Empresarial.

**Etiqueta,** reglas que señalan la forma como una persona debe comportarse a diario con otras personas.

**Exhaustivo.-** Que es muy completo y profundo: estudio exhaustivo; análisis exhaustivo.

**Imagen Corporativa:** Denominación utilizada para referirse a la imagen de una empresa o institución.

**Imagen Institucional,** es la representación mental que se tiene de una organización.

**Invitado:** El que recibe una invitación para asistir a un acto o celebración

**Motivación:** Conjunto de factores o estímulos que determinan la conducta de una persona.

**Población Objetivo:** Es el conjunto de personas hacia las que van encaminadas fundamentalmente las acciones de marketing de las empresas.

**Protocolo:** Es el conjunto de normas y disposiciones legales vigentes que, junto a los usos, costumbres y tradiciones de los pueblos, rige la celebración de los actos oficiales.

**Segmento de Mercado:** Denominación utilizada para referirse a aquella parte de un mercado, definido por diversas variables específicas, que permiten diferenciarlo claramente de otras partes o segmentos del mercado.

## **2.4 INTERROGANTES DE INVESTIGACION**

1. ¿Cuáles son las necesidades institucionales sobre servicios profesionales en el área de secretariado?

Según se pudo establecer tanto el criterio de autoridades como de funcionarios, que existen serias falencias en el desempeño secretarial en las instituciones. Los funcionarios encargados de actividades técnicas del área de secretariado no aportan con calidad y eficiencia en el cumplimiento profesional.

2. ¿Cuáles servicios profesionales en el área de secretariado son los más indispensables para las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra?

Se constató que el mayor requerimiento de conocimientos y dominio de técnicas se sitúan en la organización protocolar y de etiqueta en los eventos institucionales. Además se requiere con urgencia capacitación en el área de secretariado en las competencias de Computación, Redacción y Atención al Cliente.

3. ¿Se puede implementar una oficina de servicios profesionales en el área secretarial?

Los resultados de la investigación exigen que lo más pronto posible se cree una oficina de servicios profesionales en el área secretarial.

4. ¿Cómo elaborar un plan de servicios en el área de secretariado para solventar las necesidades de organización de todo tipo de eventos de etiqueta social, protocolar y capacitación?

La implementación de una oficina de servicios secretariales, tiene un plan de ejecución para solventar las necesidades de organizaciones y capacitación a los funcionarios de las instituciones de la ciudad de Ibarra.

5. ¿Es necesario socializar el plan de servicios en el área de secretariado de la oficina en la ciudad de Ibarra?

Como parte de la creación de la oficina de servicios profesionales en el área de secretariado, está la actividad de socializar los servicios a prestar y como va a mejorar la imagen corporativa de las instituciones de Ibarra.

### MATRIZ CATEGORIAL

DEFINICIÓN	CATEGORÍA	DIMENSIÓN	INDICADORES
Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, la factibilidad se apoya en 3 aspectos básicos: Operativo. Técnico y Económico.	Factibilidad	Oficina	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Planificación</li> <li>➤ Disponibilidad Económica</li> <li>➤ Personal</li> </ul>
Servicios secretariales son todas las técnicas, herramientas y características de un buen servicio para satisfacer las necesidades de sus clientes / usuarios y así mejorar la imagen de la institución.	Servicios Secretariales	Ciudad de Ibarra	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organización de eventos</li> <li>➤ Actualización y capacitación de conocimientos</li> <li>➤ Asesoramiento</li> <li>➤ Ejecución de eventos protocolares</li> <li>➤ Acompañamiento en programas</li> <li>➤ Redacción</li> </ul>
Plan es la consecuencia de una idea, generalmente y en función de lograr una óptima organización, adoptará la forma de un documento escrito en el cual se plasmará dicha idea acompañada de las metas, estrategias, tácticas, directrices y políticas a seguir en tiempo y espacio, así como los instrumentos, mecanismos y acciones que se usarán para alcanzar los fines propuestos y que fueron la motivación del plan.	Plan	Área Secretarial	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Áreas de competencia</li> <li>➤ Infraestructura</li> <li>➤ Planes estratégicos</li> <li>➤ Oficina de Capacitación</li> <li>➤ Control de gestión</li> </ul>

## **CAPÍTULO III**

### **3.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

La investigación constituye un estímulo para la actividad intelectual creadora y ayuda a desarrollar una curiosidad creciente acerca de la solución de un problema. El presente trabajo de grado se enmarca en la actividad creativa, porque pretende la implementación de una oficina de servicios secretariales. Para la ejecución del trabajo se emplearon estos tipos de investigación.

##### **3.1.1. Investigación descriptiva.-**

Mediante este tipo de investigación, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades y combinada con ciertos criterios de clasificación, sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio.

Esta investigación fue descriptiva porque aspira a demostrar la necesidad de contar con una oficina que se encargue de organizar eventos protocolarios y de etiqueta social, además de proveer servicios en el área de secretariado, los mismos que en la actualidad no están disponibles por ninguna empresa o institución.

##### **3.1.2. Investigación documental - bibliográfica.-**

Este tipo de investigación es la que se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie, en la

consulta de libros, en artículos o ensayos de revistas y periódicos, y en los archivos a través de cartas, oficios, circulares, expedientes, entre otros. Este tipo de investigación se utilizó para plantear el tema que se investigó y para el desarrollo del marco teórico.

### **3.1.3. Investigación de campo.-**

Este tipo de investigación se apoya en informaciones que provienen entre otras, de entrevistas, cuestionarios, encuestas, observaciones. Cómo es compatible desarrollar este tipo de investigación justo a la investigación de carácter documental, se recomiendan que primero se consulten las fuentes de la de carácter documental a fin de evitar una duplicidad de trabajos. Se realiza en el mismo lugar donde se desarrollan o producen los acontecimientos, en contacto con quienes son los gestores del problema que se investiga.

Este tipo de investigación se aplicó para la recopilación de información en el mismo lugar en el que se han producido los hechos, de acuerdo a este trabajo, se recopiló información en la ciudad de Ibarra, a través de las empresas públicas y privadas.

### **3.1.4. Investigación propositiva.-**

La Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, exige para sus trabajos de investigación la calidad de propositivos, porque luego del proceso de recopilación, tabulación y análisis de los datos recabados, se procede a presentar una propuesta al problema planteado.

## **3.2. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Método es el procedimiento riguroso, formulado de una manera lógica,

que el investigador debe seguir en la adquisición del conocimiento, o también se constituye en un conjunto de procesos que el hombre debe emprender en la investigación para demostrar la verdad.

### **3.2.1. Método deductivo.-**

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro de las premisas, Esto quiere decir que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas y el razonamiento deductivo tiene validez.

El método deductivo logra inferir algo observado a partir de una Ley general para llegar a sus particularidades.

El método deductivo se aplicó en el Planteamiento del Problema y en la Fundamentación Teórica.

### **3.2.2. Método inductivo.-**

El método inductivo o inductivismo es aquel método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, en el que pueden distinguirse cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización.

Se aplicó el método inductivo en las encuestas que proveen de hechos particulares para llegar a redactar conclusiones que son principios generales.

### **3.2.3. Método estadístico.-**

El método estadístico consiste en una serie de procedimientos para el

manejo de los datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Las características que adoptan los procedimientos propios del método estadístico se aplicaron en este trabajo para presentar la información mediante cuadros de frecuencia, gráficos y análisis de datos.

### **3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

El presente trabajo utilizó como técnicas las encuestas. La encuesta es la técnica de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida. En relación a su papel como técnica dentro de una investigación, las encuestas pueden cumplir tres propósitos:

- a) Servir de instrumento exploratorio para ayudar a identificar variables y relaciones y dirigir otras fases de la investigación.
- b) Ser el principal instrumento de la investigación, de modo tal que las preguntas diseñadas para la investigación se incluirán en la propuesta de solución.

Para realizar la investigación del proyecto que se propone se aplicó encuestas a autoridades, jefes o directores de instituciones públicas y privadas, relacionadas con la necesidad de contar con una oficina encargada de organizar eventos protocolarios o de etiqueta social y de prestar servicios en el área de secretariado.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población.-**

El tamaño que tiene una población es un factor de suma importancia en el

proceso de investigación estadística, y en este caso este tamaño viene dado por el número de habitantes de la ciudad de Ibarra, y por el número de autoridades de las instituciones más representativas de la ciudad.

Cuando la población es muy grande, es obvio que la observación que la observación y/o medición e todos los elementos multiplica la complejidad, en cuanto al trabajo, tiempo y costos necesarios para hacerlo. Para solucionar este inconveniente se utiliza una muestra estadística.

**Cuadro de población de jefes o directores de empresas privadas y públicas de la ciudad de Ibarra.**

Gobernación de Imbabura	2
Gobierno Provincial	2
Ministerio de Educación y Cultura	2
Ministerio de Salud Pública	2
Ministerio de Agricultura	2
Ministerio de Medio Ambiente	2
Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda	2
Ministerio de Turismo	2
Ministerio de Cultura	2
Municipio de Ibarra	2
Empresa Eléctrica Regional Norte	2
Empresa Municipal de Agua Potable	2
Empresas privadas	2
TOTAL.....	26

NOTA.- Las autoridades y jefes departamentales participarán el 100% de la recopilación de la información

Cuadro de habitantes del Cantón Ibarra por Parroquia

<b>Cantón y Parroquia</b>	<b>Total</b>
Ibarra	139.721
Ambuqui	5477
Angochagua	3.263
Carolina	2.739
La Esperanza	7.363
Lita	3.349
Salinas	1.741
San Antonio	17.522
<b>Total.....</b>	<b>181.175</b>

**3.4.2. Cálculo de muestra.-**

Para el cálculo de muestra se aplicó la siguiente formula:

$$\eta = \frac{N \times PQ}{\langle N - 1 \rangle \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

- Donde
- n = muestra
  - N = población
  - PQ = probabilidad a favor o en contra
  - E = margen de error
  - K = constante

$$\eta = \frac{181.175 \times 0.25}{\langle 181.175 - 1 \rangle \frac{(0.06)^2}{(2)^2} + 0.25}$$

$$\eta = \frac{45.293,75}{\langle 181.175 - 1 \rangle \frac{0.0036}{4} + 0.25}$$

$$\eta = \frac{45.293,75}{163.30}$$

$$\eta = 277$$

$$\eta = \frac{n}{N} \quad \eta = \frac{277}{181.175} \quad \eta = 0.00153$$

Fracción muestral

<b>Cantón y Parroquia</b>	<b>Total</b>
Ibarra	214
Ambuqui	8
Angochagua	5
Carolina	4
La Esperanza	11
Lita	5
Salinas	3
San Antonio	27
<b>Total.....</b>	<b>277</b>

## CAPÍTULO IV

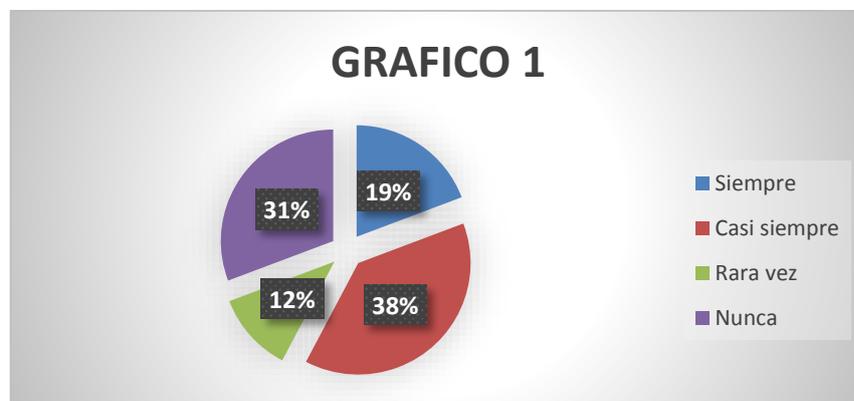
### 4.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### ENCUESTA AUTORIDADES (26)

1. ¿Su institución tiene una planificación de eventos institucionales, culturales, y sociales?

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Siempre	5	19
Casi siempre	10	38
Rara vez	3	12
Nunca	8	31
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 1 elaborado por Natasha Cevallos Torres



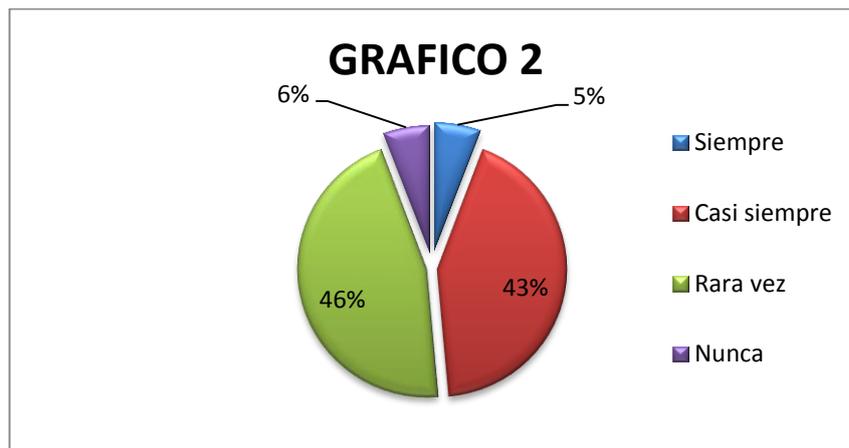
#### INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-

La mayoría de autoridades entrevistadas, coinciden en que casi siempre las instituciones a la cual representan tiene una planificación institucional y cultural entre otros eventos, considerando a pesar de ello que es necesaria una planificación adecuada.

**2. ¿Existe disponibilidad económica para la ejecución de eventos institucionales?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Siempre	18	5
Casi siempre	4	43
Rara vez	2	46
Nunca	2	6
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 2 elaborado por Natasha Cevallos Torres



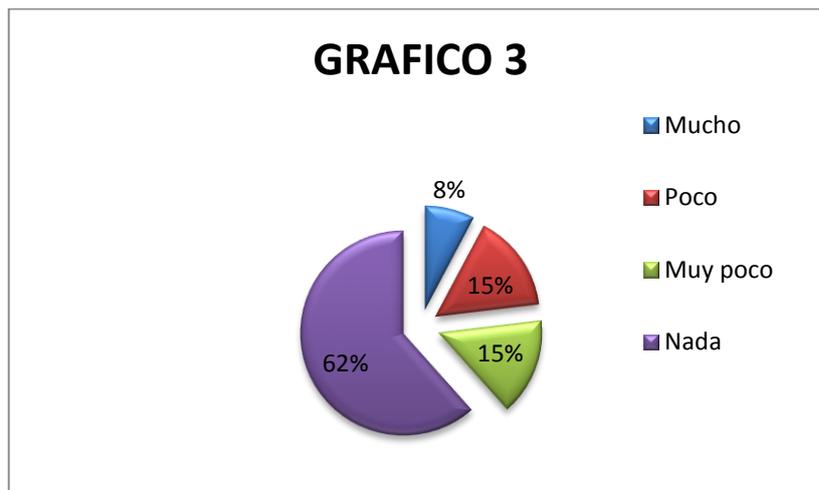
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

En su mayoría las autoridades encuestadas indican sobre la existencia de presupuesto o disponibilidad económica para ejecutar eventos institucionales.

**3. ¿Su institución cuenta con personal preparado profesionalmente en la ejecución de eventos institucionales?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Mucho	2	8
Poco	4	15
Muy poco	4	15
Nada	16	62
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 3 elaborado por Natasha Cevallos Torres



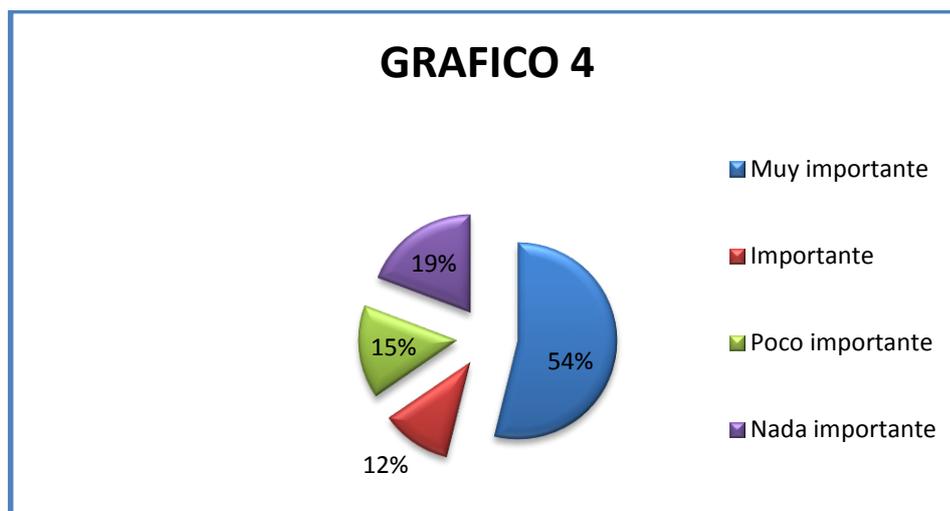
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Según respuesta de las autoridades, en la mayoría de las instituciones en las cuales prestan su contingente, indican que no existe personal profesional o capacitado en la ejecución de eventos institucionales.

**4. ¿Opina que es importante contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Muy importante	14	54
Importante	3	12
Poco importante	4	15
Nada importante	5	19
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 4 elaborado por Natasha Cevallos Torres



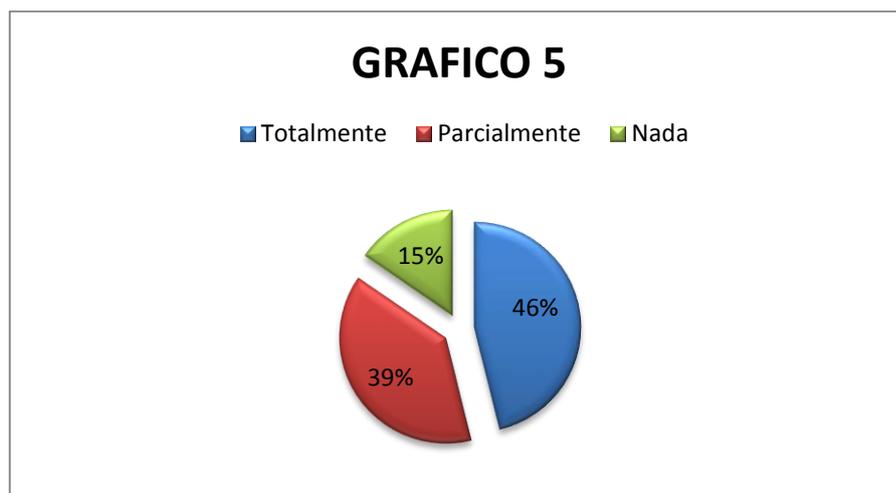
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Cabe mencionar que el asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales es de suma importancia, según respuestas de la mayoría de las principales autoridades del cantón Ibarra

5. ¿En los eventos a los que usted asiste se cumplen normas de etiqueta y protocolo?

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Totalmente	12	46
Parcialmente	10	39
Nada	4	15
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 5 elaborado por Natasha Cevallos Torres



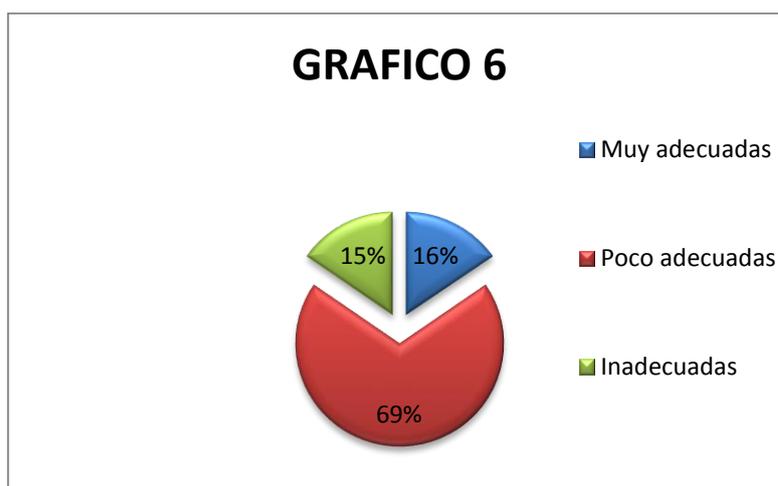
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Las respuestas indican que no en todos los eventos a los cuales asisten como autoridades de la ciudad, se ha observado un adecuado cumplimiento en lo que tiene que ver con normas de protocolo y etiqueta.

