



CAPACITARTE

Es ser líder de tu vida



Módulo 7

1. Administración inteligente del tiempo

Gestión, del verbo gestionar, según la Real Academia Española tiene tres acepciones, las cuales en mayor o menor medida se pueden aplicar a las tareas de una secretaria:

- ✓ Llevar adelante una iniciativa o un proyecto
- ✓ Ocuparse de la administración, organización y funcionamiento de una empresa, actividad económica u organismo
- ✓ Manejar o conducir una situación problemática

Saber administrar el tiempo conlleva a una secretaria a ser más eficaz y más eficiente. Ser eficaz refiere a conseguir los resultados esperados de forma satisfactoria. Ser eficiente significa ser capaz de realizar una tarea con el menor número de recursos posible.

Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva

Stephen Covey, autor de Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, refiere la existencia de 7 hábitos de la gente altamente efectiva.

El autor manifiesta que los siete son hábitos de efectividad, los cuales se basan en principios y brindan los máximos beneficios a largo plazo. Se convierten en las bases del carácter, creando un centro potenciador de mapas correctos, a partir de los cuales la persona puede resolver problemas con efectividad, maximizar sus oportunidades y aprender a integrar continuamente con otros principios en una espiral de desarrollo ascendente.

También menciona que nuestro carácter está compuesto por nuestros hábitos, ya que cotidianamente presentan nuestra efectividad o lo contrario.

El autor define al hábito como una intersección de conocimiento, capacidad y deseo; es decir el qué hacer, cómo hacerlo y el querer hacerlo. Son elementos esenciales para convertir algo en un hábito de nuestra vida

Los primeros tres hábitos:

- Sea proactivo
- Empiece con un fin en mente
- Poner primero lo primero

tratan del auto-dominio, orientados a lograr el crecimiento de la personalidad para obtener la independencia

Los siguientes tres hábitos:

- Piense en ganar/ganar
- Busque primero entender, luego ser entendido
- Sinergice

tratan de las relaciones con los demás, tanto trabajo en equipo, cooperación y comunicaciones y están orientados a lograr la interdependencia. Hablan de victorias privadas, los siguientes tres hábitos hacen referencia a victorias públicas, es decir, cómo desarrollar la personalidad para tener éxito trabajando con los demás.

El último hábito,

- Afile la sierra

Se refiere a la renovación continua que lo llevará a entender mejor los hábitos restantes.

- Sea proactivo

El hábito de ser proactivo o el de la visión personal significa hacerse responsable de nuestras actitudes y acciones. Tomar la iniciativa y la responsabilidad para hacer que las cosas sucedan.

Por naturaleza somos proactivos, es decir que tenemos el poder de controlarnos a nosotros mismos. Tenemos la libertad interior de elegir y llegar a una respuesta.

- Empiece con un fin en mente

Este es el hábito del liderazgo personal, que indica la necesidad de comenzar cada día con un claro entendimiento de su dirección y destino deseados.

Plantea la idea de empezar con la imagen como marco de referencia.

Es necesario entender que todas las cosas son creadas dos veces. Piense en la construcción de una casa: antes de comenzar con la misma, se dibuja un plano, esto es la primera creación.

Posteriormente, construye la casa, la segunda creación.

En los negocios ocurre igual: la primera vez, usted define lo que desea lograr, posteriormente diseña todas las partes del negocio para lograr el objetivo.

- Primero lo primero

Stephen R. Covey en su libro Primero lo primero, se refiere al paradigma de la importancia.

Conocer y hacer lo que es importante en lugar de simplemente responder a lo que es urgente resulta fundamental para determinar las prioridades.

También expone que hay gente que se acostumbra tanto al flujo de adrenalina descargada en la crisis que dependen de ella para sentirse con entusiasmo y energía. Son los adictos a lo urgente que los hace sentir importantes, ocupados, exitosos, valorados, hasta en algunos casos, superiores al resolver crisis urgentes e importantes pero muchas veces les quita el foco de lo realmente importante.

En el capítulo 2 “La adicción a lo urgente” de su libro Primero lo primero, vemos en el Cuadrante I las tareas urgentes e importantes, este es el lugar donde más tiempo tenemos que pasar porque es donde producimos, donde aplicamos nuestra experiencia, y donde respondemos a necesidades y desafíos

El Cuadrante II representa lo importante pero no urgente, lo denomina el Cuadrante de la Calidad, donde se planifica a largo plazo, donde anticipamos y prevenimos problemas; al incrementar el tiempo en este cuadrante somos más capaces de ejecutar, en cambio si pasamos por alto este cuadrante nutrimos el Cuadrante I; si nos detenemos en él nos agotamos, entramos en crisis.