**6. ¿Los conocimientos de etiqueta que manejan las instituciones las considera?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Muy adecuadas	4	16
Poco adecuadas	18	69
Inadecuadas	4	15
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 6 elaborado por Natasha Cevallos Torres



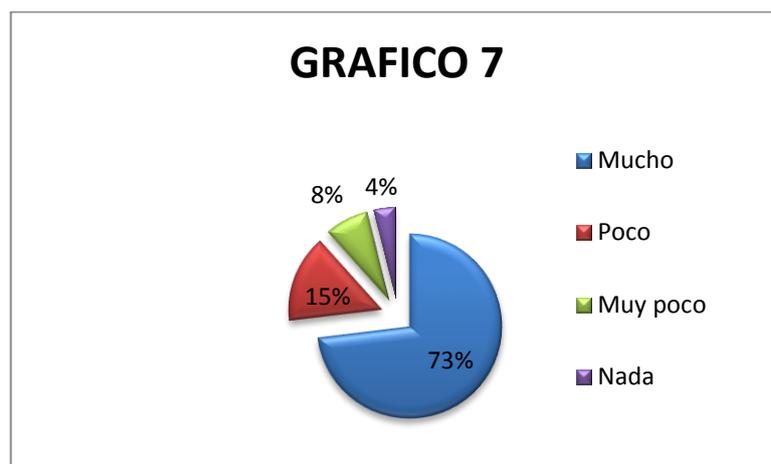
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Según respuesta de la mayoría de autoridades del cantón Ibarra, manifiestan que son poco adecuados los conocimientos de etiqueta y protocolo que manejan las instituciones a nivel local, incluidas las de su dirección, se debía hacer una capacitación constante en lo respectivo.

**7. ¿Considera que el personal a su cargo necesita una capacitación en redacción oficial?**

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Mucho	19	73
Poco	4	15
Muy poco	2	8
Nada	1	4
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 7 elaborado por Natasha Cevallos Torres



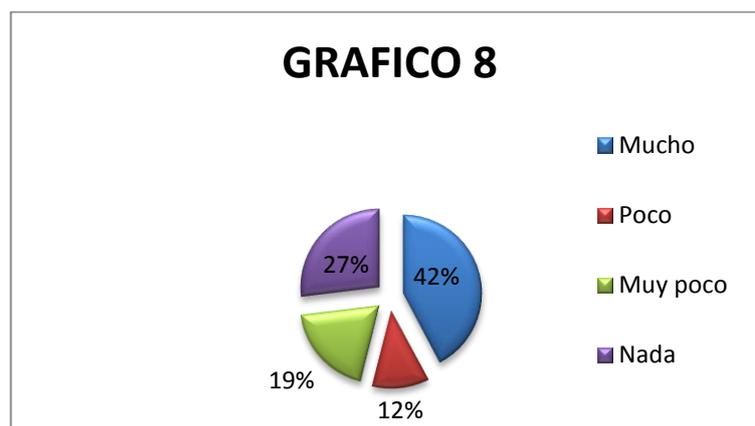
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Es de importancia, manifiestan en su mayoría las autoridades, realizar una capacitación constante en redacción oficial al personal de las instituciones, específicamente a las secretarías, porque una adecuada redacción es parte del éxito en la comunicación.

**8. ¿Los funcionarios de su institución necesitan actualización en herramientas computacionales?**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Mucho	11	42
Poco	3	12
Muy poco	5	19
Nada	7	27
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 8 elaborado por Natasha Cevallos Torres



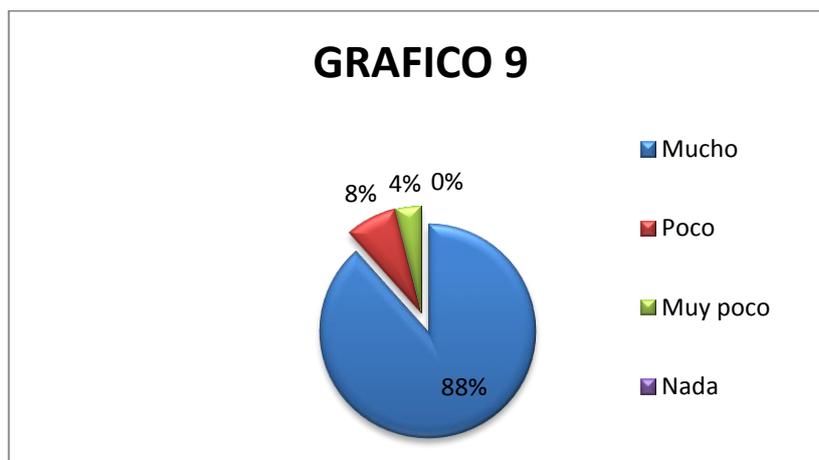
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

El mayor porcentaje de encuestados, es decir la mayoría de autoridades, coinciden en que la actualización de herramientas computacionales en los funcionarios de las instituciones, es imprescindible para el cumplimiento óptimo de las funciones.

**9. ¿Cree usted que las personas a su mandato deberían dominar técnicas de atención a los usuarios?**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Mucho	23	88
Poco	2	8
Muy poco	1	4
Nada	0	0
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 9 elaborado por Natasha Cevallos Torres



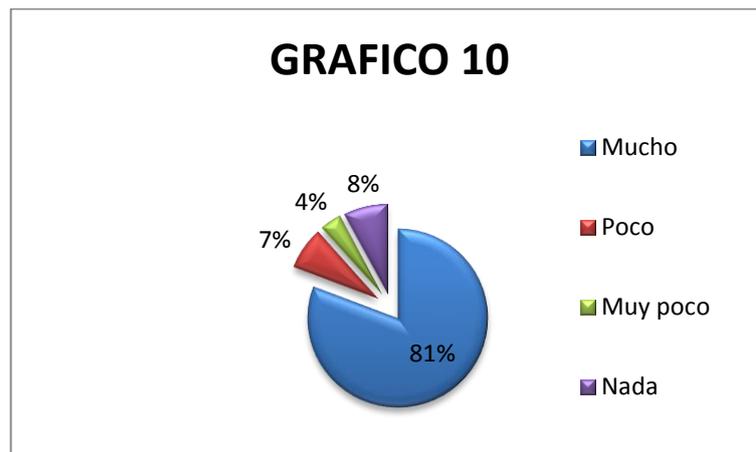
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

La totalidad de autoridades encuestadas, manifiestan que el personal de las diferentes instituciones, si requieren dominar técnicas de atención a usuarios.

**10. ¿Ve adecuado que exista una oficina de Servicios Secretariales para suplir las falencias que han sido detectadas?**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Mucho	21	81
Poco	2	7
Muy poco	1	4
Nada	2	8
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 10 elaborado por Natasha Cevallos Torres



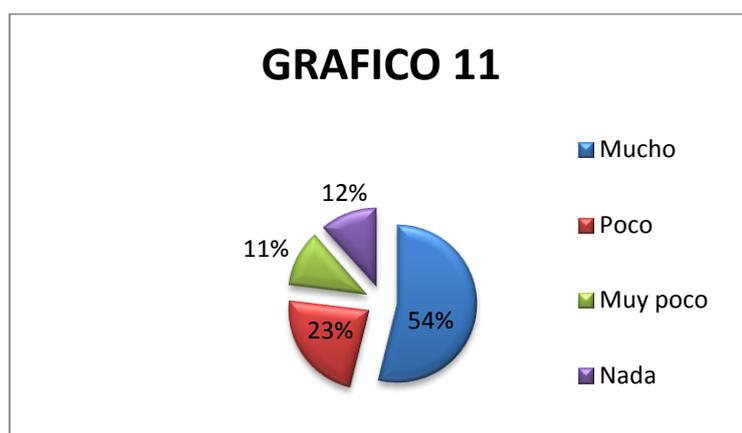
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Casi la totalidad de autoridades encuestadas, consideran necesario contar con una oficina de Servicios Secretariales para de esta manera suplir las falencias que han sido detectadas en la organización de eventos protocolarios y de etiqueta en las instituciones de su dirección.

**11. ¿Le gustaría contar con una oficina que organice sus eventos institucionales?**

VARIABLES	FRECUENCIA	%
Mucho	14	54
Poco	6	23
Muy poco	3	11
Nada	3	12
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 11 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

El 54% de las autoridades encuestadas, indican que el contar con una oficina que brinde servicios secretariales en el cantón Ibarra, y que esta a su vez organice los eventos institucionales requeridos, sería una gran oportunidad para no cometer los mismos errores que se han dado en la organización de cualquier tipo de evento institucional.

**12. ¿Cree necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales?**

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Siempre	17	65
Casi siempre	6	23
Rara vez	2	8
Nunca	1	4
TOTAL.....	26	100

Tabla No. 12 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Las funciones que cumple una secretaria son primordiales en el buen funcionamiento de una oficina, es por esto que la capacitación y actualización de conocimientos secretariales, es una necesidad urgente en las diferentes instituciones, así lo manifiestan la mayoría de autoridades encuestadas.

## ENCUESTA A CIUDADANOS (251)

### 1. ¿Opina que es importante contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales?

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Muy importante	146	58
Importante	38	15
Poco importante	26	11
Nada importante	41	16
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 1 elaborado por Natasha Cevallos Torres



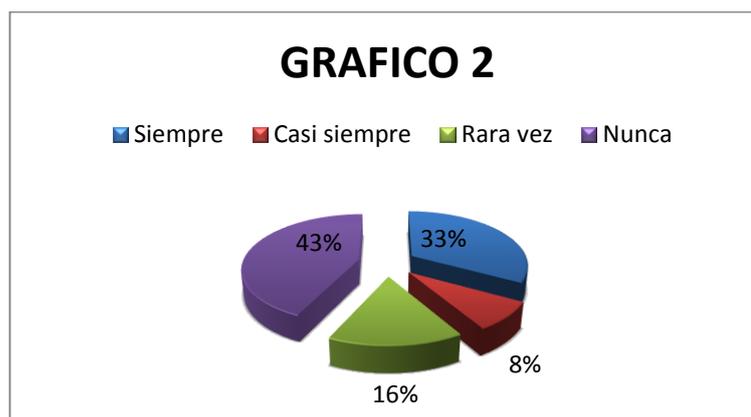
### INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-

La ciudadanía encuestada en su mayoría opina que es “muy importante” e “importante” contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales.

2. ¿En los eventos a los que usted asiste se cumplen normas de etiqueta y protocolo?

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Siempre	83	33
Casi siempre	21	8
Rara vez	39	16
Nunca	108	43
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 2 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Las respuestas están divididas: la mitad de la ciudadanía, ha observado un adecuado cumplimiento en lo que tiene que ver con normas de protocolo y etiqueta, y la otra mitad indica que rara vez o nunca se observan normas de etiqueta y protocolo en los actos institucionales.

**3. ¿Los conocimientos de etiqueta que manejan las instituciones las considera?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Muy adecuadas	71	28
Poco adecuadas	38	15
Inadecuadas	142	57
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 3 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Inadecuadas y poco adecuadas fueron las respuestas que en su mayoría los ciudadanos del cantón Ibarra han respondido a la encuesta planteada, referente a los conocimientos de etiqueta que manejan las instituciones.

**4. ¿Considera que el personal de secretaría de las instituciones de la ciudad necesita capacitación en redacción oficial?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Mucho	189	75
Poco	21	9
Muy poco	18	7
Nada	23	9
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 4 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Considera la mayoría de ciudadanos encuestados, que el personal de secretaría de las instituciones, tanto públicas como privadas, de la ciudad de Ibarra, que si necesitan capacitación en redacción oficial, siendo esta una característica fundamental en la comunicación.

**5. ¿Los funcionarios de las instituciones de la ciudad cree Usted que deben actualizarse en el uso de herramientas computacionales?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Mucho	86	34
Poco	73	29
Muy poco	49	20
Nada	43	17
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 5 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Las respuestas indican que más de la mitad entre “mucho” y “poco” los funcionarios de las instituciones de la ciudad de Ibarra deben actualizarse en el uso de herramientas computacionales.

**6. ¿Las oficinistas con las que ha tratado cree usted que dominan técnicas para atención a los usuarios?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Mucho	22	9
Poco	58	23
Muy poco	17	7
Nada	154	61
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 6 elaborado por Natasha Cevallos Torres



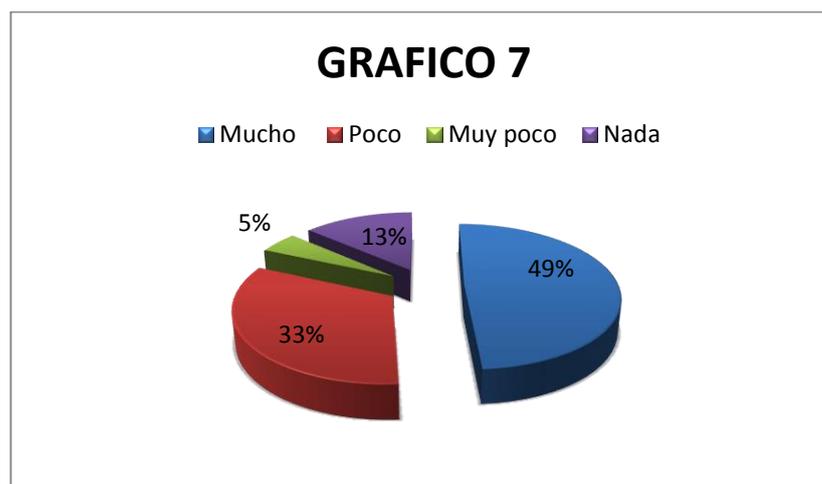
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Las oficinistas con las que ha tratado la mayoría de ciudadanos encuestados, consideran que no dominan muy bien técnicas para atención a los usuarios, de hecho han tenido muchos problemas en el trato funcionario - cliente.

**7. ¿Ve adecuado que exista una oficina de Servicios Secretariales para suplir las falencias que han sido detectadas?**

VARIABLES	FRECUENCIAS	%
Mucho	123	49
Poco	82	33
Muy poco	12	5
Nada	34	13
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 7 elaborado por Natasha Cevallos Torres



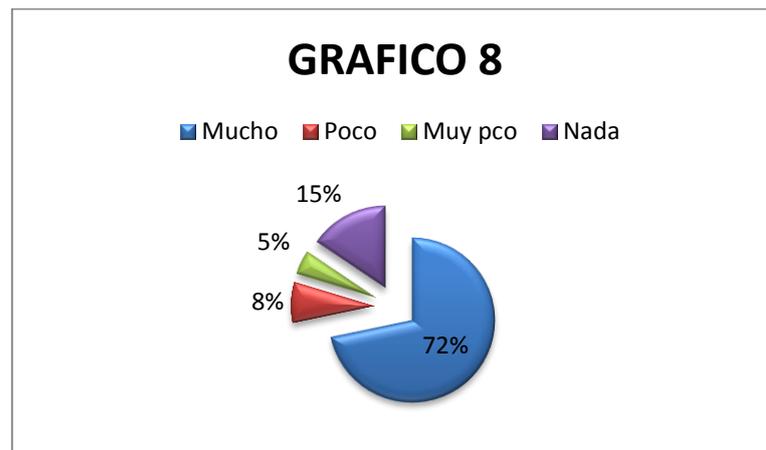
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

Del total de ciudadanos encuestados, la mitad más una tercera parte manifiesta que sería adecuada la existencia de una oficina que brinde Servicios Secretariales, para de esta manera suplir las falencias que han sido detectadas en los diferentes trámites realizados.

**8. ¿Le gustaría que exista en Ibarra una oficina que organice profesionalmente eventos para las instituciones?**

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Mucho	180	72
Poco	20	8
Muy poco	12	5
Nada	39	15
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 8 elaborado por Natasha Cevallos Torres



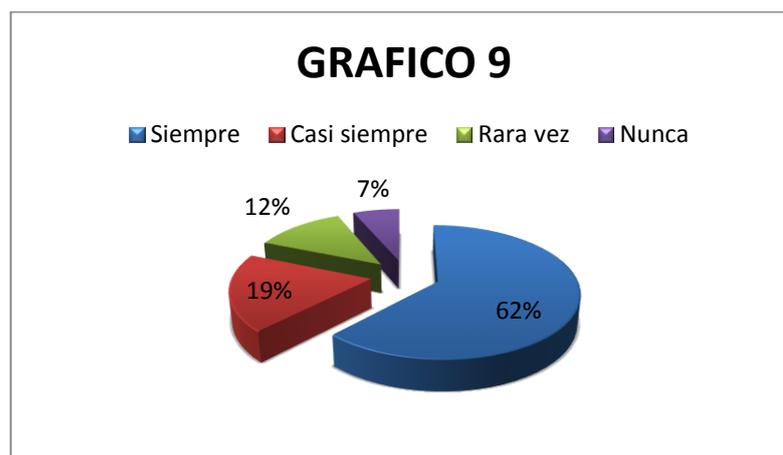
**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

El porcentaje mayoritario de ciudadanos encuestados, indican que les gustaría que exista en Ibarra una oficina que organice profesionalmente eventos para las instituciones públicas, privadas y eventos sociales, lo que mejoraría la imagen institucional.

**9. ¿Cree necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales?**

VARIABLES	FRACUENCIAS	%
Siempre	156	62
Casi siempre	48	19
Rara vez	31	12
Nunca	16	7
TOTAL.....	251	100

Tabla No. 9 elaborado por Natasha Cevallos Torres



**INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.-**

“Siempre”, fue la respuesta que la mayoría de encuestados respondió, es decir, cree la mayoría de ciudadanos que es necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales a todos los funcionarios de las instituciones públicas y privadas.

## **CAPÍTULO V**

### **5.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1.- CONCLUSIONES.-**

##### **RESULTADOS DE LA ENCUESTA A AUTORIDADES**

- Se creyó indispensable realizar encuestas tanto a autoridades locales como a la ciudadanía en general, se ha podido constatar que la mayoría de encuestados, en este caso autoridades, coinciden en que casi siempre las instituciones a la cual representan tiene una planificación institucional y cultural entre otros eventos, considerando a pesar de ello que es necesaria una planificación adecuada.
- Dentro de las instituciones se cuenta con presupuesto o disponibilidad económica para ejecutar u organizar eventos institucionales, aun así es necesario contar con personal profesional o capacitado que se encargue de la organización absoluta de todo tipo de eventos. Cabe mencionar que el asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales es de suma importancia
- Según encuestas realizadas se concluye que en los eventos a los cuales asisten a nivel local las autoridades de la ciudad, no se ha observado un adecuado cumplimiento en lo que tiene que ver con normas de protocolo y etiqueta, pasando por alto este importante comportamiento.

- La mayoría de autoridades del cantón Ibarra, manifiestan que son poco adecuados los conocimientos de etiqueta y protocolo que manejan las instituciones a nivel local, incluidas las de su dirección, se debía hacer una capacitación constante en lo respectivo.
- Una capacitación constante en redacción oficial, técnicas de atención a usuarios tanto externos como internos y herramientas computacionales al personal de las instituciones públicas y privadas, específicamente en el área de secretariado, sería un avance tanto tecnológico como estratégico dentro del desenvolvimiento del personal de la institución, recordando que una adecuada redacción es parte del éxito.
- Se concluye que las autoridades encuestadas, consideran necesario contar con una oficina de Servicios Secretariales para de esta manera suplir las falencias que han sido detectadas en la organización de eventos protocolarios y de etiqueta en las instituciones.

## RESULTADOS DE LA ENCUESTA A LA CIUDADANIA

- La ciudadanía encuestada en su mayoría opina que es muy importante contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales, ya que a la mayoría de eventos a los cuales asiste, se ha observado un inadecuado cumplimiento en lo que tiene que ver con normas de protocolo y etiqueta, muchas veces inclusive en actos organizados por las instituciones no se cumple a cabalidad normas de protocolo.
- Considera la mayoría de ciudadanos encuestados, que el personal

de secretaría de las instituciones tanto públicas como privadas, de la ciudad de Ibarra, si necesitan capacitación en redacción oficial, herramientas computacionales, técnicas para atención a los usuarios, esto mejoraría el servicio que se brinda al usuario interno como externo.

- El contar con una oficina que brinde Servicios Secretariales que cuente con personal profesional capacitado, permitiría suplir las falencias que han sido detectadas en los diferentes trámites realizados en todo tipo de oficinas públicas y privadas. Y en la organización de eventos.
- Siempre fue la respuesta que la mayoría de encuestados respondió, es decir, cree la mayoría de ciudadanos considera necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales a todas las instituciones públicas y privadas.

## **5.2.- RECOMENDACIONES.-**

- De las encuestas realizadas a autoridades locales y ciudadanía en general, se constató que la mayoría coinciden en que casi siempre la planificación institucional y cultural de eventos, necesitan una dirección adecuada, es por ello que contar con una oficina que brinde servicios secretariales y que cuente con personal profesional capacitado, sería una oportunidad para mejorar el desempeño de funciones y organización de eventos protocolares, de etiqueta y sociales.
- De las respuestas obtenidas se puede afirmar que existe presupuesto o disponibilidad económica para ejecutar u organizar

eventos de protocolo, etiqueta o sociales, tanto en instituciones como en la ciudadanía, el personal con el que contaría esta oficina de servicios secretariales, se encargaría del asesoramiento profesional en la organización absoluta de todo lo concerniente a la realización de este tipo de eventos y en las instituciones públicas y privadas, la capacitación constante en redacción oficial, técnicas de atención a usuarios tanto externos como internos y herramientas computacionales.

- Es por esto que de acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta, la mayoría respondió, que considera necesario que exista una oficina que brinde servicios en el área de secretariado.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA ALTERNATIVA**

#### **6.1 TITULO DE LA PROPUESTA**

**GUÍA DE SERVICIOS QUE BRINDA UNA OFICINA DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA.**

#### **6.2 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA**

Tomando en cuenta la investigación realizada, se ha analizado los inconvenientes que se presentan en la capacitación de personal y en la organización y realización de eventos de etiqueta y protocolo en las diferentes instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

No existe el conocimiento necesario para organizar este tipo de eventos, por lo que se considera necesaria la creación de una oficina que brinde servicios en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra, para de esta manera superar las falencias existentes, mismas que demuestran un gran porcentaje de ciudadanía y autoridades insatisfechas.

En lo que respecta a instituciones públicas y privada, se debe mantener la buena imagen institucional, frente a los usuarios, tanto internos como externos, utilizando estrategias que puedan adoptarse en la organización y planificación de todo tipo de eventos.

##### **6.2.1. Aportes a la propuesta**

###### **6.2.1.1. Aportes educativos.-**

Dentro del mundo empresarial, (instituciones públicas y privadas),

tomando en cuenta la vida actual, el término capacitación y sistemas de información, están cambiando la forma de trabajo de las empresas, los sistemas de información ayudan a acelerar procesos por lo tanto; las instituciones, sean esta públicas o privadas que los implantan logran ventajas competitivas al adoptarlos en sus funciones.

La capacitación se refiere a los métodos que se usan para proporcionar a las personas dentro de una organización las habilidades que necesitan para realizar su trabajo, esta abarca desde pequeños cursos sobre terminología hasta cursos que le permitan al usuario entender el funcionamiento del nuevo sistema, ya sea teórico o a base de prácticas o mejor aún, combinando los dos.

Este es un proceso que lleva a la mejora continua y con esto a implantar nuevas formas de trabajo, para agilizar los procesos y llevar a la organización que requiera nuestros servicios, a generar un valor agregado por medio de la implantación de sistemas y capacitación a los usuarios.

### **¿Porque las empresas contratan a un capacitador?**

Porque existen problemas o necesidades específicas que la organización debe resolver, apoyándose en la capacitación, pero la idea principal de cualquier empresa independientemente de todos los problemas que existan, es capacitar para generar el cambio.

### **Objetivos de la capacitación.-**

- Proporcionar a la empresa recursos humanos altamente calificados en términos de conocimientos, habilidades y actitudes para un mejor desempeño de su trabajo.

- Desarrollar el sentido de responsabilidad hacia la empresa a través de una mayor competitividad y conocimientos apropiados.
- Lograr que se perfeccionen los ejecutivos y empleados en el desempeño de sus puestos tanto actuales como futuros.
- Mantener a los ejecutivos y empleados permanentemente actualizados frente a los cambios científicos y tecnológicos que se generen.
- Lograr cambios en su comportamiento con el propósito de mejorar las relaciones interpersonales entre todos los miembros de la empresa.

#### **Proceso de capacitación.-**

Un factor de gran importancia es que la empresa no debe de considerar al proceso de capacitación, como un hecho que se da una sola vez para cumplir con un requisito. La mejor forma de capacitación es la que se obtiene de un proceso continuo, siempre buscando conocimientos y habilidades para estar al día con los cambios repentinos que suceden en el mundo de constante competencia.

La capacitación continua significa que los trabajadores y empleados se deben encontrar preparados para avanzar, hacia mejores oportunidades ya sea dentro o fuera de la empresa.

#### **6.2.1.2. Aportes sociales.-**

Esta propuesta se basa específicamente en la creación de una oficina que brinde servicios en el área de secretariado, es por este motivo que tomamos en cuenta las actividades que desarrollara o los servicios que brindara, describiéndolos de esta manera.

### Capacitación en el área de secretariado.-

La gestión secretarial es la capacidad productiva de una persona, que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto laboral, refleja en las personas sus conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para realizar su trabajo efectivo y de calidad. Son repertorios de comportamientos que algunas personas dominan mejor que otras, lo que las hace eficaces en una situación determinada. Las competencias representan la unión entre las características individuales y las cualidades requeridas para llevar a cabo misiones profesionales precisas. Estos comportamientos son observables en la realidad cotidiana del trabajo de las secretarias o asistentes ejecutivas, quienes en la práctica ponen de forma integrada, aptitudes, rasgos de personalidad y conocimientos adquiridos.

Para alcanzar la máxima eficiencia en el trabajo, además deben contar con cualidades humanas y éticas que les hagan amables, respetuosas y de criterio para la toma de decisiones; las secretarias han de dominar una serie de conocimientos técnicos que exigen tener destrezas relacionadas con la digitación, manejo de procesos contables y tener sólidas bases en sistemas.

A través de esta propuesta se logrará el involucramiento de las autoridades de instituciones públicas y privadas para participar en forma directa con la gestión secretarial ya que por desconocimiento o por no dar la apertura necesaria para que las secretarias apliquen los conocimientos.

### Organización y realización de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales.-

Los eventos, sean estos de etiqueta, sociales o protocolo, son el medio más adecuado para intercambiar puntos de vistas sobre temas específicos, por su complejidad y por la diversidad de personas que en ellos intervienen, exigen una planificación minuciosa.

A pesar que no es posible prever la totalidad de los pormenores que se pueden presentar en la realización de un evento, si podemos aproximarnos al éxito del mismo si lo planificamos cuidadosamente; esto es, considerar todos los detalles, prever todos los servicios y anticiparnos a solucionar posibles imprevistos.

Las personas que intervienen en los eventos, se clasifican en tres categorías:

Quienes se encargan de su organización y son responsables directamente de la ejecución del evento y dependiendo de la magnitud del mismo, se constituyen comités para hacer más expedito el trabajo y obtener el éxito deseado. En este caso, hay que establecer el personal interno de la empresa que puede participar, ya sea en labores de secretaría y organización general. También se debe contratar a personal externo para algunas labores, banqueteros, servicios de transporte, traductores, intérpretes simultáneos, secretarias extras, digitadores, recepcionistas, oficiales de sala, locutores, animadores, etc.

Quienes tienen a su cargo la parte académica o técnica (conferencistas).

Quienes asisten como receptores y a quienes van dirigidos todos los esfuerzos; son éstos los participantes o invitados.

Planificación de un evento.- Se debe tener presente que la planificación de un evento debe considerar aspectos como definir objetivos que persiga la realización del evento. Una vez establecidos los objetivos se entra a

definir un programa académico con el cual se pueda alcanzar el propósito del mismo. Como parte integral de todo evento es necesario definir también, en esta fase, las posibles actividades culturales y sociales que se realizarán, con el fin de determinar un cronograma.

#### **6.2.1.2. Aportes tecnológicos.-**

Para entender cómo funciona, cuáles son sus límites y posibilidades es necesaria la articulación entre la tecnología, las políticas educativas, sociales, de salud, ya que se corre el riesgo de desaprovechar las posibilidades de un trabajo conjunto.

La tecnología aparece como estrategia para alcanzar opciones de desarrollo y es en esa medida donde son susceptibles de un control social.

Son el producto de la transformación de las posibilidades de ideas humanas. Su formalidad está supeditada al cumplimiento de su finalidad. Están finalizadas por la objetividad de los valores de eficiencia, economía y servicio. Permitir democratizar los sistemas científicos y tecnológicos abre la puerta para el ejercicio de decisiones ciudadanas más informadas y comprometidas. Como parte de su agenda formal, el estado se plantea un nuevo paradigma socioeducativo "...en que la educación trascienda el uso instrumental de las nuevas tecnologías hacia la generación de competencias de gestión de la información, la comunicación, el intercambio con los otros, el desarrollo de capacidades de innovación y de actualización permanente, que incluyen y exceden las habilidades informáticas."

La producción de conocimiento es un proceso complejo que propone la reflexión en cuanto a la "capacidad" de la tecnología de contribuir a los procesos de desarrollo productivo, social y cultural en un contexto donde

la diversidad de actores (con intereses y capacidades distintas), tengan el derecho de elegir con responsabilidad sobre los riesgos y las oportunidades que implican determinadas formas de vida y de desarrollo, sin hipotecar las generaciones futuras. Tecnología: Un concepto filosófico en expansión.

## **6.2.2. Factibilidad de la propuesta**

### **6.2.2.1. Legal.-**

#### **Ley de Compañías**

La Ley de Compañías es el marco jurídico bajo el cual funcionan las empresas legalmente constituidas en el Ecuador. Se expidió el 5 de Noviembre de 1999 por el Congreso Nacional y consta de 457 artículos donde se norma y regula la actividad empresarial dentro del país. A lo largo de los años sólo unos pocos artículos han sido reformados o mejorados, pero básicamente continúa siendo la misma ley. Es importante mencionar que el ente que vigila que se cumplan con todas las disposiciones exigidas en la ley es la Superintendencia de Compañías. Además, es en la misma Superintendencia de Compañías donde están registradas todas las empresas que funcionan legalmente en el Ecuador.

#### **Superintendencia de Compañías**

La Superintendencia de Compañías es el organismo técnico y con autonomía administrativa, económica y financiera, que vigila y controla la organización, actividades, funcionamiento, disolución y liquidación de las compañías y otras entidades, en las circunstancias y condiciones establecidas por la ley.

La Superintendencia de Compañías tiene personalidad jurídica, y su primera autoridad y representante legal es el Superintendente de Compañías.

La Superintendencia de Compañías ejercerá la vigilancia y control:

- a) De las compañías nacionales anónimas, en comandita por acciones y de economía mixta, en general;
- b) De las empresas extranjeras que ejerzan sus actividades en el Ecuador, cualquiera que fuere su especie;
- c) De las compañías de responsabilidad limitada; y,
- d) De las bolsas de valores y demás entes, en los términos de la Ley de Mercado de Valores.

#### **6.2.2.2. Humana.-**

La estructura organizacional depende de la empresa y / o del proyecto. La estructura ayuda a definir los roles y las responsabilidades de los miembros del departamento, grupo de trabajo u organización. En general, es un sistema de tareas y políticas de entrega de información en el lugar de trabajo para darles a los miembros del grupo una dirección cuando intentan completar proyectos. Una buena estructura organizacional permite a las personas y/o grupos trabajar juntos de manera efectiva mientras se desarrolla una ética y actitudes de trabajo duro. De los cuatro tipos generales de estructura organizativa que son funcional, divisional, matricial y la basada en proyectos, considero necesario utilizar la estructura funcional.

#### **Estructura funcional.-**

Dentro de la oficina que brinda servicios en el área de secretariado, consideramos importante, ya que las personas hacen tareas similares y tienen habilidades y/o puestos de trabajo similares, esta organización se agrupa en una estructura funcional. Entre las ventajas de este tipo de estructura se encuentra la toma de decisión rápida, ya que los miembros

del grupo son capaces de comunicarse fácilmente entre sí. Las personas en las estructuras funcionales pueden aprender el uno del otro de modo más fácil porque ya poseen conjuntos similares de habilidades e intereses.

Dentro del personal con el que se contaría sería: Gerente y Asistente, Se contrataría el personal profesional necesario en la organización, planificación y realización de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, así como el personal necesario para capacitación.

### **6.2.2.3. Material.-**

Si se piensa en instalar una oficina, se debe considerar todos los puntos de vista necesarios en cuanto a material se refiere, para iniciar las actividades, las necesidades de equipamiento tienen que ver con el tipo de trabajo que voy a realizar en la oficina. Se realizó una lluvia de ideas con el equipo de trabajo que puede ayudarme y que necesito para lograr mis objetivos, a continuación describo lo que considero es necesario:

#### **Computadora**

Una computadora resulta un recurso muy valioso para la producción, comunicación y cualquier aspecto de la gestión empresarial. El tipo de computadora y sus características dependen totalmente de lo que voy a hacer con ella.

#### **Multifuncional**

Es probable que se necesite hacer copias, imprimir algo o enviar un email. En lugar de comprar tres máquinas, se invertiría en una máquina que brinde las tres funciones. Estas máquinas a menudo también cuentan con un teléfono. La calidad de la máquina dependerá del volumen de impresión y copiado que voy a realizar. También debo abastecerme de

cartuchos de tinta y materiales de limpieza para mantener el equipo en buenas condiciones.

### **Comodidad**

Para un entorno de trabajo atractivo y motivador, se puede decorar una oficina moderna y elegante. Para decorar se requiere artículos como tapices, sillas, escritorios, plantas, persianas (persianas o cortinas que puedan reducir el brillo de las ventanas) y herramientas y suministros de escritorio. Debe haber suficiente iluminación, pero no necesariamente tienes que comprar bombillas fluorescentes. El entorno de trabajo debe ser estimulante y motivante.

### **Almacenamiento y suministros**

Para el mantenimiento de registros, se necesita un archivo, carpetas expandibles u organizadores. Abastecer de bolígrafos, lápices, cinta adhesiva, grapas y una grapadora, perforadora, regla, pizarrón blanco y marcadores, así como etiquetas auto adheribles. También puede requerir de algunos suministros y electrodomésticos de limpieza para mantener un lugar de trabajo limpio y ordenado.

### 6.2.2.3. Presupuestaria.-

INVERSIÓN		
Detalle	Precio Unitario	Valor Total
<b>A.- Inversión Fija</b>		
<b>Instalaciones – Oficina</b>		
Arriendo	400.00	\$ 400.00
<b>Maquinaria, Equipo y Materiales</b>		
Computador	1.200.00	1.600.00
Impresora multifunción	250.00	1.850.00
Teléfono inalámbrico	110.00	1.960.00
Televisor plasma	1.200.00	3.160.00
Resmas de papel bond	25.00	3.185.00
Esferos	12.00	3.197.00
Lápices	6.00	3.203.00
Marcadores	10.00	3.213.00
Grapadora	8.00	3.221.00
Perforadora	6.00	3.227.00
Dispensador de cinta adhesiva	9.00	3.236.00
Otros materiales	15.00	3.251.00
<b>Muebles y Enseres</b>		
Mesas de trabajo (2)	400.00	3.651.00
Sillas ergonómicas (2)	350.00	4.001.00
Mesa de reuniones (1)	200.00	4.201.00
Sillas metálicas (4)	320.00	4.521.00
Archivador (2)	240.00	4.761.00
Pizarra	320.00	5.081.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>		<b>5.081.00</b>
<b>B. Capital de trabajo</b>		
Sueldos empleados (5 empleados)	800.00	4.000.00
Servicios básicos	170.00	170.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>4.170.00</b>
<b>C. Inversión diferida</b>		
Estudio de mercado	200.00	200.00
Gastos de constitución	500.00	700.00
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>		<b>700.00</b>

TOTAL INVERSION (A + B + C )	
Inversión Fija	5.081.00
Capital de trabajo	4.170.00
Inversión diferida	700.00
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>9.951.00</b>

### 6.3 FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La necesidad y capacidad del ser humano está relacionado directamente con el aprendizaje, adaptándose a su entorno, es decir, de la manera como recibe la información del medio, la asimila, relaciona o la utiliza. Con la finalidad de sustentar adecuadamente esta propuesta, realice un análisis de documentos bibliográficos, de internet, que contienen suficiente información sobre ámbitos relacionados con la propuesta, seleccionando teorías relevantes que fundamentan la concepción del problema.

#### 6.3.1. Fundamentación Filosófica

**Teoría Humanista.-** La presente propuesta se fundamenta en la Teoría Humanista que basa su accionar en una educación democrática, centrada en el estudiante y preocupada tanto por el desarrollo intelectual como por su personalidad, características de la raza humana, estudia además las capacidades y necesidades humanas, enfocándose como lo único y personal de la naturaleza del hombre, enfatiza fundamentalmente la experiencia subjetiva, la libertad de elección y la relevancia del significado individual.

Castejón Luis. y Navas Leandro (2014) en su obra Aprendizaje, desarrollo y disfunciones manifiesta que:

**“Sin embargo, paralelamente al desarrollo del cognitivismo, surge la psicología humanista de la mano de Alport, Rogers y Maslow, la cual ofrece una explicación alternativa del fenómeno motivacional. Para los humanistas, la motivación nace de la libertad de elección de los individuos y la necesidad personal de autorrealizarse en base a su propia personalidad. Es decir, la personalidad de cada individuo, singular y distinta de la de los demás, se caracteriza por poseer una fuerza dinámica o motivacional que le impulsa, dentro de su libertad personal, a la búsqueda y desarrollo de su propia identidad”.**  
**(p.134)**

Ideas con las coincido ya que el proceso de construcción del conocimiento que orienta al desarrollo de un pensamiento lógico, crítico – creativo, a través del cumplimiento de los objetivos educativos se evidencian en el planteamiento de habilidades, conocimientos, donde el aprendizaje propone la ejecución de actividades extraídas de situaciones y problemas de la vida con el empleo de métodos participativos para ayudar a alcanzar los niveles de desempeño, esto implica ser capaz de expresar, representar el mundo personal y del entorno, mediante una combinación de técnicas aplicadas con materiales que permite observar, valorar, comparar, ordenar, indagar para producir soluciones novedosas a los problemas, desde los diferentes niveles de pensamiento hacia la interacción entre los seres humanos, contribuyendo con la proyección integradora en la formación humana y cognitiva para un buen vivir.

El postulado general de esta teoría es ayudar al individuo a usar sus energías internas. El perfil de ser humano que plantea considera que cada individuo es único y por lo tanto debe ser estudiado dentro del

campo de las ciencias humanas, concibe al hombre como un ser libre y creativo que encierra en sí mismo el significado y razón de ser de sus actos, donde la experiencia, imaginación, sentimientos lo hacen diferente de los demás.

Como métodos de esta teoría se conciben a los psicológicos que pone énfasis en todo lo relacionado con la naturaleza humana, representa una posición frente al estudio de la personalidad del hombre y cómo ésta influye en el proceso de la vida y aprendizaje del individuo. Se orienta a rescatar y exaltar todas las áreas positivas del ser humano, a explorar para sacar a flote todas las potencialidades creadoras y no solamente a tratar los elementos dañados de la personalidad.

La teoría humanista evalúa la libertad personal, el libre albedrío, la creatividad individual y la espontaneidad del individuo en el proceso de aprender. El ideal que persigue es el desarrollo del individuo respecto a sí mismo y a los demás. Esta teoría está inmersa de una inquebrantable confianza en la naturaleza, fundamentalmente buena, del hombre, a la que basta liberarse de sus bloques, rigideces y ataduras.

Castro, Orestes (2008) en su obra Enfoque Educativos del Nuevo Milenio afirma:

**“Uno de los conceptos más importantes de la Teoría Humanista es el rol activo del organismo, según éste, desde la infancia, los seres son únicos, tienen patrones de percepción individuales y estilos de vida particulares, donde no sólo los padres influyen sobre sus hijos y los forman, también los niños influyen sobre el comportamiento de los padres. El rol activo, que se ve desde niño, es más visible aun cuando se logra el pensamiento lógico.” (p.20)**

Criterio que permite inferir que la Teoría Humanista considera a la persona y su pensamiento, donde se enfatiza que el hombre crea su

mundo, los niños se convierten en aprendices activos y el maestro constituye una parte dinámica de la transacción de que las personas son capaces de enfrentar adecuadamente los problemas de su propia existencia y que lo importante es llegar a descubrir y utilizar todas las capacidades de su resolución.

### **6.3.2. Fundamentación Sociológica**

**Teoría Socio crítica.-** Esta guía se sustenta en el Enfoque Socio Crítico que recoge aciertos del activismo y el constructivismo, nace con la intención de subsanar las falencias de los enfoques tradicionales concibe como principio esencial las múltiples dimensiones del desarrollo integral del ser humano, revaloriza la cultura y la ciencia acumulada por la humanidad, reivindica el individuo como centro del proceso de aprendizaje.

William, Goleen (2009) en su libro Sociología y Educación manifiesta las características del Enfoque Socio Crítico

**“El Enfoque Socio Crítico demanda el derecho a la diferencia y a la singularidad del alumno. Animándole a ser fiel a sí mismo para eliminar dependencias, integra los valores de la sociedad y a la vez lucha por la transformación del contexto social. El profesor es definido como investigador en el aula: reflexivo, crítico, comprometido con la situación escolar y sociopolítica, los medios didácticos que utiliza son productos de la negociación y el consenso, sobre todo de técnicas de dinámicas de grupo y juegos donde educando es el centro de aprendizaje duraderos” (p.25)**

Enfoque que recoge los aciertos del activismo y constructivismo, reivindica la actividad del individuo como centro del aprendizaje. El proceso de aprender involucra dinamismo e interactividad, donde los contenidos son interiorizados y supone una elaboración personal, los

objetivos se realiza mediante procesos de dialogo y discusión entre los agentes, los contenidos son socialmente significativos, los valores básicos a desarrollar son los cooperativos, solidarios y liberadores, emancipadores a partir de una crítica básica a las ideologías, el profesor es un intelectual crítico, transformativo y reflexivo, agente de cambio social y político, la relación teoría – práctica es indisoluble, a través de una relación dialéctica, a partir del análisis de la contradicción presente en hechos y situaciones. La práctica es la teoría de la acción.