Si se invierte tiempo en este cuadrante reducimos el primero. Planificar, prever, prepararse impiden que muchas tareas se vuelvan urgentes. Es el Cuadrante del liderazgo personal

El Cuadrante III es el fantasma del Cuadrante I. Incluye las tareas urgentes pero no importantes, es el cuadrante del engaño. La urgencia hace ruido. Muchas llamadas telefónicas, reuniones, visitas inesperadas se encuentran en esta categoría. Se dice que pasamos mucho tiempo en el Cuadrante III para satisfacer prioridades y expectativas ajenas aunque supongamos que nos hallamos en el Cuadrante I.

El Cuadrante IV incluye las actividades que no son urgentes ni importantes. Es el Cuadrante de la pérdida de tiempo.

Pero según lo que expresa el autor, después de pasar todas las contrariedades de los tres primeros cuadrantes ¿no tenemos derecho a un poco de pérdida de tiempo o entretenimiento?

- Piense en ganar/ganar

El autor manifiesta que ganar / ganar es la actitud de buscar el beneficio mutuo.

Es un modo de pensamiento que comienza con el compromiso de analizar todas las opciones hasta que se alcanza una solución satisfactoria para ambas partes o no hacer ningún convenio en absoluto.

- Busque primero entender, luego ser entendido

Es el hábito de la comunicación empática, de la comunicación efectiva.

El autor manifiesta que son pocas las personas que desarrollan la escucha con lo cual esto supone un cambio de paradigma ya que por lo regular estamos acostumbrados a que nos escuchen pero no a escuchar a los demás

- Sinergice

La sinergia es el hábito de la cooperación creativa o trabajo en grupo. La sinergia es el resultado de valorar las diferencias aportando juntos perspectivas diferentes en el espíritu del respeto mutuo.

- Afile la sierra

Covey manifiesta que el hábito de afile la sierra es el que se encarga de que todos los hábitos anteriores se realicen correctamente manteniendo el equilibrio.

Significa que debemos preocuparnos por nosotros mismos y así renovar nuestras cuatro dimensiones: la física, la espiritual, la mental y la social.

Nuestra dimensión física se refiere al cuidado de nuestro cuerpo, llevando una buena alimentación y haciendo deporte.

La dimensión espiritual refiere a ser líder de nuestra propia vida. La dimensión espiritual es nuestro centro, el estar comprometidos con nuestros valores.

La dimensión mental proviene de la educación formal recibida y se amplía con la formación regular posterior, por ejemplo la literatura.

Por último, la dimensión social, también conocida como emocional, se desarrolla a partir de las relaciones con los otros.

Debemos estar en equilibrio en cada una de las dimensiones ya que solo lograremos efectividad óptima cuando las abordamos de un modo sensato y equilibrado.

La parábola de la sierra

Cierto día, un señor que iba paseando en el campo se encontró frente a un leñador que afanosamente estaba cortando un tronco. Y el paseante le pregunto:

Disculpe señor, usted luce exhausto... ¿cuánto tiempo ha estado trabajando?

Más de seis horas - fue su respuesta

¿No sería bueno que descansara un poco y afilara su serrucho?

El hombre responde – No, no tengo tiempo, pues hay mucha leña que cortar

Pero si afila su sierra cortará más rápido, y si descansa, tendrá fuerzas para cortar más.

Después de meditar un momento, el hombre comprendió que para cada tarea que se emprenda en la vida deberá prepararse física, mental, y espiritualmente, “afilando la sierra”, y descansar para pensar mejor en qué va a aplicar su esfuerzo.

Estrategias para administrar inteligentemente nuestro tiempo

- Planificar la jornada: es la primer o última tarea del día. Es decir podemos planificar nuestra agenda al comienzo del día o proyectar a última hora la agenda del día siguiente. Esto permitirá definir prioridades y avanzar con los temas importantes.
- Priorizar: significa privilegiar, es decir, anteponer las tareas al momento de la planificación para su cumplimiento efectivo
- Un tema a la vez: enfocar y concentrarse en la tarea que estamos desarrollando ahorra tiempo, energía y minimiza errores.
- Aprender a decir NO: cuando nos pidan alguna tarea que consideramos no corresponde a nuestras funciones específicas, tenemos que no tener miedo de negarnos elegante y respetuosamente
- Conozca cómo utiliza su tiempo: durante unos días, arme un check list de tareas realizadas en el transcurso de la jornada laboral, incorporando el tiempo dedicado a cada actividad. Organice dichas tareas en diferentes categorías: llamadas, reuniones, presentaciones, actividades personales y analice el uso efectivo de su tiempo.
- Identifique los enemigos de su tiempo... y elimínelos: visitas inesperadas, reuniones no programadas, asumir tareas incumplidas de nuestros subordinados