## **6.4. OBJETIVOS**

### **6.4.1. Objetivo General**

Mejorar y ampliar la oferta de capacitación continua a funcionarios públicos y privados con apoyo de tecnología educativa, y organizar y ejecutar eventos institucionales y sociales.

### **6.4.2. Objetivos específicos:**

- ❖ Contribuir al mejoramiento del funcionamiento de las organizaciones, propiciando un ambiente adecuado para la prestación de servicios profesionales.
- ❖ Promover eventos, exaltando valores éticos de la empresa y del personal que la compone; para de esta manera, incrementar y mejorar cada día, la competitividad y excelencia de la organización.

## **6.5 UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA**

La oficina de servicios secretariales se encontraría en la ciudad de Ibarra, cantón Ibarra, provincia de Imbabura, esta oficina brindará servicios específicamente en el cantón Ibarra, organizará todo tipo de eventos

protocolarios, de etiqueta y sociales, aparte de capacitación y actualización en servicios secretariales.

## **6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA**

### **Presentación.-**

Esta guía es el resultado del esfuerzo realizado, un trabajo arduo con el fin de ayudar a formar al personal de secretariado de las múltiples instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra.

El contenido se ajusta a un programa de estudio diseñado según requerimientos del oficio: pero deseamos que, además investigas otras fuentes para incrementar los conocimientos adquiridos.

Espero que se aproveche al máximo la oportunidad que esta oficina brinda al trabajador de convertirse en un trabajador altamente capacitado, que responda ampliamente, a las exigencias de su área laboral y se constituya en un ejemplo a seguir en su futuro desempeño.

El trabajo a realizar tiene como principal objetivo, elaborar una guía escrita con el fin de mejorar la calidad en la organización y ejecución de eventos protocolarios, de etiqueta, sociales y capacitación al personal de secretaria de las instituciones públicas y privadas. Para ello fueron encuestadas 277 personas entre autoridades y ciudadanía en general de las diferentes dependencias públicas y privadas.

Los datos que se obtuvieron se procesaron, analizaron y los resultados arrojados se convirtieron en la base fundamental para la elaboración de esta propuesta. Esta investigación tiene una relevancia social por la necesidad de presentar una guía que servirá no solo a las personas inmersas en esta propuesta, si no que será una guía a seguir por parte de

los individuos que desean conocer más a fondo los métodos de organización y ejecución de eventos protocolarios, además de la capacitación necesaria al personal de secretaría de las diferentes instituciones del estado y organizaciones privadas.

El presente documento es una herramienta innovadora que pretende motivar a los funcionarios al cambio de actitud y aptitud a través de conocimientos teóricos orientados para conseguir un buen desempeño en las funciones que cumplen y lograr la buena imagen de la Institución a la cual representan. Con esta guía técnica de organización y ejecución de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, además de capacitación al personal de secretaría, se desea ampliar el conocimiento general autentico y adecuado, en función del desempeño secretarial.

La guía con la cual trabajaría la oficina instalada en la ciudad de Ibarra, se encargaría de ofrecer servicios profesionales en área de secretariado, como organizar eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, es una empresa que además se encargaría de la formación, adiestramiento y especialización de secretarias o secretarios que instituciones públicas y privadas del cantón Ibarra.

### **¿Qué hacemos?**

La oficina desarrollaría programa de capacitación, formación, adiestramiento y especialización en la organización de eventos protocolares, sociales y de etiqueta, brindando además una formación profesional en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra.

### **Misión.-**

Realizar bajo la supervisión de autoridades, patronos y trabajadores, las acciones necesarias para alcanzar una formación y capacitación continua

de la fuerza laboral, complementando la educación recibida en el sistema formal, y ofrecer asesoramiento técnico a empresas e instituciones públicas y privadas que cuentan con personal de secretariado.

Promover la capacitación en el área secretarial y la incorporación de nuevos profesionales en el mercado laboral.

### **Introducción.**

En el mundo de hoy, la especialización en el trabajo han conducido hacia la formación de especialidades y de actividades que están directamente relacionadas con la evolución del conocimiento humano; dada la necesidad ilimitada de conocimiento y el creciente volumen de información que se debe manejar, las personas han buscado caminos óptimos que le permitan recolectar y recibir información mejorando los niveles de contacto y relaciones personales. Es así que en las diferentes instituciones u organizaciones, se desarrollan eventos que son previamente planificados y organizados de manera que se produzcan en un lugar y tiempo previamente determinado, con un método de desarrollo y control que faciliten su organización. Es por ello que de acuerdo a nuestra realidad local, se puede cumplir con una función específica que la podemos denominar “Organización de Eventos”, en un contexto literal se llamaría “Prestación de servicios de Organización de Eventos Especiales”, dada su naturaleza o necesidad.

Otra consecuencia en el área del conocimiento necesario y técnico, a la cual no se le ha dado la debida importancia, es el conocimiento ceremonial y protocolo, la etiqueta y manejo de grupos.

Organizar un evento requiere de un grado de especialización y experiencia mínima, que obviamente garantice el éxito del acontecimiento.

**Objetivo.-**

Proporcionar a los usuarios y/o clientes los conocimientos prácticos y teóricos para organizar eventos siguiendo el procedimiento establecido y cumpliendo normas necesarias de etiqueta y protocolo.

Asimismo, no existen muchas empresas a nivel local que se encarguen del servicio de organización de eventos, con un valor agregado que sería el servicios de catering o el alquiler de accesorios, salones, estos se suman a la oferta de planificación e implementación de eventos en sí mismo.

Es un nuevo campo en el cual se ofrece a sus usuarios una infinidad de posibilidades para la realización de eventos, pueden ser a nivel local, regional o nacional.

**El Origen Etimológico del Termino Ceremonial y Protocolo.-**

Existe más de una definición acerca de qué es el ceremonial y protocolo. Para algunos el protocolo es el código de la cortesía internacional, para otros, en el plano informal y cotidiano, son las normas de buena educación que rigen la convivencia humana de la sociedad y al igual que el ceremonial, son reflejo de la cultura y desarrollo de los pueblos.

Existe la tendencia a confundir los conceptos de Ceremonial y Protocolo y que

muchas veces se hable de ellos como si fueran sinónimos. Ello es un error. Enefecto, aunque ambos se encuentran estrechamente ligados entre sí, no son términos equivalentes sino complementarios.

Dentro de las actividades de las cuales se encargaría la oficina son las siguientes:

### **Generalidades.-**

Presento la propuesta del diseño de la oficina que brindaría servicios profesionales en el área de secretariado, la investigación realizada, reflejó la ausencia de una oficina similar en la ciudad de Ibarra, que realice, organice y ejecute eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, además de la capacitación a funcionarias(os) que realicen actividades de secretariado.

Se presenta la importancia, objetivos y ventajas de la propuesta; así como el organigrama de dicha oficina, con sus objetivos, políticas, descripción y funciones del personal, la propuesta de gastos y al final las estrategias con las cuales iniciará.

### **Importancia de la propuesta.-**

El proponer la creación de una oficina que brinde servicios profesionales en el área de secretariado, será de gran beneficio para el cantón Ibarra, ya que permitirá realizar eficientemente eventos de toda índole que la ciudadanía en general requiera, incluidas instituciones públicas y privadas. Esto garantiza una mayor competitividad y desarrollo de la organización, ya que mejoraremos los servicios y atención que ésta ofrece, con la cual incrementará sus beneficios a través de sus ingresos.

### **Objetivo de la propuesta.-**

Los objetivos que se persiguen al crear una oficina que brinde servicios profesionales en el área de secretariado en el cantón Ibarra son los siguientes:

1. Definir las funciones específicas que desarrollaría cada uno de los miembros de la oficina.
2. Utilizar los recursos con los cuáles dispone la oficina para organizar eventos de etiqueta, protocolo y sociales, además de capacitación a funciones en el área de secretariado.
3. Facilitar la organización de los eventos antes mencionados.
4. Capacitar profesionalmente a personas que desempeñan las funciones de Secretaría.

Para empezar esta propuesta quiero presentar un estudio de mercado que se ha realizado en la ciudad de Ibarra.

### **Investigación de mercados.-**

Los objetivos del estudio de mercado son:

- Identificar características principales en la organización de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, dentro de la ciudad de Ibarra.
- Determinar la competencia de la empresa propuesta, con especial énfasis en sus debilidades y fortalezas.
- Señalar las oportunidades y amenazas del mercado local.

El mundo de hoy no es el mismo de hace 15 o 20 años, ni siquiera es el mismo de hace 5 años. Vivimos una época de cambios en la que la necesidad de buscar una actividad económica rentable ha hecho de los negocios no una opción sino una obligación.

### **Segmentación.-**

Segmentación geográfica.- Correspondiente a este estudio lo constituye primordialmente la ciudad de Ibarra, capital de la Provincia de Imbabura.

Segmentación demográfica.- En la actualidad la organización, ejecución y desarrollo de eventos protocolarios, de etiqueta y sociales, no está preparado adecuadamente, para atender la demanda existente.

En la ciudad de Ibarra, se presenta una situación específica, que la demanda es mayor que la oferta, ya que existe un déficit en el segmento de organización de eventos, es decir que el crecimiento del mercado es de manera desequilibrada.

### **Demanda Proyectada**

En lo que se refiere a la demanda que enfrentará la oficina, tenemos un escenario muy favorable debido a que no existen oficinas en la ciudad de Ibarra, que se encarguen de las funciones específicas que realiza. La organización de todo tipo de eventos está influenciado por la relación del nivel de ingreso económico de la población y la edad de la misma.

### **Marketing Mix**

A lo largo de este estudio de factibilidad de este proyecto, se ha ido enumerando posibilidades en cuanto al marketing. Las 4p's son una herramientas que resume las ideas que utilizará la empresa para implantarse exitosamente en el mercado y alcanzar los objetivos establecidos

#### **Producto:**

La razón de ser de esta empresa es la organización de eventos protocolares, de etiqueta y sociales, además de la capacitación en el área de secretaría a funcionarios de instituciones públicas y privadas, generando utilidades a partir de la venta de estos servicios.

### **Precio**

En la fijación de precios se encuentra entre los principales factores de éxito o fracaso de cualquier emprendimiento. Para este proyecto se usará la *Estrategia de precios para paquete de productos*: Los precios de paquete buscan integrar diversos productos bajo un precio atractivo que induzca a los consumidores a adquirir servicios que de otra forma prescindirían.

### **Plaza:**

Siendo esta empresa organizadora y asesora, su producto es un servicio. Los canales de distribución, son prácticamente inexistentes ya que no es necesario mover el producto desde el proveedor hasta el consumidor. La plaza de distribución podrían considerarse las instalaciones de la empresa ya que es donde la venta del servicio se realiza.

### **Promoción:**

En este caso podemos entender la promoción como el proceso de comunicación que tiene como fin difundir un mensaje entre los clientes. La meta es posicionarse en la mente de las personas para que se nos tenga como primera opción al momento de contratar estos servicios.

A través de internet, flyers, publicidad escrita, radial, también visitas y la oficina central, se buscará comunicar las características del servicio y los beneficios sobre las demás opciones.

### **FODA**

Toda iniciativa de negocio debe considerar sus propias virtudes y limitaciones.

El realismo y la correcta autovaloración es clave en la vida empresarial. De igual manera es imperativo el saber reconocer la realidad del ambiente externo. Si bien es más adecuado realizar un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas en una empresa ya funcionando, es también válido hacerlo con un proyecto. Mencionare a breves rasgos los componentes que definen a la empresa y su ambiente.

Así incluso se tendrá una idea de cómo comenzaría

### **Fortalezas.-**

- Conocimiento del mercado local en esta propuesta, es la ventaja que puede tener toda empresa, y en muchos casos es el factor determinante de éxito.
- Contar con un enfoque integral que es único y que ninguna otra empresa ofrece por ahora.
- Ser la primera empresa que brinda estos servicios, es algo que siempre tiene ventajas.
- Contar con una oficina de profesionales que agilitan tramites y disminuyen costos, es importante.
- Contar con un amplio portafolio de servicios, garantiza que siempre habrá algo novedoso que atraiga a los potenciales clientes.
- Ofrecer servicios para una amplia gama de clientes, de esta manera si un segmento disminuye, siempre quedaran otros segmentos a los cuales ofrecer nuestros servicios.

### **Oportunidades.-**

- Atractivos paquetes, servicio profesional, eventos especializados, capacitación permanente. Todo esto atrae la atención de personas de

la ciudad de Ibarra, que podrían volverse nuestros clientes permanentes.

- Gran número de ciudadanos que podrían requerir nuestro servicio para organizar eventos importantes.
- Instituciones que requieran capacitación a su personal.

#### **Debilidades.-**

- No personal extra como contingente en caso de una súbita alza de la demanda de los servicios prestados.
- No contar con alianzas con otras oficinas similares fuera de la ciudad.
- Fuerte dependencia a los ingresos. Si la empresa tiene un descenso en los ingresos, se vería en problemas muy rápidamente.
- No contar con una cartera fija de clientes.
- Imposibilidad de fidelizar a los clientes.
- Rotación de personal.

#### **Amenazas.-**

- Inestabilidad jurídica.
- Mucha competencia, que sea equiparable o no en calidad, puede copiar el modelo de Negocio.
- Crisis económica.

### **ESTUDIO TÉCNICO**

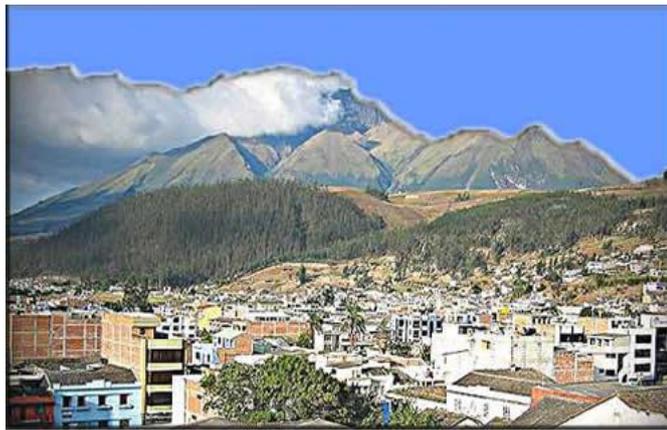
En esta parte, presento un estudio técnico de la empresa, que abarca desde la definición del tamaño del negocio, pasando por la localización, la inversión y los recursos humanos con que contará la empresa, lo que

permite visualizar de manera clara las características básicas de la propuesta.

## **Localización.-**

### **Macro**

Si bien el mercado que se plantea lo constituye el cantón Ibarra, el principal centro de interés será la ciudad de Ibarra, por ser el lugar en el que existe mayor demanda del servicio.



Analizando, la mejor ubicación para la oficina sería en la calle Sucre, Av. Atahualpa, Av. Teodoro Gómez o Av. Jaime Rivadeneira, principalmente porque el costo de arriendo en relación al espacio es el más económico, además que se encuentra en la zona deseada y existe facilidad de transporte.

## **Descripción de la empresa.-**

Como se ha expuesto, la empresa que se plantea en este estudio focalizará su atención en el mercado institucional, sea este público o privado, sin dejar de lado a la ciudadanía en general.

Describo con mayor detalle las actividades que desarrollará la empresa, teniendo definidas áreas en la organización de eventos y la capacitación de personal.

## **Organización de Eventos.-**

### **Congresos.-**



El congreso pretende dar a conocer, desde la perspectiva de sus ponencias, conferencistas y debates, una serie de datos que faciliten no sólo información sino un contenido real sobre el tema central del congreso. A este evento pueden asistir varios cientos de personas, reunidas en un auditorio y hotel, por lo que ya nos da una idea de su globalidad.

Un congreso, es uno de los eventos más complejos de organizar en lo que respecta a la coordinación y logística porque generalmente son eventos de varios días y con diferentes actividades paralelas.

Para organizarlo, como cualquier tipo de evento, se requiere de un tiempo para la planificación, que podrá variar desde 6 meses hasta 4 años de antelación.

¿Por qué se realizan congresos? Porque los asistentes participan para debatir cuestiones previamente establecidas en el programa del evento,

actualizarse y además intercambiar y fomentar las relaciones entre colegas.

Generalmente en los congresos participa un amplio porcentaje de los profesionales vinculados a la temática, lo cual no significa que todos los congresos tienen 4000 asistentes, ya que ese número variará de acuerdo a la cantidad de miembros de la entidad organizadora y público al que apuntan (si esperan gente de otras ciudades o países).

Los congresos se realizan con una frecuencia determinada, que puede variar entre uno o cuatro años. A veces, para disminuir costos en la organización, se unifican actividades nacionales y regionales en una misma fecha y lugar. En general la duración de los congresos es de 2 a 5 días y existen sesiones plenarias y/o simultáneas.

En la medida de lo posible debemos intentar que el lugar en el que se desarrolle el congreso sea a fin al acto que aborda.

Puntos importantes que se deben tomar en cuenta:

- Ser ejecutivo y ejecutor
- Conocer la estructura de una comisión para el manejo de la actividad
- Ceremonial y protocolo
- Relaciones públicas
- Conocimiento de tecnología y servicios
- Ser detallista
- Amplia autoridad
- Planificar, no improvisar
- Ordena, no manda
- La contratación es una inversión, no un gasto

- Ser hábil negociador

Se elabora la estrategia necesaria para que la reunión o el Congreso resulte todo un éxito. Conocer bien el Protocolo y todos los servicios colaterales y tiene sobre todo autoridad. Representa la inversión inteligente para organizar un evento.

### **Asamblea.-**



Es una reunión formal de índole general de una asociaciones, club, organización o empresa en la que asisten los miembros para decidir la orientación jurídica, asuntos de política, elecciones de autoridades o renovación parcial de las mismas.

Se labra un acta, expresando el lugar y fecha, hora de inicio y cierre.

### **Jornada.-**



Como el nombre lo indica, una jornada es un evento que tiene una duración de un solo día, por lo que el tema que se decida abordar, se desarrollará, a través de diversas actividades, charlas y debates durante ese tiempo.

La característica principal de una jornada es, a partir de los objetivos que se establecen como organizador, proponer un tema en particular para que sea tratado desde diferentes enfoques. Posteriormente al evento, se pueden publicar conclusiones y resultados de interés para el público en general.

En lo que respecta a la planificación y la organización, una jornada tiene las mismas características y objetivos que un congreso, pero a menor escala, en general de menor cantidad de asistentes y alcance. El programa de actividades es similar a un congreso, pudiendo incluir actividades como conferencias, talleres, simposios y mesas redondas.

Una característica particular de estos eventos es la inclusión de un espacio para una charla que convoca a la comunidad en general para informar o concientizar sobre algún tema de gran interés.

Existen distintos tipos de jornadas que se realizan con bastante frecuencia y los describimos a continuación:

- **Jornadas interdisciplinarias:** En las que convergen una serie de profesionales de diferentes especialidades que se juntan para tratar un determinado tema. Se utiliza mucho por ejemplo en los Hospitales, en los que se realizan en esos días la presentación de casos en los que sobre un mismo diagnóstico se realizan interconsultas con diferentes especialistas para llegar a un consenso acerca de un tratamiento.

- **Jornadas de Capacitación:** Es otra temática que se está utilizando mucho en las organizaciones. Suelen reunir a sus ejecutivos y empleados con el fin de capacitarlos, entrenarlos o motivarlos para incrementar su capacidad operativa en beneficio de los intereses comerciales de la compañía. Muchas veces estas jornadas se realizan en lugares alejados del espacio de trabajo e incluyen actividades de grupo.
- **Jornadas solidarias:** Generalmente también son actividades abiertas a la comunidad, pero tienen como fin la recaudación de fondos o de objetos que necesita alguna Fundación u ONG.

### **Simposio.-**



La naturaleza de este tipo de eventos, es la exposición de las presentaciones que preparan los diferentes expertos en la temática a desarrollarse, en un tiempo de entre 15 y 30 minutos cada uno. Generalmente, se elige un presentador (que se lo puede llamar presidente de mesa o coordinador) que puede ser un colega que se disponga en un estrado ubicado en el escenario y sea quien comparta con el público algunos datos del orador previamente a su participación.

El tipo de armado que se suele utilizar para un Simposio es el de auditorio. Cada orador, se ubica en el podio y puede complementar su exposición con material audiovisual, ya sea una presentación en “Power Point”, un video, diapositivas. De acuerdo al tipo de presentación que

elija, se deberá contar con los requerimientos técnicos para que se vea correctamente: desde una pantalla gigante, computadoras y/o proyectores.

Al finalizar las conferencias, el presentador abre el espacio para preguntas del público y puede hacer un cierre con las conclusiones generales de los distintos abordajes.

Es muy importante que en la etapa de planificación del evento, cuando selecciones los posibles oradores, tengas en cuenta a que cada uno pueda aportar datos interesantes y variados, brindando así, un valor agregado al desarrollo del programa del evento. En este enlace se puede ver un modelo de invitación para los oradores, a fin de que no olvidar solicitar ningún dato al momento de la propuesta.

Si alguno o todos los oradores realizaran su presentación en otro idioma, deberán contar con servicio de traducción simultánea.

También, se debe tener en cuenta si el evento va a durar todo el día, no olvidar hacer recesos cada 2 o 3 horas.