Cuándo hacer qué

- Las horas de la mañana, cuando aún los teléfonos no comenzaron a sonar, reunirse con nuestro jefe para comentar y planificar las tareas del día es un buen comienzo.
- Al finalizar el día será conveniente conversar sobre las tareas del día siguiente a modo de recordatorio
- Planificar para momentos tranquilos aquellos llamados que requieran tiempo sin interrupciones, así como aquellos asuntos que demanden mayor concentración.
- Dejar de lado todos nuestros asuntos personales o sociales durante la jornada laboral, muestra de profesionalismo de parte de una secretaria.

2. Orden y organización

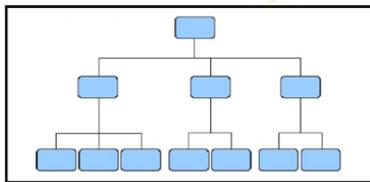
Según la Real Academia Española, orden, es la colocación de las cosas en el lugar que les corresponde y define organizar como establecer o reformar algo para lograr un fin, coordinando las personas y los medios adecuados.

Técnicas de organización

- Organigramas

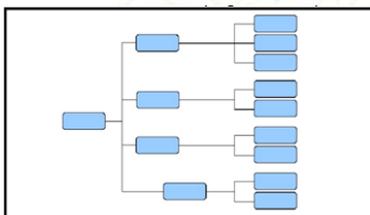
El organigrama es la representación gráfica de la estructura de una organización. El organigrama describe a través de un gráfico la división de funciones y niveles jerárquicos mediante los rectángulos que lo representan unidos por las líneas de autoridad y responsabilidad.

- Vertical



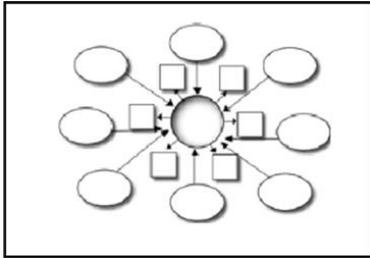
El organigrama vertical es el más utilizado. Presenta los niveles jerárquicos en orden vertical de arriba hacia abajo, es muy fácil de entender

- Horizontal



En el organigrama horizontal encontramos los niveles jerárquicos ordenados en forma de columnas desplegadas de izquierda a derecha, siguiendo la forma natural de la lectura

- Circular



El organigrama circular está formado por un cuadro central en el que se coloca a la autoridad máxima mientras que alrededor se trazan círculos concéntricos que constituyen un nivel de organización.

En cada círculo se coloca a los jefes inmediatos y se les relaciona con líneas que representan los canales de autoridad y responsabilidad.

- Manuales

Los manuales son una guía de instrucciones que sirve para explicar el uso de un dispositivo, para el seguimiento de un procedimiento o la corrección de un problema.

Son documentos que en detalle contienen de forma ordenada y sistémica información acerca de una actividad en particular.

- Flujogramas

Es una muestra visual de una línea de pasos de acciones que implican un proceso determinado.

Representan gráficamente situaciones, hechos, movimientos y relaciones a partir de símbolos.

Herramientas de organización

Haroldo Herrera Monterroso en el sitio www.gestiopolis.com menciona otras herramientas de organización mediante las cuales podemos lograr la simplificación de actividades, tarea que el hombre, desde el inicio de la humanidad, intenta conseguir.

- **Medición del tiempo**

Consiste en la aplicación de técnicas mediante las cuales se determina el tiempo que invierte un trabajador calificado en la realización de una tarea específica. Permite investigar, reducir y por último eliminar el tiempo improductivo ya que a partir de esta medición se conoce el tiempo total que requiere determinada tarea.

- **Cuadro de distribución del trabajo**

Establecer un cuadro de distribución de trabajo consiste en tabular las tareas de una oficina graficando el tipo de actividad, qué empleados lo llevan a cabo y el tiempo que requiere para su ejecución. Permite una redistribución eficaz aprovechando las potencialidades de los empleados.