### **Coloquio.-**



El coloquio es una reunión en la que se convoca a un número limitado de personas para que debatan un problema, sin que necesariamente lleguen

a un acuerdo. Conversación entre dos o más personas.

La palabra coloquio proviene del latín colloquium o colloqui, conversar, conferenciar. Se llama también coloquio a toda discusión que puede iniciarse luego de una disertación, para intercambiar opiniones sobre las cuestiones tratadas en ella.

Su conducción obedece a la siguiente secuencia:

- Se debe contar con un moderador que haga de director.
- El moderador debe comunicar el problema a debatir y debe fijar las reglas que guiaran todas las intervenciones.
- Cada orador, a su turno, da su opinión sobre el tema debatido.
- Se concluye resumiendo las posiciones o puntos más saltantes de la intervención de cada uno de los participantes.

### **El Debate.-**



Aquí participan dos grupos de oradores, los que sostienen una posición afirmativa y los que sostienen una negativa o contraria, conducidos por un director. Se realiza ante el público y en él no se discuten preguntas sino propuestas para establecer “algo” que hasta la fecha no existía o no se practicaba. Por ejemplo, los debates del Congreso de la República. El debate está sometido a reglas precisas de procedimiento que puntualizan;

las obligaciones de la parte afirmativa y de la parte negativa, la mecánica del desarrollo del debate y otros detalles importantes.

El debate sigue la presente secuencia:

- El director abre el debate y deja hablar alternativamente a un orador de cada posición.
- El grupo que está por la posición afirmativa tiene a su cargo la responsabilidad de probar que la nueva proposición es necesaria.
- El debate debe centralizarse en una sola proposición, expresada en forma declarativa y con absoluta claridad y precisión.
- Lograr un consenso de unanimidad o de mayoría que se pondrá en vigencia de manera oficial.

### **El Foro.-**



Es cualquier forma oratoria en la que participa el público ("discusión abierta al público"). La palabra "forum" colocada después del sustantivo que señala el tipo de reunión oratoria, indica que al término de la reunión los oyentes podrán participar formulando preguntas, objeciones o exposiciones.

El foro tiene el siguiente procedimiento:

- El director abre el acto y anuncia el tema a tratarse.

- Presenta al orador o a los oradores y explica que después de la reunión oratoria el auditorio será invitado a participar.
- En el momento de las preguntas, el director toma la palabra y explica claramente las normas que se aplicarán, procurando motivar al auditorio y crear un clima de confianza.
- Las preguntas pueden hacerse por escrito o en forma oral.
- Si algún oyente formula preguntas que perturben la reunión el director deberá saberla cortar con habilidad y cortesía.

### **El panel.-**



El panel es una reunión deliberativa en la que un grupo de personas son seleccionadas para tratar en público un asunto. Se fija un tema específico para que el grupo, según el punto de vista de cada uno de sus integrantes, lo analice y haga llegar sus apreciaciones frente al público. Si al final de la reunión se permite que el público participe con sus opiniones o preguntas se convierte en Panel forum.

El panel tiene el siguiente desarrollo:

- Una persona especialista es nombrada director o moderador.
- El director apertura la reunión presentando el tema a abordarse.
- Cada expositor, según horario asignado, expondrá su punto de vista en torno al tema tratado.

- En la reunión, más que polemizar, se busca comunicar las múltiples opiniones y alternativas existentes.
- Al final, el director declara la culminación del panel o en su defecto comunica la apertura del foro.

### **Conferencia.-**



Reunión para que un grupo u organización, pública o privada, una institución o un organismo, transmita un mensaje. No hay reglas fijas en cuanto a su frecuencia, pero debe ser de corta duración y con fines predeterminados.

La conferencia tiene el siguiente desarrollo:

- **Escribir objetivos y agenda.-** Es necesario definir claramente qué espera lograr con esta conferencia porque esto dará forma al resto de tus decisiones. Saber lo que quieres transmitir y a quién antes de empezar con la organización de la conferencia libera el estrés y facilita el camino.
- **Elaborar un presupuesto.** No hay forma de que puedas hacer nada más sin saber cuánto dinero tienes para gastar en general, y luego debes distribuir ese presupuesto general en las partidas necesarias como el lugar para hacer la conferencia, los materiales, los honorarios de los conferencistas, etc. Ajústate a tu presupuesto,

y si delegas responsabilidades, asegúrate que tus asistentes se están adhiriendo a sus límites monetarios también.

- **Escoge el sitio para llevar a cabo la conferencia.** Cuando estés visitando locales, ten en mente el número de participantes, si tienes una localización adecuada, aparcamiento y proximidad al transporte público, aeropuertos y hoteles. Tu objetivo debe ser encontrar un lugar para conferencia para lograr facilitar el acceso de los participantes.
- **Escoge un menú.** Cuando organizas una conferencia, necesitas recordar que los participantes no querrán estar todo el día sentados sin comer algo decente, y muchos no sabrán lo que hay disponible en la zona. Decide si vas a contratar un servicio de catering para traer desayuno, almuerzo o merienda o si el sitio donde vas a realizar la conferencia incluye el servicio de comida también.
- **Consigue el personal adecuado para que te ayude con el evento.** Si has escogido un lugar que es conocido por llevar a cabo conferencias, accede a este valioso recurso. Esto es lo que el equipo hace todos los días y deben ser capaces de responder cualquier pregunta o duda y darte consejo en lo que necesites.
- **Insiste en una guía.** Después que hayas realizado lo más importante de la organización de la conferencia, no dejes nada al azar haciendo un recorrido con los participantes cuando la conferencia está a punto de empezar. Debes ir al lugar de la conferencia y conocer al equipo el día antes para tener certeza de que todo está en su lugar y para cuidar de los detalles de última hora.

### **Consejos.-**

- Averigua si alguno de los asistentes a la conferencia tiene algún requerimiento especial de dieta para tomarlo en cuenta cuando estás decidiendo lo del menú.
- Pregunta con antelación a los conferencistas si necesitarán algún equipo adicional para sus presentaciones como un podio, televisor, pantallas gigantes, o computadoras.
- Considera el propósito de la conferencia cuando fijes la cantidad de asistentes y decidas si simplemente ofrecer asientos o bien ofrecer silla con mesas para tomar notas.
- Cuando estés comparando precios para los locales, pide también el precio de comida, agua, bebidas, etc. Estos puede ser muy caros.

### **Mesa Redonda.-**



La mesa redonda es una técnica de discusión que se utiliza para dar a conocer diferentes puntos de vista acerca de un tema. La exposición se realiza ante un auditorio y es conducida por un moderador, La extensión no debe ser mayor a los 50 minutos para permitir luego preguntas.

Los expositores mantienen puntos de vista divergentes u opuestos y hay lugar para un breve debate entre ellos.

Lo componen un número reducido de expertos, pueden ser 4 o 6 y exponen en forma individual o formando pareja.

La finalidad de una mesa redonda es obtener información respecto a un

tema específico, y por tanto, enriquecer nuestra visión con los diferentes puntos de vista que se exponen durante el desarrollo de la sesión.

La mesa redonda tiene el siguiente desarrollo:

- Elegir el tema
- Seleccionar a los expositores
- Realizar reuniones previas con los participantes, con el propósito de establecer un orden y coordinar el desarrollo de la exposición.
- Preparar un escenario en el que los integrantes sean vistos por todo el público.
- El coordinador o moderador, se sentará en medio de los expositores a su derecha e izquierda, abrirá la sesión, mencionará el tema, e4xplicará el procedimiento y hará la presentación de los expositores. Este cederá la palabra a cada uno de ellos en forma sucesiva, sin que se excedan 10 minutos, de manera que vayan alternando los diferentes puntos de vista sobre el tema.
- Al final de la sesión, pedirá el moderador la intervención de cada uno de los expositores para que presenten conclusiones.
- Finalmente se hará un resumen de la mesa redonda y se expondrá las conclusiones a las cuales llegaron.

### **Seminario.-**



El propósito principal del seminario es practicar el proceso de conseguir,

leer, analizar e integrar información para comunicarla por medio de una charla clara, amena e interesante. Este evento ayudará a desarrollar tres destrezas muy importantes para todo profesional: conseguir información detallada sobre un tema, seleccionar y organizar la información más importante, y usar el tiempo eficazmente. El seminario también enseñará a preparar una presentación efectiva, vestir adecuadamente para causar una buena impresión, usar técnicas exitosas para ofrecer una charla efectiva, desempeñarte adecuadamente ante una audiencia y comportarte correctamente como parte del público.

El seminario tiene el siguiente desarrollo:

- Invitar a la audiencia indicada al seminario. El seminario sólo será exitoso si las personas de la audiencia tienen un interés en el mensaje. Asegurarse de que esas personas tienen tiempo de concurrir, están motivadas a hacerlo y tienen acceso a sus fondos.
- Apunta a superiores y dueños de negocios. Estos dos grupos típicamente tienen acceso a tiempo y dinero, los dos ingredientes principales que buscan los organizadores de seminarios en los potenciales clientes.
- Crear un título para el seminario que mueva a las personas a participar. "Cómo planear un seguro de retiro" no es específico. Enfócate en la intención específica del seminario y crea un título interesante y creativo que capture la esencia del material presentado. "3 pasos que los adultos mayores pueden dar para retirarse con seguridad" sería un título más preciso y apuntaría a un grupo específico.
- Presenta el material en el seminario de forma profesional y cortés. Evita usar jerga o ser demasiado amistoso con la audiencia. Aquellos que concurren no buscan hacer nuevos amigos, van a hacer inversiones sensatas o a comprar un producto relevante.

- Ofrece incentivos para aquellos que concurren, puede persuadir a las personas a que vayan y escuchen. Todos aman recibir algo gratis y tu audiencia estará abierta a lo que tengas para decir si son recompensados por su tiempo.
- Presenta el material de forma calmada y confiada. A nadie le gusta un anfitrión autoritario. Haz uso de la tecnología para crear diapositivas profesionales, literatura, panfletos y otros materiales relevantes. Agradece a todo el mundo por ir, aún a aquellos que no parecen interesados.

## EVENTOS SOCIALES



En el marco de la organización de un evento, el rol de cada uno de los integrantes del equipo organizador, puede o no participar activamente en las distintas etapas – Pre, Durante y Post evento. Además, puede suceder que nos encargemos de una, varias o muchas de las tareas que van a realizarse para alcanzar el “éxito” del evento.

Un “evento exitoso”, sea el tipo de evento que sea, es el que cumple con los objetivos que los organizadores se propusieron. Por eso es muy importante tomarse el tiempo necesario para analizar y fijar cuáles son esos objetivos, y no dar por sentado absolutamente nada.

Dependiendo del tipo de evento social, del alcance del mismo y de la cantidad prevista de asistentes, las acciones para lograr los objetivos serán más complejas, y el tiempo, dinero y personal que necesitaremos invertir para alcanzarlos será mayor.

¿Cómo hacemos para fijar correctamente los objetivos del evento?

Una buena opción como ejercicio individual y/o grupal es pensar en la meta, intentando visualizar que sucederá en cada espacio que estará involucrado el o los días del evento. Imaginarnos ese momento intentando focalizar en los resultados esperados.

Esta meta, o visión del evento debería tener algunas características que serán de gran utilidad para comenzar y continuar con la planificación del evento:

- Ser específica: Tratando de dejar en claro y que se entienda hacia dónde apuntamos.
- Ser medible: En cantidad, calidad, tiempos y costos, porque los recursos (tiempo, dinero y personal) con los que contamos para la realización del evento generalmente no son infinitos.
- Ser consensual: Todos los involucrados en el comité organizador deben estar de acuerdo al momento de fijarla.
- Ser realista: Ajustando los recursos con los que se cuentan, que son el personal y el tiempo asignado al tiempo con el que contamos hasta la fecha del evento.

La meta va a estar bien fijada cuando podamos prepararnos para planificar el evento para responder cinco preguntas: **qué?, cuándo?, dónde?, por qué o para qué? y cómo?**

A partir de esto, nos ponemos a trabajar en los objetivos, que son los principios que estableceremos para alcanzar esa meta única.

Los objetivos nos permitirán ir distribuyendo en subgrupos las acciones a seguir, asignando responsabilidades y saber quién deberá actuar ante alguna contingencia.

La meta y los objetivos van a variar de acuerdo a:

- El alcance del evento
- La cantidad de asistentes posible
- Las fuentes posibles de ingresos
- Los recursos que necesitemos

Cuando nos tomamos el tiempo para reflexionar y establecer estos objetivos podemos avanzar en la planificación y en la organización del evento.

Celebrar alguna ocasión especial como un cumpleaños, un logro, o simplemente encontrarte con amigos, siempre es un buen motivo de reunión.

Pero a veces, los preparativos pueden generarte un poco de estrés y en lugar de relajarte y divertirte, terminas pasando un mal rato y no queriendo festejar más.

Debemos tomar en cuenta las siguientes normas a seguir para organizar eficazmente un evento.

## **El espacio:**



Se debe intentar no invitar más gente de la que pueda llegar a entrar en el espacio que se va a destinar para la reunión.

Es mejor contar con algunas sillas o sillones si la fiesta va a durar varias horas para que los invitados puedan acomodarse en los espacios.

Si es abierto, debe tener un Plan B por su llueve.

## **Las invitaciones:**



El tiempo ideal para invitar es entre un mes y 15 días, dependiendo de la celebración. Si se quiere organizar bien las invitaciones se puede crear un evento sin olvidar compartir nada con los invitados (por mail o por las redes sociales que utilicen): desde el motivo de celebración, la hora y el lugar, hasta el plano de cómo llegar puedes agregar a la invitación!

También, puedes incorporar la opción que tus invitados sean visibles a medida que confirman su asistencia, lo que puede generar una mejor convocatoria.

Ten en cuenta (para no desesperar y creer que no vendrá nadie) que los invitados generalmente llegarán entre media y una hora después de la hora de inicio que indiques.

### **La comida:**



Si vas a preparar comida, siempre es más práctico, lo que puede servirse en un espacio y la gente pueda comer con las manos: sándwiches, snacks o una picada más completa, pizzas o empanadas también son una buena opción.

Es bueno agregar algo dulce al final, como una torta. Siempre va a ser más fácil para luego limpiar si se utiliza descartables: manteles, vasos, platos, cazuelas, tenedores, pinchos, servilletas, etc.

Generalmente se calculan 4 sándwiches por persona si es de noche.

## **Bebidas:**



Si se compra las bebidas un problema que siempre es cómo hacer para enfriarlas o mantenerlas frías, ya que casi nunca entran todas en la heladera. Una posibilidad es tener un tacho grande poner agua un poco de hielo y agregar sal gruesa. Eso las enfría y las mantiene durante el encuentro. Se calcula aproximadamente medio litro por persona de bebidas sin alcohol, aunque si hace calor, en general los invitados toman mucho más.

## **Música:**



La música es algo esencial a la hora de una fiesta, porque crea muy buenos climas al igual que la iluminación del lugar. Una vez que sabes quiénes son los invitados y conoces más o menos sus gustos tienes que decidir si van a bailar o la música sólo acompañará de fondo, de esto dependerá el volumen en que la pondrás. En base a esto, se puede elegir qué temas pasará. Una computadora conectada a una consola con parlantes es mucho más cómoda a la hora de pasar música, ya que

puede programar listas o simplemente tener una serie de temas que se reproducirán uno tras otro.

### **Entretenimiento:**



A muchos nos pasa que queremos invitar amigos de distintos ámbitos, por lo que a veces sucede que no todos los invitados se conocen con anterioridad, y algunos pueden sentirse incómodos o simplemente no conversar entre ellos.

Una actividad que puede llegar a ser muy divertida a la hora de organizar una fiesta y que puede ser unificadora de los invitados es la de hacer juegos. Jugar y el humor es una de las claves para pasar un muy buen momento. Algunas actividades que puede proponer son: dígalo con mímica, pictionary gigante, un karaoke, baile de las sillas, juegos de preguntas y respuestas, adivinanzas. Sorteos y premios para los ganadores pueden ser un excelente motivo para que quieran participar.

Recuerda que siempre puedes contratar a alguien para alguna o todas estas actividades, pero, además de ahorrar bastante dinero, puedes encargarte de todo esto y luego disfrutar al máximo durante la fiesta!.

Dentro del proceso de capacitación que se ofrece al personal del área de secretariado, contamos con los siguientes:

Las secretarías ejecutivas somos la columna vertebral de las oficinas donde trabajamos. Debemos realizar muchas tareas diferentes mientras, al mismo tiempo, mantener al día las tareas y asistir a los ejecutivos.

Cuando nos referimos a la educación, por lo general, para los trabajos secretariales habituales, se necesitaba poseer un diploma o certificado, además de un par de años de experiencia. Sin embargo, para posiciones a nivel ejecutivo, es cada vez más común que los empleadores busquen postulantes con títulos universitarios.

Hablando de la experiencia, es habitual que los empleadores pidan experiencia laboral entre tres a cinco años, según el puesto. En el caso de las secretarías ejecutivas, deben poseer más años de experiencia a nivel ejecutivo, antes de que un empleador las considere para ocupar una vacante.

Hablemos sobre las capacidades técnicas, las secretarías ejecutivas debemos saber manejar muy bien los computadores y las máquinas de oficina como la fotocopidora, los escáneres y los conmutadores telefónicos de varias líneas.

Dentro de las capacidades organizativas, también se requiere que posean excelentes habilidades organizativas, ya que esto es fundamental para cumplir con las tareas diarias de la oficina en forma efectiva. Debemos poder organizar nuestros propios horarios, pero también el de nuestros gerentes. Ser capaces de desarrollar múltiples tareas, es una cualidad muy apreciada.

Las habilidades interpersonales, debido a que interactuamos con muchas personas, las secretarías ejecutivas debemos poseer excelentes

cualidades de comunicación. Debemos poseer un trato cordial y llano y saber relacionarnos con compañeros de trabajo, invitados y usuarios por igual.

Dentro del perfil, debe la secretaria ser una persona en la que se tenga plena confianza y que cumpla con las siguientes características:

- Buena presencia.- Persona de buen trato, amable, cortés y seria
- Excelente redacción y ortografía.- Facilidad de expresión verbal y escrita.-
- Persona proactiva y organizada.- Facilidad para interactuar en grupos.

### **Perfil de una Secretaria**

- Dominio de Microsoft Office, Internet, etc.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Aptitudes para la Organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Habilidades para el planeamiento, motivación, liderazgo y toma de decisiones.
- Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión.

### **Funciones de una Secretaria**

- Ser puntual en todas sus actividades
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa.
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos.

- Recibir e informar asuntos que tengan que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados y desarrollar bien el trabajo asignado.
- Evitar hacer comentarios innecesarios sobre cualquier funcionario o departamentos dentro de la empresa.
- Obedecer y realizar instrucciones que sean asignadas por su jefe.
- Mejora y aprendizaje continuo.

### **Secretaria = Confianza**

- Una buena secretaria debe ser acreedora de la máxima confianza.
- Su formación, solidez, discreción carácter, personalidad... es clave para que exista una relación de confianza absoluta y sea copartícipe de las fortalezas y debilidades de la empresa.
- Su compromiso, fidelidad e identificación con la empresa y las personas que la dirigen debe ser total.
- Si se consigue la empatía y confianza total entre el jefe y secretaria, se está dando un paso de gigantes en multitud de facetas.

### **La secretaria como gestora.-**

Una secretaria de alta dirección cada vez que toma el teléfono tiene que transmitir la importancia de la empresa y de su máximo representante, con tal maestría que se convierta en un factor de imagen invaluable para la empresa.

En otro orden de cosas, gestione hábilmente en un vuelo de largo recorrido un upgrade a firstclass.

Se ocupe de hacer llegar tres propuestas diferentes para una cena especial y la reserva en la mesa más especial.

En resumen, que sea posible que personas involucradas en la entrega de información, respuestas, proyectos, etc. cumplan en tiempo y forma con el Jefe.

Hacer valer la autoridad de su Jefe y de esta manera, la mente del jefe pueda descansar y ocuparse de cosas nuevas, con la confianza que su secretaria da un seguimiento y el pressing perfecto para que se ejecuten los temas tratados y acordados.

#### **Perfil de la secretaria emprendedora:**

- Capacidad para adaptarse a los cambios.
- Privilegiar las relaciones interpersonales y el conocimiento justo a tiempo de técnicas y principios de gestión.
- Estudiosa y lectora de todo tipo de libros y material sobre el cambio y mejoramiento organizacional.
- Tolerante a la incertidumbre con que se mueven los negocios.
- Con capacidad de crear, innovar e implementar.
- Con visión global del negocio de la empresa.
- Conocimiento de ingles
- Manejar la tecnología informática moderna para obtener información y conocimiento de valor agregado.
- Carácter, personalidad, hábitos y estilos proactivos y de alto estándar profesional.
- Una buena secretaria necesita aprender tanto como el jefe.
- Debe ponerse al día de todo lo que es importante en la empresa.
- Debe familiarizarse de cosas nuevas, aunque sean.

- Debe formarse continuamente, hacer cursos especializados y lo debe hacer en horarios extra, sin que afecte al normal desarrollo de cada día.
- Desarrollar y mantener relaciones productivas y respetuosas con los demás proporcionando un marco de responsabilidad compartida.
- Reconocer y aprovechar el talento de los demás, para integrarlos y lograr mayor efectividad en el equipo.
- Coordinar el propio trabajo con el de otras personas para el logro de objetivos en común, a través de la colaboración y el intercambio de ideas y recursos.
- Reconocer la interdependencia entre su trabajo y el de otras personas.
- Trabajar en cooperación con otros, más que competitivamente.
- Implemente un Sistema de Archivo: ¿Constantemente se encuentra examinando archivos para encontrar lo que busca? Tome algo de tiempo para poner sus archivos en un sistema intuitivo, manejable que mejor responda a sus necesidades. Durante este proceso, tome tiempo para purgar todos esos archivos innecesarios que ha estado guardando hace años. Cuando se trata de organización, piense en la forma en que quiere buscar los archivos en el futuro, y luego imprima las etiquetas de los archivos que necesita para hacer esto.
- Contestar teléfonos, transferir comunicaciones, tomar nota de recados, comunicar telefónicamente
- Manejar el archivo (general y personal), conservar un archivo especial.
- Manejar y mantener al día agendas, directorios, tarjeteros, entre otros.

## **CURSOS DE CAPACITACION A SECRETARIAS EMPRENDEDORAS.-**

### **Relaciones Interpersonales.-**

Las relaciones interpersonales en el trabajo y fuera de él, constituyen un papel crítico en una empresa. Aunque la calidad de las relaciones interpersonales en sí no basta para incrementar la productividad, sí pueden contribuir significativamente a ella.

Necesitamos conocer conceptos básicos de interacción humana. Entre otras cosas, parte de la responsabilidad de un directivo es saber escuchar a los empleados y a veces proporcionarles consejos. Diferencias individuales y culturales a veces pueden complicar las relaciones interpersonales, pero nuestra obligación es hacer de estas relaciones un agradable convivir diario.

### **Relaciones públicas.-**

Muchas son las definiciones que se han dado a las Relaciones públicas algunos totalmente alejadas de los reales objetivos y principios de esta disciplina.

Las Relaciones Públicas son una función directiva de carácter continuativo y organizado, por medio de la cual organizaciones e instituciones públicas y privadas tratan de conquistar y mantener la comprensión, la simpatía y el apoyo de aquellos públicos con los que están o deberán estar vinculados a través de la evaluación de la opinión pública sobre la obra propia, a fin de concordar en todo lo posible las orientaciones y procedimientos propios y obtener por medio de una información amplia y difundida, una cooperación productiva y una realización más eficaz de los intereses comunes".

## **Imagen personal.-**

La imagen personal es la carta de presentación que usted tiene hacia su entorno: sus clientes, proveedores, entidades financieras, colaboradores, entre otros, y no siempre es transmitida tal y cómo usted desea. A través de la guía práctica para mejorar su imagen y proyectar confianza, recordará y encontrará información, técnica y consejos que le permitirán controlar el cómo los demás le perciben, porque es diferente lo que usted desea decir con su forma de ser, de estar o de vestir y otra muy diferente lo que su entorno recibe.

Además y esto es importante, en otras ocasiones, le gustaría que su empresa y las personas que colaboran en ella, marcaran un estilo y una forma de actuar, que no siempre es fácil de comunicar o de incorporar. Decir a alguien que no le gusta la forma en la que viste, que algunos modales no son los mejores o que no se comunica de la forma adecuada o como a usted desea, es una tarea poco agradable y que puede producir algún que otro rechazo, pues podemos con una adecuada guía, mejorar la imagen y proyectar confianza que servirá, como entrenamiento para mejorar y modificar los hábitos que desea cambiar.

Existen varias normas que debemos conocer para que nuestra imagen personal sea la adecuada.

Dentro del arte de saber ser y estar, la cortesía, la comunicación y el protocolo, existen varios puntos que debemos tomar en cuenta para potencializar nuestra imagen personal:

- Debemos tener presente que el mimar nuestra imagen potencia nuestros valores personales.

- Existen claves que nos ayudarían a mejorar en la comunicación telefónica, porque es importante proyectar una buena imagen, pese a que no nos miran al responder una llamada.
- El momento del saludo es muy importante y debemos considerar manejar formas adecuadas para mostrar cortesía.
- Debemos aprovechar nuevas tecnologías para optimizar nuestra imagen personal.

Otros puntos, bastante importantes, que debemos tomar en cuenta son el momento de vestir con elegancia.

- Debemos saber que el vestir correctamente en el entorno profesional, es parte de la clave del éxito.
- Considerar la importancia de rentabilizar las compras en vestuario e ir perfectamente vestida, en toda ocasión.
- Descubrir la magia que significa el combinar el vestuario con el sentirse mejor.

Toda organización debe cuidar la imagen corporativa, es por eso que el apoyo incondicional de la secretaría ayudará en el cumplimiento de este logro. Sabemos que el momento de representar a una organización es importante considerar: su protocolo empresarial y el poder de los pequeños detalles (regalos).

El lenguaje corporal corresponde a más del 90% de una conversación, debemos conocer que según como nos movemos o expresamos, transmitimos una imagen personal diferente.

Es por esto que el lenguaje corporal puede usarse para ayudar a llevar a delante una entrevista, para hacer una presentación o para hacer una

venta importante, una conversación se extiende mucho más allá del discurso.

Un gesto vale más que mil palabras, habitualmente nos comunicamos con gente solo respondiendo a lo que está diciendo, pero hay muchas otras cosas involucradas, con nuestro lenguaje corporal podemos expresar mil palabras.

El lenguaje corporal es un aspecto importante para manejar una situación de forma exitosa, ya que no siempre podemos decir lo que sentimos en realidad. Esto significa actuar positivamente en situaciones negativas.

## **Ingles**

Tenemos muchas razones por la cuales debemos estudiar inglés, consideremos las siguientes:

- Es imprescindible para trabajar
- Acceso a más información
- Es el idioma universal
- Abrirá a nuevas culturas
- Viajaría sin problemas
- Es el idioma más aprendido
- Para superarse a sí mismo
- Mejora otras habilidades
- Elimina debilidades

Es tan importante estudiar inglés, de hecho se han descrito muchas y variadas razones para estudiar este idioma. Queremos ofrecer las más importantes, aparte de un poco de información sobre el idioma, y una lista

con consejos prácticos con los que se podría aprender inglés de una forma mucho más rápido y eficaz.

Estudiar inglés para trabajar, tal vez es la razón fundamental por qué estudiar inglés es tan importante, es porque el inglés es fundamental a la hora de encontrar trabajo. El inglés nos dará acceso a una mejor educación y por lo tanto a la posibilidad de un mejor puesto de trabajo. Nuestras oportunidades laborales se multiplicarán en cuanto dominemos el idioma. Tanto en áreas gubernamentales como en empresas multinacionales, sin importar el campo de trabajo, el inglés aportará siempre ventajas a la hora de ascender o acceder a otro puesto de trabajo, ayudándote a mejorar tu situación laboral actual.

Como superación personal aprender inglés es más fácil de lo que pensamos, y el orgullo que se siente cuando lo ha hecho es indescriptible. Recuerde que se hace camino al andar, y una vez superado el primer paso (decidir qué quieres aprender inglés), el resto viene seguido. A medida que vayan aumentando los conocimientos y vocabulario; cada vez que notes que entiendes mejor, tu confianza en ti mismo también irá aumentando. Perderá todos los miedos y se soltará a hablar en inglés sin pensarlo. ¡Supérate a ti mismo aprendiendo inglés!

Saber inglés significa poder expresarse de forma fluida y sin tropiezos, exponiendo nuestras ideas con orden y claridad ante un público nativo. Porque también significa entender y asimilar las ideas y respuestas que nos proporcionen otras personas, la radio, la televisión, así como los textos que leamos. Según investigaciones científicas, estudiar inglés o aprender una lengua en general produce ciertos estímulos en el cerebro que nos ayudan a mejorar nuestras habilidades en otras áreas como son la creativa, la resolución de problemas, el razonamiento o la habilidad mental.

## **Redacción oficial**

El uso correcto de la lengua con sus reglas gramaticales, permiten que el que lee, no tenga duda de lo que se quiso expresar, aunque haya pasado algún tiempo el uso correcto de los tiempos verbales, informa con exactitud la sucesión de los hechos narrados, así como el uso de palabras que definan estrictamente las cosas y no se presten a interpretaciones ambiguas, hace que el escrito pueda tener características de documento histórico.

Esto no impide que lo que se escribe, pueda tener expresiones que comparen o califiquen alguna impresión personal, pero debe quedar aclarado que es lo que es documental y que punto de vista personal.

Así podemos acceder a textos de muchos años, y leerlos hoy y traducirlos, prácticamente sin diferencias substanciales, dado a la precisión con que fueron escritos. Así antes, la profesión de redactor, o escribir, se refería a personas de reconocida idoneidad en la escritura.

## **Archivo.-**

La archivística se había mantenido centrada en buscar maneras de almacenamiento, conservación y restauración de documentos físicos, pero con la llegada de los medios digitales, la archivística tuvo que replantearse para dar cabida a las nuevas formas de almacenar y gestionar información.

La disciplina también se ocupa por el contexto donde se da dicha información y el uso que le será dado, y aunque esta profesión se haya relacionado frecuentemente con las bibliotecas y archivos grandes,

también ha dado paso al estudio de técnicas para pequeños archivos, como archivos familiares, o de pequeñas organizaciones.

Dentro de la archivística debemos tomar en cuenta sus funciones:

- Creación
- Evaluación (de)
- Crecimiento (adquisición)
- Clasificación
- Conservación (preservación)
- Descripción e indexación
- Difusión

### **Ortografía.-**

La ortografía es “la parte de la gramática que regula el modo correcto de escribir. La escritura representa mediante signos las letras, los sonidos de la lengua hablada.

Se ha constatado, cómo estas referencias citadas anteriormente definen a la ortografía en su sentido más estrecho, como una parte de la gramática que regula o establece normas para escribir correctamente, de esta forma se le da a la ortografía una función solamente instructiva.

Para la Gramática la ortografía es el arte de escribir correctamente las palabras en el sentido de representarlas con las letras apropiadas. La ortografía es considerada como “una de las partes más importantes de la gramática, por su indudable utilidad práctica, estudio auxiliar o complementario de las lenguas.

La importancia de este concepto radica en que “la ortografía es el resultado del conocimiento de la lengua y de la práctica, ésta será nuestra

mejor carta de presentación.

La ortografía debe estudiarse inseparablemente de la lengua. Sin embargo para hacerlo se debe decidir por alguna forma de división del problema, para lo cual debemos considerar necesario lo siguiente:

1. Uso correcto de letras por ejemplo la b-v, c-s-z, g-j, h, cuando escriben baca y no vaca, o cazar y casar entre otros; y signos que pueden provocar error.
2. Uso correcto de los acentos.
3. Empleo correcto de mayúscula.
4. Empleo correcto y diferenciado de homófonos, parónimos, antónimos y sinónimos).

La ortografía está basada en tres principios, los cuales se encuentran en:

1. En la etimología de las palabras.
2. En la pronunciación de las letras, sílabas y palabras.
3. En el uso que de las letras han hecho los que mejor han escrito.

Dentro de las características en escenarios actuales, donde salen adelante las que realmente están preparadas para enfrentar los retos, generar los cambios que el entorno demanda, afrontar exitosamente las amenazas, aprovechar las oportunidades, garantizando competitividad, buen servicio y por supuesto contando, con recursos óptimos que le ayudan a alcanzar los objetivos planificados, especialmente, con un equipo humano altamente capacitado, actualizado, de acuerdo a los conocimientos que el presente exige

La gerencia debe contar con una secretaria ejecutiva, que reúna las características que estas hoy deben tener para colaborar eficientemente con la gestión de la gerencia; una secretaria, que además de manejar adecuadamente las relaciones humanas, trato con el personal, usuarios,

debe saber administrar adecuadamente la agenda diaria de la gerencia, jerarquizar aquellas acciones, compromisos prioritarios de acuerdo a las exigencias que el cargo origina en su operatividad, debe saber jerarquizar las necesidades, ser objetiva en su planificación. Manejo de agenda y correspondencia interna y externa, soporte en tareas administrativas. Organización de reuniones, viajes, archivos.

Debe la secretaria ejecutiva saber que constituye un determinante punto de apoyo para la gerencia, compenetrarse con aquellas acciones que son determinantes en el desempeño exitoso de esta en su diario actuar, planificar, organizar sus acciones y establecer controles que les permitan garantizar resultados beneficiosos que favorezcan a la gerencia y todo lo que involucre a la empresa.

La gerencia por su parte está siempre atenta con respecto al desempeño, rendimiento, productividad, logros que realiza la secretaria, apoyándola en aquellas debilidades que pueden ser transformadas en fortalezas, con acciones, estrategias que generen el cambio requerido, aportarles capacitación, desarrollo, tolerancia, atención, que fortalezcan sus competencias.

Tomar muy en cuenta por ejemplo, lo que señala. El Club de las Secretarias, en relación

Consideramos, que la gerencia venezolana, caso que nos concierne, no descuide el gran potencial que tiene a través de sus secretarias y que realmente se comprometa en optimizar su desempeño, prestándole la colaboración a fin de desarrollar las competencias laborales, administrativas, funcionales, especialmente las actitudinales que han sido muy descuidadas, Sobre esta últimas se debe estar atento en todo aquello referente a:

- Auto confianza.
- Auto desarrollo.
- Auto motivación.
- Comunicación interpersonal.
- Disponibilidad.
- Gestión de conflictos.
- Gestión de recursos.
- Impacto e influencia

Están dadas las condiciones para modificar las formas tradicionales de las competencias requeridas para contar con el apoyo de un buen departamento de recursos humanos que permitan contratar a secretarías ejecutivas cónsonas a las exigencias que el presente demanda y garanticen un excelente desempeño de sus funciones, en pro de que la gerencia, cuente con un aval de colaboración en las acciones que le corresponden dentro de la gestión moderna de la administración.

### **Cultura organizacional.-**

#### **Fundamentos**

En cuanto a la Cultura Organizacional, Patricio Ferreira Núñez y Leonel Disla Cruz señalan que “La cultura de una organización se establece y se mantiene. La cultura original se deriva de la filosofía del fundador. Esto influye fuertemente en el criterio que se emplea en la contratación del personal. Las acciones de la alta dirección actual establecen el clima general de lo que es un comportamiento aceptable y de lo que no lo es” (pag.81)

En otras palabras, una organización no es más que el reflejo de un tiempo y un lugar determinados, como parte de la cultura general de la sociedad,

implica la adopción de valores y tradiciones que surgen desde su misma creación.

Entonces, se puede afirmar que “la cultura organizacional siempre ha existido dentro de los diferentes tipos de empresas de todas partes del mundo desde sus inicios. Siempre que se habla de filosofía de trabajo, también se está hablando de la cultura organizacional o de la forma de desempeño laboral que las empresas implantan y prefieren dentro de sus áreas operativas y de desarrollo”.

Entonces, la cultura organizacional es el conjunto de percepciones, sentimientos, actitudes, hábitos, creencias, valores, tradiciones y formas de interacción dentro y entre los grupos existentes en todas las organizaciones. La cultura organizativa es un concepto que empieza a tener importancia a finales de los 70 y principios de los 80, aunque en los años 30 la escuela de las relaciones humanas dedicaba un alto porcentaje de su atención, al estudio del aspecto humano de la empresa y se la considera precursora en el estudio de la cultura organizativa.

En este caso, es prioritario fijar los siguientes principios básicos para el desarrollo de la cultura organizacional:

- Orientación a los resultados, de forma que las metas establecidas se constituyan en el motor de las actividades.
- El cliente es el máximo valor de la organización, por tanto, su satisfacción es la premisa que asegurará el logro de las metas establecidas.
- Desarrollo de un código de conducta entre compañeros y hacia el cliente.
- Establecimiento de indicadores que permitan medir los logros corporativos.

## **Importancia de conocer la cultura organizacional**

La importancia de conocer la cultura organizacional radica principalmente en la posibilidad de “detectar problemas dentro de la organización para poder ofrecer solución a los mismos, integrar al personal bajo los objetivos que persigue la organización.

En este caso, se plantea formar equipos de trabajo dentro de la organización, que puedan interrelacionarse y hacer más fácil el trabajo, así como identificar las necesidades del personal para satisfacerlas de la mejor manera posible, para que se sientan motivados en su puesto de trabajo.

## **Las personas y las organizaciones**

En el análisis de la estructura de cualquier organización, vemos que ésta, “sea pública o privada, para lograr sus objetivos necesita de varios recursos, sin los cuales no podría realizar sus actividades. Estos recursos son materiales, financieros, humanos, administrativos y otros. Los recursos humanos participan en las organizaciones porque desarrollan sus habilidades, comportamientos, destrezas, experiencias, motivaciones, entre otros, y más que recursos en las organizaciones son parte integrante de las mismas. Por otro lado, constituyen el recurso más importante que los demás, porque pueden mejorar y perfeccionar el uso de los recursos materiales, financieros, administrativos y otros.

Considerando que el recurso humano es el componente más importante de la organización, hay autores como Londoño y Mesa que afirman que el ser humano es:

**Proactivo:** Es decir, que es capaz de hacer cosas y no solamente a reaccionar a los eventos.

**Social.-** El ser humano vive en contacto con las demás personas, formando grupos y relacionándose con ellos, con la finalidad de lograr un bien común.

**Un ser de necesidades.** Tiene carencias e insatisfacciones y su comportamiento está dirigido a la satisfacción de las mismas, es decir, que son las necesidades que el ser humano tiene, las que motivan a lograr satisfacerlas.

**Preceptor:** Puede captar la realidad que le rodea a través de sus sentidos, siendo ellos medios por los cuales el ser humano conoce el medio en el que vive.

**Evaluador:** El ser humano tiene la capacidad de reflexionar, comparar y sacar sus propias conclusiones.

**Seleccionador:** Tiene la capacidad de tomar decisiones.

Gracias a que las personas naturales y las organizaciones trabajan en conjunto para alcanzar objetivos organizacionales comunes, es posible hacer realidad planes y estrategias ya programados para el crecimiento y desarrollo de la organización. Claro que este trabajo coordinado trae consigo muchos problemas entre los intereses del personal y los de la organización.

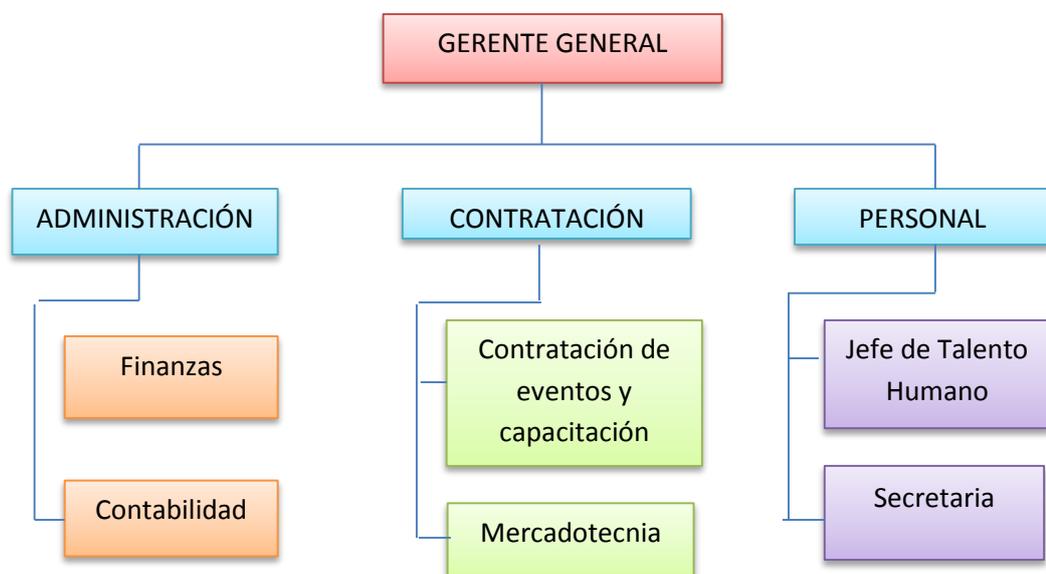
Una consecuencia del crecimiento de la organización y del personal que trabaja en ella es que los objetivos (generales y específicos) que en principio los unían con el tiempo tienden a cambiar y distorsionar los propósitos de ambas partes. Esto origina el enfrentamiento entre los

objetivos específicos de las personas y las organizaciones, pues, como señala Chiavenato: “La integración entre el individuo y la organización no es un problema reciente, pues las primeras preocupaciones surgieron con los filósofos griegos antiguos. Weber formuló la hipótesis de que la organización podía destruir la personalidad individual con la imposición de reglas y procedimientos capaces de despersonalizar las relaciones entre las personas.

Así, vemos la importancia que tiene la conformación y estructuración de organizaciones que posibiliten a los individuos alcanzar sus metas y lograr sus propósitos. En la medida que tengan éxito, las organizaciones sobrevivirán y crecerán. Cuando crecen, las organizaciones requieren mayor número de personas para la ejecución de sus actividades. Estas personas, al ingresar en las organizaciones, persiguen objetivos individuales diferentes de los que fundaron la organización. Esto hace que los objetivos organizacionales se alejen de modo gradual de los objetivos individuales de los nuevos participantes.

## Recursos Humanos

### Organigrama.-



## **Sistema de contratación personal**

La empresa requiere incorporar talento humano que llene los requisitos y competencias, por medio de los concursos externos. Para la contratación del talento humano que requiere la empresa, se deberá disponer de un procedimiento definido, con medios y canales apropiados para atraer candidatos calificados.

Teniendo en cuenta las diferentes fuentes de requerimiento de personal, se puede distinguir

Se realizarán convocatorias a través de avisos clasificados en medios de comunicación, solicitudes a universidades, institutos y escuelas acreditadas, internet y otras fuentes de mercado.

Competencias.- Los perfiles para los puestos previamente señalados son:

### **Gerente General:**

Perfil académico-profesional

- ✓ Profesional en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas.

Experiencia Profesional

- ✓ Mínimo 2 años de experiencia en cargos administrativos, con énfasis en gerencia de negocios.

Conocimientos Complementarios

- ✓ Estrategias de marketing
- ✓ Conocimientos en Planeación

Funciones

- ✓ Es el máximo responsable de la perfecta dirección y gestión del negocio.
- ✓ Responde a unas directrices o a una política de empresa determinada dentro de la cual tiene flexibilidad de gestión.

#### Competencias

- ✓ Planifica, con la participación del personal, las actividades anuales, mensuales y diarias.
- ✓ Define, en coordinación con el personal, las metas semanales, mensuales y anuales en contratación y cobranzas.
- ✓ Delega e incentiva las actividades para cada puesto.
- ✓ Supervisa el cumplimiento de las metas organizacionales.

#### Responsabilidades

- ✓ Gestiona el personal a su cargo, organización, distribución y supervisión del trabajo.
- ✓ Se encarga de la contratación del personal a su cargo así como de su capacitación.
- ✓ Controla los reclamos y sugerencias de los clientes.

#### **Administración**

##### Perfil académico-profesional

- ✓ Profesional en Ingeniería Comercial, Administración de Empresas.

##### Experiencia Profesional

- ✓ Mínimo 1 año de experiencia en cargos administrativos, con énfasis en gestión administrativa.

##### Conocimientos Complementarios

- ✓ Gestión del talento humano.

- ✓ Manejo de sistemas informáticos e internet

#### Funciones

- ✓ Responsable de la administración del talento humano y los recursos financieros, debiendo supervisar el cumplimiento de las metas y planes organizacionales, con el involucramiento necesario para posibilitar a los funcionarios subalternos desarrollar sus capacidades, iniciativa y creatividad.

#### Competencias

- ✓ Organiza la información existente en coordinación con el personal a su Cargo
- ✓ Gestiona los pagos, según rol y bonos.
- ✓ Firma y autoriza los cheques para las cuentas por pagar.
- ✓ Controla el desempeño laboral del personal.

#### Responsabilidades

- ✓ Reclutamiento, selección y desarrollo del personal
- ✓ Manejo de las finanzas

#### **Contratación**

##### Perfil académico-profesional

- ✓ Profesional en Ingeniería Comercial, con mención en mercadotecnia

##### Experiencia Profesional

- ✓ Mínimo 1 año de experiencia en cargos gerenciales, con énfasis en mercadotecnia

##### Conocimientos Complementarios

- ✓ Gestión de talento humano
- ✓ Manejo de sistemas informáticos e internet

### Funciones

El Responsable de contratación tiene a su cargo el manejo del personal que se vincula directamente con los clientes, tanto instituciones públicas y privadas, como con la ciudadanía en general, planea y ejecuta cualquier cambio, modificación o mejora en los procesos y estrategias de comercialización.

### Competencias

- ✓ En coordinación con el responsable de administración, reclutar, seleccionar, capacitar, promover o despedir a los trabajadores, según las necesidades de la empresa y el desempeño individual de los trabajadores contratados.

### Responsabilidades

- ✓ Reclutamiento, selección y desarrollo del personal
- ✓ Asignación de tareas y actividades, creación y supervisión de equipos de trabajo
- ✓ Elevar informes periódicos a la Gerencia General sobre el desempeño laboral de sus subalternos.

### **Contador**

#### Perfil académico-profesional

- ✓ Licenciado en Contabilidad o Administración de Empresas

#### Experiencia Profesional

- ✓ Mínimo dos años de experiencia en cargos similares

#### Conocimientos complementarios

- ✓ Negociación y manejo de conflictos
- ✓ Manejo de sistemas informáticos

#### Funciones

- ✓ Mantener actualizado el estado de cuentas de los clientes, negociando acuerdos de prórroga o pago en plazos, cuando sea necesario, y reportar cualquier incidente crítico a la Gerencia  
Generar reportes semanales sobre los pagos percibidos.

#### Competencias

- ✓ Mantener al día información relativa al estado de cuentas de los clientes, identificando las cuentas en mora, así como el seguimiento de las mismas

#### Responsabilidades

- ✓ Mantener las cobranzas por cuentas mensuales en un mínimo de 90% de cumplimiento

#### **Secretaria**

#### Perfil académico-profesional

- ✓ Bachillerato completo. Curso de secretariado ejecutivo computarizado o auxiliar de oficina, conocimientos contables básicos

#### Experiencia Laboral

- ✓ Mínima un año.

### Conocimientos complementarios

- ✓ Sistemas informáticos

### Funciones

- ✓ Mantener organizada la información física y electrónica de la empresa.
- ✓ Presentar y recuperar documentos
- ✓ Planificar reuniones y conferencias
- ✓ Planificar y organizar actividades de trabajo
- ✓ Usar técnicas de comunicación oral y escrita

### Responsabilidades

- ✓ Organizar los documentos de entrada/salida, manteniendo control de los documentos físicos y electrónicos
- ✓ Informar sobre requerimientos de suministros y material
- ✓ Convocar a las conferencias
- ✓ Programar las salas de reuniones
- ✓ Recopilar datos numéricos
- ✓ Elegir el programa informático para las tareas de oficina
- ✓ Responder a las preguntas y consultas del público en general
- ✓ Asegurarse de que las normas, regulaciones y políticas son entendidas por todos los empleados, y
- ✓ Supervisar la dirección de las políticas del programa o de la organización.

### **Empresa**

Legal.-

Tipo de sociedad: En el aspecto legal, la empresa será una sociedad anónima de responsabilidad limitada. La sociedad anónima es la sociedad mercantil que mejor se acomoda a las proyecciones de la empresa propuesta. Este tipo de sociedad es viable por cuanto el proyecto requerirá financiación externa en forma de emisión de obligaciones

Nombre de la compañía: El nombre de la sociedad es único y no debe existir en el mercado ninguna otra denominación igual, por el riesgo de confusión. Para evitar tal situación, será necesario presentarse previamente a las instancias respectivas para verificar la existencia o no de entidades similares con las cuales el público podría confundir a la empresa.

El nombre de la empresa es "Eventos y Capacitación 100%", tomando en cuenta la legislación nacional, ya que el Art. 144 de la Ley de Compañías establece sobre el particular.

**Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.**

**Las personas naturales o jurídicas que no hubieren cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de una compañía anónima, no podrán usar en anuncios, membretes de carta, circulares, prospectos u**

**otros documentos, un nombre, expresión o siglas que indiquen o sugieran que se trata de una compañía anónima. ...”.**

En cuanto al capital social, éste se encuentra conformado por la suma de las aportaciones de los socios y se configura en acciones, expresando su valor en dólares americanos (USD). El capital social propuesto para la empresa es de USD 40.000.

También se considerarán las aportaciones no monetarias, mismas que estarán sujetas a valoración por parte de un perito independiente nombrado por la Superintendencia de Compañías. El informe del referido perito debe acompañar a la escritura de constitución

Domicilio legal.- Es la dirección exacta donde estará ubicada la empresa, y que constará en los estatutos sociales, existiendo siempre la posibilidad de crear las sucursales tanto dentro como fuera del territorio local, en función al crecimiento de la empresa. En este caso, la empresa estará domiciliada en la calle Sucre y Colón, Ibarra, Prov. Imbabura, República del Ecuador.

Objeto social.- El objeto social de la empresa, como se describió en anteriores subcapítulos, es brindar a demandantes la organización efectiva de eventos protocolares, de etiqueta, sociales y capacitación a funcionarios en el área de secretariado.

Socios.- Los socios de la empresa “Eventos y Capacitación” son Natasha Nohella Cevallos Torres y Luis Guillermo Torres.

Órgano de Administración.- El órgano de administración corresponde al tipo de Administrador único (Gerente General).

## Constitución

Costos de constitución.- Para que LA EMPRESA se encuentre legalmente constituida como empresa, se debe cumplir una serie de requisitos, que se describen a continuación:

- ✓ Costos notariales y honorarios de abogado, en función del tamaño
- ✓ En prensa pública El Norte
- ✓ Cálculo para un capital de USD 40.000.00

NOTA GENERAL: Los tiempos de tramitación corresponden a la Ventanilla Única Empresarial, que opera en la Cámara de Comercio de Ibarra. Aparte de la obtención del RUC en el SRI.

Régimen de constitución.- Las compañías o empresas pueden ser clasificadas en anónimas, limitadas, en nombre colectivo, comanditas o mixtas, dependiendo del número de socios y del capital aportado. La empresa adoptará la modalidad de compañía anónima la cual se define como: "Sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones." Cabe recalcar que esta compañía se forma con 2 socios y un capital de \$40.000, dólares americanos. Es necesario contar con un administrador para mantener informados a los socios lo que sucede con su capital de inversión.

A continuación, se detalla la minuta de constitución de la compañía.

Descripción de los servicios requeridos.- El paquete de diseño de página web y la creación de dominio deben cumplir las siguientes especificaciones técnicas:

Dominios: 1

Almacenamiento: 2 GB

Trasferencia mensual: 10.000 Mb

Seguridad: POP, SMTP, IMAP, FTP & SSH, Webmail - Horde, SquirrelMail &

RoundCube

Spam & Protección de Virus Autoresponders

Protección de directorios con passwords

Especificaciones del email publicitario.- Se requiere desarrollar el Servicio de Marketing a través de Correo Electrónico o e-mailing, que es un sistema que permite enviar masivamente mediante un e-mail publicidad electrónica completamente dinámica, a una base de datos de cierto número de contactos. Este sistema publicitario apoya la campaña de promoción, logrando los siguientes beneficios para el negocio:

- Aumenta el volumen de visitas al sitio de la empresa.
- Posibles clientes potenciales
- Dar a conocer los servicios que la empresa brinda
- Obtener resultados a un bajo costo

Con este servicio, la empresa puede enviar su publicidad las 24 horas del día los 365 días del año. Se requerirá información relativa a:

- Tiempo de envío y servicios agregados.
- Entrega de reporte del envío total.
- Tiempo de envío
- Diseño
- Publicidad
- Formulario de contacto dinámico

Los detalles del producto y normas aplicables son:

- Ejecución de una prueba de envío antes de realizar el envío final

- El envío se deberá realizar en dos partes para garantizar efectividad en el envío y una mayor cantidad de respuestas

Se debe garantizar el buzón de entrada en un 90% en gmail, yahoo, corporativos, entre otros, y un 75% en casos de Hotmail.

La empresa proporcionará los siguientes datos para el envío:

- Asunto
- Remitente
- Mail de respuestas

## Presupuesto

El presupuesto para la contratación de los servicios de diseño web y creación del dominio, así como las tareas accesorias, es el siguiente:

<i>Cantidad</i>	<i>Descripción</i>	<i>V. Unitario</i>	<i>V. Total</i>
1	Página WEB Autoadministrable y Autoeditable, Sistema en el que usted tiene el control total de su página web. Cuentas mail ilimitadas, con dominio propio <a href="mailto:empresa@dominio.com">empresa@dominio.com</a> Inclusión de fotografías ilimitadas Creación de subpáginas ilimitadas. Creación de Formularios ilimitados. Dominio y Hosting 2 GB por 1 Año Base de datos de registromails y usuarios Galería de imágenes dinámicas o catálogo de Productos Buscador Interno	500	500
1	<b>Traducción Simultánea a más de 40 Idiomas</b> Compatible "Celular Web" Cabeceras Animadas	500	500
1	<b>Posicionamiento Web en todos los buscadores populares.</b> - Google. Lycos - Altavista, MSN - y Yahoo.	500	500

	"A definir palabras claves por el cliente", de 20 a 25 Creación de Blog De Noticias Actual		
1	<b>Envío de Publicidad.</b> Email Marketing a 100.000 mails corporativos	500	500
1	<b>Posicionamiento en Redes Sociales. 2.0</b> Facebook Twitter Blog YouTube) - Inclusión 2.0	100	100
1	<b>Contador de visitas con datos reales de visitas.</b> Por país y por click. Cuadros Estadísticos de visitas - O Mensuales. - Quincenales. Semanales. Galería Dinámicas de Proyectos Realizados	100	100
1	<b>Sistema PayPal</b> Compras en Línea. Pago On Line. Chat o Foro Sistema de registro en línea Usuarios y contraseñas Asesoría en Marketing y publicidad en internet Capacitación WebMarketing, para la administración web Publicación de Video Empresarial, entregado por la empresa	100	100
	<b>SitioWeb Certificado ISO QWeb (0 - 10 pts.)</b> Sistema de Encuestas y preguntas frecuentes	340	340
Subtotal			2640
IVA 12%			316.80
			2956.80

**Fuente: Proformas solicitadas a empresas locales**

## ESTUDIO FINANCIERO

Incluye el desembolso de dinero en la adquisición de bienes de producción, tanto tangibles como intangibles (excluyendo la educación, ya que el personal a ser contratado provendrá de diversas universidades cuya misión es preparar académicamente al personal que se debe desempeñar en la empresa). La inversión específica será en la oficina que

brindará servicios profesionales en el área de secretariado de la ciudad de Ibarra, que prestará los servicios señalados anteriormente, con la finalidad fundamental de satisfacer al mercado local.

La inversión en este negocio, como en cualquier otro, es necesaria para iniciar las actividades. La inversión debe ser ejecutada en sujeción a un presupuesto, el cual es el resultado de un profundo análisis, para determinar los requerimientos reales que tenga la empresa, de forma que no se destine menor capital al requerido para el total de actividades, ni se las sobredimensione, por cuanto una menor inversión de la requerida podría derivar en demoras o con la compra de maquinaria y equipo de menor calidad, en determinados casos.

Un sobredimensionamiento podría derivar en la adquisición de un crédito por encima del necesario, con lo cual se incrementaría una deuda inútil.

En nuestro país, resulta poco atractivo invertir en el sector privado. La desconfianza en los sistemas judiciales y tributarios, así como la inestabilidad política, hacen que el mismo ecuatoriano sea renuente a invertir. Cuando se produce la inversión, el inversionista desea recuperar todo lo antes posible y con una reinversión mínima. Eso es algo muy arraigado en la cultura del inversor nacional, lo que da como resultado emprendimientos a medias en diversas áreas.

En el caso puntual de nuestra empresa, se hace necesaria una inversión cuya cuantía, si bien es alta, de nada serviría sino estuviera acompañada de la inversión en el mejor capital humano. Además, debe recordarse que esta empresa no comercializara un producto tangible (bien) sino un servicio. Para cumplir la misión con que se crea, se debe invertir en el equipamiento y mobiliario acordes a sus requerimientos.

Para identificar apropiadamente las inversiones necesarias, es importante responder las siguientes preguntas básicas

¿Qué objetivos cumple la compra de estos activos para la empresa?

Esta pregunta, aplicada a cada activo, sea tangible o intangible, posibilita descartar lo innecesario e incluir lo necesario. Necesarios para la empresa son los equipos de computación, muebles, vehículo, servicios telefónicos, de internet, así como el pago al personal y otros gastos más derivados de la actividad empresarial, de forma que se tenga asegurado un retorno por la inversión

Los activos en los que se invertirá son:

INVERSIÓN		
Detalle	Precio Unitario	Valor Total
<b>A.- Inversión Fija</b>		
<b>Instalaciones – Oficina</b>		
Arriendo	400.00	\$ 400.00
<b>Maquinaria, Equipo y Materiales</b>		
Computador	1.200.00	1.600.00
Impresora multifunción	250.00	1.850.00
Teléfono inalámbrico	110.00	1.960.00
Televisor plasma	1.200.00	3.160.00
Resmas de papel bond	25.00	3.185.00
Esferos	12.00	3.197.00
Lápices	6.00	3.203.00
Marcadores	10.00	3.213.00
Grapadora	8.00	3.221.00
Perforadora	6.00	3.227.00
Dispensador de cinta adhesiva	9.00	3.236.00
Otros materiales	15.00	3.251.00
<b>Muebles y Enseres</b>		
Mesas de trabajo (2)	400.00	3.651.00
Sillas ergonómicas (2)	350.00	4.001.00
Mesa de reuniones (1)	200.00	4.201.00
Sillas metálicas (4)	320.00	4.521.00

Archivado (2)	240.00	4.761.00
Pizarra	320.00	5.081.00
<b>TOTAL INVERSION FIJA</b>		<b>5.081.00</b>
<b>B. Capital de trabajo</b>		
Sueldos empleados	800.00	800.00
Servicios básicos	170.00	170.00
<b>TOTAL CAPITAL DE TRABAJO</b>		<b>970.00</b>
<b>C. Inversión diferida</b>		
Estudio de mercado	200.00	200.00
Gastos de constitución	500.00	700.00
<b>TOTAL INVERSION DIFERIDA</b>		<b>700.00</b>

<b>TOTAL INVERSION (A + B + C)</b>	
<b>Inversión Fija</b>	<b>5.081.00</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>4.170.00</b>
<b>Inversión diferida</b>	<b>700.00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>9.951.00</b>

Los equipos se renuevan cada 2 años. Con cada renovación vienen las licencias de Windows especializado, no se requiere software especializado adicional.

La comunicación es una actividad vital en las relaciones humanas, y en el caso de las empresas, posibilita el permanente intercambio de información, fundamental para la toma de decisiones, lo cual no sería posible sin los recursos tecnológicos disponibles,

El mobiliario se renueva cada 3 años, a fin de tenerlos en óptimas condiciones.

Debe recordarse que algunos de estos bienes pueden ser vendidos recuperando una parte de inversión, pero otros, se dan de baja un año

después de adquiridos. Otros dispositivos, como el teléfono o la televisión, pueden ser

Utilizados por un tiempo adicional, llegando incluso a los 5 años pero se fija los referidos como promedio, de forma que se considere su reinversión en el período citado

Depreciación				
Concepto	Unidad	cantidad	Precio unitario	Precio total
Vehículo	Unidad	1	12000	12000

En el siguiente cuadro se detallan los activos intangibles del negocio

Concepto	Unidad de medida	cantidad	Precio Unitario	Precio total
Capacitación	Unidad	1	500	500
Gastos de constitución – permisos y patentes	Unidad	1	2600	2600
Portal web	Unidad	1	3000	3000
Total activos intangibles				6100

Los diferentes activos serán adquiridos del comercio formal establecido en el país, es decir en tiendas de computadoras y muebles, así como concesionarios de vehículos.

El portal web será desarrollado con el apoyo del Ing. Marcelo Tamayo, Ingeniero en Sistemas Computacionales.

El mobiliario será adquirido de las tiendas de mueble que satisfagan los requerimientos en diseño, costo, funcionalidad y elegancia, así como el precio del producto, a fin de darle a los ambientes de la oficina la seriedad y comodidad requeridos, sin dejar de considerar el costo accesible. Estos muebles pueden ser renovados en las mismas tiendas en que se adquieran, en caso de darse las circunstancias para ello, o bien de otros locales comerciales que en su momento se analizaría.

Los equipos de computación deberán contar con el software legal instalado y las licencias respectivas, para una mejor productividad por los percances habituales que presenta el software ilegal, más conocido como “pirata”.

La renovación de equipos y sistemas se dará en función a las exigencias del mercado y en consideración al deterioro paulatino que estos sufren posibilidad de recuperar una parte de la inversión original.

En cuanto al vehículo, éste será adquirido de un concesionario legalmente establecido en el que se adquiere.

La constitución, los permisos y patentes serán tramitados ante cualquier notaría de la ciudad de Ibarra y Municipio de la misma ciudad.

Los activos serán renovados periódicamente, conforme cumplan su vida útil, analizando las mejores opciones del mercado disponible en ese momento, cotejando las diferentes ofertas.

En caso de adquirir una deuda, esta será amortizada durante los años 1 a 5, destinando una parte de los ingresos, en un porcentaje fijo, antes de calcular el impuesto a la renta y las utilidades de los trabajadores.

Servicios.- En cuanto al arriendo de la oficina hemos establecido un costo mensual de 450 dólares, que resultan en 5.400 dólares anuales. Estos son valores razonables, que se establecieron a partir de una pequeña investigación usando la sección de clasificados de la prensa local. En caso de requerirse un cambio de local, se buscarían opciones similares. En caso de crecimientos no contemplados, se efectuaría en el futuro una revisión detallada de las mejores alternativas que ofrece el mercado.

En cuanto a la publicidad de la empresa, se deben hacer esfuerzos constantes por posicionarse en la mente del cliente. Para esto tenemos destinados un presupuesto de 4.500 dólares anuales.

En cuanto al combustible del vehículo, que tendrá varios usos, así como el mantenimiento del mismo tenemos un estimado de 6.000 dólares anuales. Todo esto basándonos en la experiencia del uso de vehículos en empresas.

#### Análisis de sensibilidad

Ibarra, es la ciudad para la cual se desarrolló este proyecto, y si algo nos ha enseñado la historia es que nuestra ciudad, es que está en constante cambio. Para bien o para mal, podemos vernos enfrentados a diversos escenarios dentro del horizonte de este proyecto.

El análisis de sensibilidad nos permite determinar el impacto que tendrán las diferentes variables sobre el proyecto, relativas a la reducción del precio de los servicios, incremento o reducción en el número de clientes.

## **6.7. Impactos de la Propuesta**

Esta guía servirá a todas las secretarías de las instituciones públicas o privadas para mejorar el desempeño profesional y poder obtener el éxito deseado para alcanzar las metas y objetivos planteados. Permitirá ayudar al personal administrativo, donde deberán puntualizar las principales funciones de acuerdo a las clases de departamentos para el cual presta sus servicios, ella se encarga de administrar un organismo, oficina o dependencia considerada como pilar o eje fundamental de una empresa.

Esta propuesta permitirá aplicar una excelente comunicación interna y externa en las instituciones

Capacitación en forma constante al personal administrativo de la organización.

Proyectar una imagen positiva y acertada para el bienestar de los clientes o usuarios.

Saludar con cortesía y amabilidad a los clientes y concederles el tiempo necesario para que exprese sus inquietudes y deseos.

### **6.7.1. Impacto Social.-**

El impacto social, si se implementa esta propuesta será efectivo, porque al instalar una oficina que brinde servicios profesionales en el área de secretariado, se brindará confianza al usuario, por lo tanto este estará motivado y tendrá la seguridad de que sus servicios requeridos serán cumplidos a cabalidad, por lo tanto seremos un referente a nivel cantonal

en la organización de eventos sociales, protocolares y de etiqueta, además de capacitación.

### **6.7.2. Impacto ético**

La propuesta causará también un impacto ético, ya que la oficina proyectara una imagen corporativa confiable, ganando credibilidad, gracias a los servicios que ofrece, la ética se verá reflejada en los eventos que se organizarían y en la capacitación que se brindaría a funcionarios de instituciones públicas y privadas, cumpliendo sus funciones con efectividad. La propuesta permitirá que se brinde un servicio efectivo creando una cultura de mejoramiento continuo.

### **6.7.3. Impacto metodológico**

Se alcanzará un impacto metodológico con esta propuesta porque se logrará aportar al mejoramiento continuo con la capacitación que se ofrece al usuario.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

ACED, Cristina (2013), *Relaciones Públicas 2.0. Como gestionar la comunicación corporativa en el entorno digital*, 1ra. Edición en lengua castellana, Barcelona, Editorial UOC.

ALGUACIL, Raquel (2010), *Imagen personal*, 1ra. Edición, España, Editorial Vértice.

ANGÚLO, Eleazar (2012 libro electrónico), *Administración y planificación del tiempo. La gestión empresarial*, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

ANTONY, Martín (2010) *Como superar la timidez y el miedo a hablar en público*, 1ra. Edición en lengua española, Barcelona, Profit Editorial.

CABERO, Cristina (2012) *Organización de reuniones y eventos*, 1ra. Edición, España, Ediciones Paraninfo S.A.

CABERO, Cristina (2012) *Gestión de protocolo*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Paraninfo.

CASTILLO, Antonio (2009), *Relaciones Públicas. Teoría e Historia*, 1ra. Edición en lengua castellano, Barcelona, Editorial UOC.

CUATRECASAS, Lluís (2012), *Gestión de la calidad total: Organización de la producción y dirección de operaciones*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

CUESTA, Ubaldo (2012), *Planificación estratégica y creatividad*, 1ra. Edición, Madrid, Esic Editorial.

ENA, Belén & Delgado Susana (2012) *Recursos Humanos y responsabilidad social corporativa*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Paraninfo S.A.

EDITORIAL, Vértice (2010), *Dirección de Recursos Humanos*, 2da. Edición, España, Editorial Vértice.

EDITORIAL, Vértice (2010), *Gestión de la atención al cliente / consumidor*,

1ra. Edición, España, Editorial Vértice.

FERNÁNDEZ, Andrés (2010), *Creatividad e innovación en empresas y organizaciones: Técnicas para la resolución de problemas*, 1ra. Edición electrónica, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

FERNÁNDEZ, Dolores & Fernández Elena (2010), *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Paraninfo.

FERNÁNDEZ, Esteban (2010), *Administración de empresas. Un enfoque interdisciplinar*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Paraninfo.

FERNÁNDEZ, Ricardo (2010), *La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa*, 1ra. Edición, Alicante, Editorial Club Universitario.

GARCÍA, Mariola (2011), *Las claves de la publicidad*, 7ma. Edición, Madrid, Esic Editorial.

GIL, María & Giner Fernando (2013), *Como crear y hacer funcionar una empresa*, 9na. Edición, Madrid, Esic Editorial.

GRIFUL, Eulalia & Canela Miguel (2010), *Gestión de la calidad*, 4ta. Edición, Barcelona, Ediciones UPC.

JIMÉNEZ, Daniel (2011) *Manual de Recursos Humanos*, 2da. Edición, Madrid, ESIC Editorial.

JEREZ, José & García Álvaro (2010), *Marketing internacional para la expansión de la empresa*, 1ra. Edición, Madrid, Esic Editorial.

MARTÍNEZ, María del Carmen (2012), *Administración y planificación del tiempo. La gestión empresarial*, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

MATILA, Kathy (2009), *Conceptos fundamentales en la planificación de las Relaciones Públicas*, 1ra. Edición, Barcelona, Editorial UOC.

MAXWELL, John (2009), *Desarrolle el líder que está en usted*, 1ra.

Edición en español, Tennessee, EE.UU. Editorial Caribe.

MAXWELL, John (2012), *Capacitación 101, lo que todo líder necesita saber*, 2da. Edición en español, Tennessee, EE.UU. Editorial Caribe.

MORALES, Maribel (2013), *Analítica Web para empresas: Arte, ingenio y anticipación*, 1ra. Edición formato digital, Barcelona, Editorial UOC.

MUÑOZ, María Soledad (2010), *Protocolo y Relaciones Públicas*, 1ra. Edición Madrid, Ediciones Paraninfo S.A.

OTERO, María Teresa (2009), *Protocolo y Organización de eventos*, 1ra. Edición, Barcelona, Editorial UOC.

OTERO, María Teresa (2009), *Protocolo y Empresa*, 1ra. Edición, Barcelona, Editorial UOC.

PALENCIA, Manuel (2011), *90 Técnicas de Comunicación y Relaciones Públicas. Manual de Comunicación Corporativa*, 2da. Edición, Barcelona, Profit Editorial.

PALOMARES, Ricardo (2012), *Marketing en el punto de venta*, 2da. Edición, Madrid Esic Editorial.

PINTADO, Teresa & Sánchez Joaquín (2013), *Imagen Corporativa, influencia en la gestión empresarial*, 2da. Edición, Madrid, Esic Editorial.

PUCHOL, Luis (2012 libro electrónico), *Dirección y Gestión de Recursos Humanos*, 7ma. Edición, Madrid, Ediciones Díaz de Santos.

RIVERA, Jaime & Garcillán Mencía (2012), *Dirección de Marketing: fundamentos y aplicaciones*, 3ra. Edición, Madrid, Esic Editorial.

RODRIGUEZ, Marta (2010), *Gestión de la formación*, 3ra. Edición, España, Ideas Propias Editorial.

SASTRE, Miguel (2009), *Diccionario de Dirección de Empresas y Marketing*, 1ra. Edición, Madrid, Editorial del Economista.

SESCOVICH, Sonia (2009), *La gestión de personas, un instrumento para*

*humanizar el trabajo*, 1ra. Edición en español, Montevideo, Editorial Amertown International S.A.

TOLEDO, Jaime (2011), *La estrategia del éxito, herramienta intelectual para triunfar en la vida*, 1ra. Edición en español, Montevideo, Libros en Red.

VENTURA, Belén (2012), *Operaciones Administrativas de Recursos Humanos*, 1ra. Edición, Madrid, Ediciones Paraninfo.

VERDÚ, Fernando (2013), *Gestión Administrativa del Proceso Comercial*, 1ra. Edición, Malaga, IC. Editorial.

[www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/oal/teoria\\_organizaciones.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/oal/teoria_organizaciones.html).

<http://www.gerencie.com/capitacion-del-personal.html>

<http://licen-tec-educ-aportes.blogspot.com/2012/05/impacto-tecnologico.html>

<http://www.eumed.net/libros-gratis/2007b/302/debate,%20coloquio,%20foro,%20panel.htm>

[http://www.ehowenespanol.com/realizar-seminario-exitoso-como\\_212269/](http://www.ehowenespanol.com/realizar-seminario-exitoso-como_212269/)

<http://www.tareasya.com.mx/index.php/tareas-ya/secundaria/espanol/tecnicas-de-exposicion/1704-Mesas-redondas,-organizaci%C3%B3n-y--material..html>

<http://es.wikihow.com/organizar-una-conferencia>

<http://www.eventplannerspain.com/ideas-y-consejos-eventos/c%C3%B3mo-planificar-y-organizar-un-evento>

<http://blog.eventioz.com/generales/como-organizar-una-fiesta-en-tu-casa-y-disfrutarla/>

[http://www.ehowenespanol.com/requisitos-secretaria-ejecutiva-hechos\\_132875/](http://www.ehowenespanol.com/requisitos-secretaria-ejecutiva-hechos_132875/)

<http://es.slideshare.net/dlhuerta/una-buena-secretaria-debe-ser>

<https://es.answers.yahoo.com/question/index?qid=20090227130829AAgvbbU>

<http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/perfil-de-la-nueva-secretaria-ejecutiva.htm>

<http://es.wikipedia.org/wiki/Archiv%C3%ADstica>

<http://www.monografias.com/trabajos62/ejercicios-ortografia-secundaria/ejercicios-ortografia-secundaria2.shtml>

<http://www.monografias.com/trabajos5/relhuman/relhuman3.shtml>

<http://www.microsoft.com/business/es-es/Content/Paginas/article.aspx?cbcid=408>

[http://www.tuimagenpersonal.com/contenidos/lenguaje\\_corporal.php](http://www.tuimagenpersonal.com/contenidos/lenguaje_corporal.php)

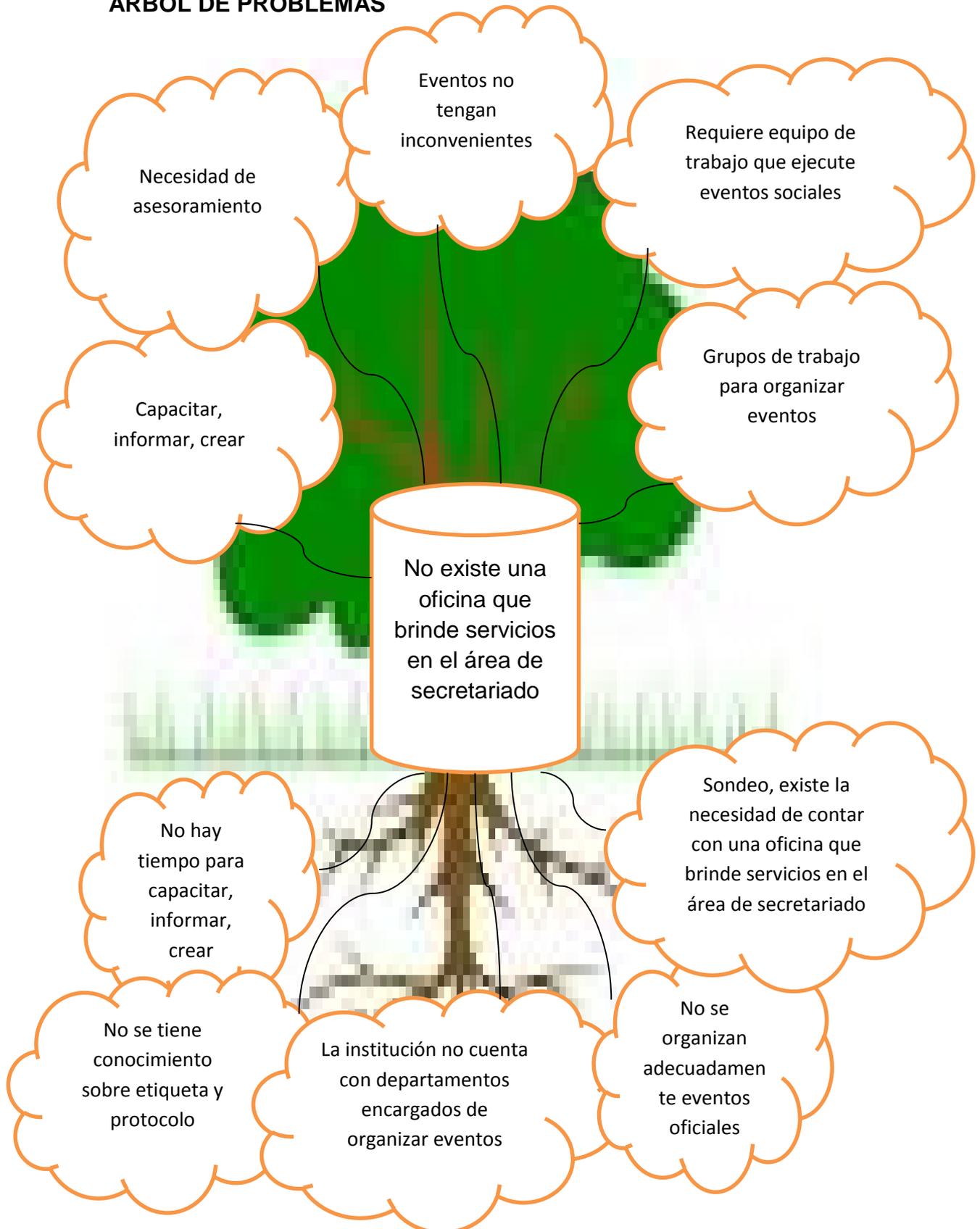
<http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/30/1/E-STUDIO%20DE%20FACTIBILIDAD%20PARA%20LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20EMPRESA%20DE%20NEGOCIOS%20INMOBILIARIOS,%20ASESOR%C3%8DA%20FINANCIERA%20Y%20LEGAL%20EN%20EL%20AMBITO%20NACIONAL%20E%20INTERNACIONAL.pdf>

Protocolo y Etiqueta (2010). Disponible en [www.protocolo.org](http://www.protocolo.org).

Citas y frases célebres (2011). Disponible en [www.sabidurias.com](http://www.sabidurias.com).

# ANEXOS

## ARBOL DE PROBLEMAS



## MATRIZ DE COHERENCIA

<p><b>TEMA:</b></p> <p>Estudio de factibilidad para la creación de una oficina para brindar servicios profesionales en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra.</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Determinar las condiciones de factibilidad para la creación de una Oficina que brinde servicios en el área de secretariado mediante la aplicación de instrumentos de recopilación de información para implementar este servicio técnico en la ciudad de Ibarra.</p>
<p><b>INTERROGANTES DE INVESTIGACION</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuáles son las necesidades institucionales sobre servicios en el área de secretariado?</li> <li>2. ¿Cuáles servicios en el área de secretariado son los más indispensables para las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Ibarra?</li> <li>3. ¿Cómo elaborar un plan de servicios en el área de secretariado que brindara una oficina encargada de solventar las necesidades de organización de todo tipo de eventos de etiqueta social, protocolar, además de capacitación?</li> <li>4. ¿Es necesario socializar el plan de servicios en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra?</li> </ol>	<p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diagnosticar la necesidad de las instituciones sobre todo tipo de servicios en el área de secretariado.</li> <li>2. Establecer cuáles servicios en el área de secretariado se constituyen en los más indispensables.</li> <li>3. Elaborar el plan de servicios en el área de secretariado, que brindará una oficina, para solventar las necesidades de organización de todo tipo de eventos de etiqueta social, protocolar, además de capacitación a empleados de instituciones públicas y privadas.</li> <li>4. Socializar el plan de servicios en el área de secretariado.</li> </ol>



FACULTAR DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Esta encuesta se realiza dentro del desarrollo del anteproyecto en el tema: “Estudio de factibilidad para la creación de una oficina para brindar servicios en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra”, previa la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español Solicitamos conteste correctamente.

ENCUESTA A AUTORIDADES

- 1.- ¿Su institución tiene una planificación de eventos institucionales, culturales, otros?  
Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----
- 2.- ¿Existe disponibilidad económica para la ejecución de eventos institucionales?  
Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----
- 3.- ¿Su institución cuenta con personal preparado profesionalmente en la ejecución de eventos institucionales?  
Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 4.- ¿Opina que es importante contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales?  
Muy Importante ---- Importante ----- Poco Importante ---- Nada Importante ----
- 5.- ¿En los eventos a los que Usted asiste se cumplen normas de etiqueta y protocolo?  
Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----
- 6.- ¿Los conocimientos de etiqueta que manejan las instituciones las considera?  
Muy adecuadas ----- Poco adecuadas ----- Inadecuadas -----

- 7.- ¿Considera que el personal a su cargo necesita una capacitación en redacción oficial?
- Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 8.- ¿Los funcionarios de su institución necesitan actualización en herramientas computacionales?
- Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 9.- ¿Cree usted que las personas a su mandato deberían dominar técnicas de atención a los usuarios?
- Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 10.- ¿Ve adecuado que exista una oficina de Servicios Secretariales para suplir las falencias que han sido detectadas?
- Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 11.- ¿Le gustaría contar con una oficina que organice sus eventos institucionales?
- Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 12.- ¿Cree necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales?
- Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----



UNIVERSIDAD TECNICA DEL NORTE  
FACULTAR DE EDUCACION, CIENCIA Y TECNOLOGÍA  
CARRERA DE SECRETARIADO EJECUTIVO EN ESPAÑOL

Esta encuesta se realiza dentro del desarrollo del anteproyecto en el tema: “Estudio de factibilidad para la creación de una oficina para brindar servicios en el área de secretariado en la ciudad de Ibarra”, previa la obtención del título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español Solicitamos conteste correctamente.

ENCUESTA A CIUDADANOS

- 1.- ¿Opina que es importante contar con asesoramiento profesional en la organización, planificación y ejecución de eventos institucionales?  
  
Muy Importante ----- Poco Importante ----- Nada Importante ----
- 2.- ¿En los eventos a los que Usted asiste se cumplen normas de etiqueta y protocolo?  
  
Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----
- 3.- ¿Los conocimientos de etiqueta que manejan las instituciones las considera?  
  
Muy adecuadas ----- Poco adecuadas ----- Inadecuadas -----
- 4.- ¿Considera que el personal de secretaría de las instituciones de la ciudad necesita capacitación en redacción oficial?  
  
Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 5.- ¿Los funcionarios de las instituciones de la ciudad cree Usted que deben actualizarse en el uso de herramientas computacionales?  
  
Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----
- 6.- ¿Las oficinistas con las que ha tratado cree Usted que dominan técnicas para atención a los usuarios?

Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----

7.- ¿Ve adecuado que exista una oficina de Servicios Secretariales para suplir las falencias que han sido detectadas?

Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----

8.- ¿Le gustaría que exista en Ibarra una oficina que organice profesionalmente eventos para las instituciones?

Mucho ----- Poco ----- Muy Poco ----- Nada -----

9.- ¿Cree necesario que exista una oficina que capacite y actualice conocimientos secretariales?

Siempre ----- Casi siempre ----- Rara vez ----- Nunca -----



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE  
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN  
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

**1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA**

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1001678307		
APELLIDOS Y NOMBRES:	CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA		
DIRECCIÓN:	Maldonado 5-42 y Borrero		
EMAIL:	nsollavec@yahoo.com.mx		
TELÉFONO FIJO:	2606798	TELÉFONO MÓVIL	0992403443

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÀREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”
AUTOR (ES):	CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA
FECHA: AAAAMMDD	2015/01/19
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Galo Álvarez

## 2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA, con cédula de identidad Nro. 1001678307, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

## 3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes enero de 2015

**EL AUTOR:**

(Firma).....

Nombre: CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA  
C.C. 1001678307



## UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

### CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA, con cédula de identidad Nro. 1001678307 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OFICINA DE SERVICIOS PROFESIONALES EN EL ÁREA DE SECRETARIADO EN LA CIUDAD DE IBARRA”**, que ha sido desarrollada para optar por el Título de Licenciada en Secretariado Ejecutivo en Español en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 20 días del mes de enero de 2015

(Firma).....  
Nombre: CEVALLOS TORRES NATASHA NOHELLA  
Cédula: 1001678307