- **Estudio de tiempos y movimientos**

La metodología del estudio de tiempos y movimientos desarrollado por los esposos Frank y Lilian Gilbreth, basados en los estudios de Taylor, consiste en medir el tiempo efectivo en el que se lleva a cabo una actividad, determinando bajo parámetros estadísticos, la eficiencia con la que se realiza.

Analiza las variables de la distribución del trabajo, el uso de las manos y del cuerpo humano en general, y el diseño y empleo de las herramientas involucradas.

Los objetivos principales del estudio de tiempos consisten en:

- Minimizar los tiempos involucrados en cada tarea
- Aprovechar la energía
- Proporcionar

Mientras que los del estudio de movimientos son:

- Eliminar o reducir los movimientos ineficientes
- Acelerar u optimizar los eficientes

- Gráfico de la distribución física de la oficina y distribución en planta

El gráfico de la distribución física de la oficina pretende la optimización del círculo de trabajo, distribuyendo los puestos adecuadamente para cada una de las actividades que se deben realizar, utilizando la mejor combinación posible, adecuando el mobiliario y equipo dentro del espacio disponible de la manera más racional, para lograr los objetivos de la oficina evitando pérdidas de tiempo mientras que la distribución en planta es la organización del espacio físico en el cual se encuentran los recursos que servirán para la fabricación de un bien o servicio y que también consiste en determinar la ubicación de los sitios de trabajo de la maquinaria, equipo y materiales en general, tomando en cuenta el posible incremento en el nivel de la demanda y de la capacidad instalada.

- La gestión integral documental es un sistema de tratamiento de información que a través de la digitalización de documentos permite gestionar documentos de forma mucho más rápida, segura y fiable que si se gestionan de forma manual. Hay sistemas que permiten introducir de forma automática toda la información que se recibe en empresa, independientemente de su formato (papel, fax, e-mail, Web)
- La captura de datos permite extraer información de documentos (formularios, cupones, contratos, facturas, etc.) y transferirla a un programa para ser gestionada. Realizar este proceso de forma manual es una tarea ardua y rutinaria y que requiere mucho tiempo. Con la captura automática de datos, todo esto puede realizarse de forma mucho más rápida y sencilla. Hay softwares que incluyen el escaneado de documentos, la lectura automática de los formularios y las facturas, aunque actualmente el sistema de facturación vigente ya prevé la forma electrónica.
- Respecto de las tarjetas personales que colecciona nuestro jefe, actualmente se pueden escanear a través de los teléfonos personales evitando los clásicos y antiguos tarjeteros.

- Diagrama de recorrido

Es una técnica para realizar la distribución física de la oficina a través de la reducción de transporte innecesario de materiales, personal, productos y papelería dentro de las áreas de trabajo

- Gráfico de Gantt

El diagrama de Gantt o cronograma de barra fue concebido por el ingeniero norteamericano Henry L. Gantt, uno de los precursores de la ingeniería industrial contemporánea de Taylor. Gantt procuró resolver el problema de la programación de actividades, es decir, su distribución conforme a un calendario, de manera tal que se pudiese visualizar el periodo de duración de cada actividad, sus fechas de iniciación y terminación e igualmente el tiempo total requerido para la ejecución de un trabajo.

Es un método de planificación que tiene como meta la de supervisar la ejecución de varias actividades en forma simultánea, concatenadas entre sí.

Consiste en una matriz de doble entrada que, en las columnas, grafica la duración de cada tarea, y en las filas o renglones, la identificación de cada actividad.

La duración de cada tarea se expresa pintando desde la fecha de inicio hasta la de la finalización prevista.

Es sumamente importante respetar la lógica de los periodos de tiempo planteados.

Este gráfico establece el orden de la ejecución de las actividades y la interrelación de unas con otras permitiendo controlar lo ejecutado versus lo planeado.

Es una de las herramientas más útiles en la cotidianeidad de la secretaria y muy utilizada en la planificación de eventos de toda índole.

Otras herramientas:

- *Google calendar*

Es una aplicación que se puede utilizar desde cualquier dispositivo móvil para el control de reuniones y eventos, recepción de recordatorios, mantener check list y generar informes por mail entre otras tareas.

- *Dropbox*

A través de Dropbox se puede enviar información en forma digital, ya que esta herramienta nos permite subir archivos, manteniéndolos disponibles desde nuestra cuenta y compartiéndola con quienes nosotros decidamos.

- *Paquete Office*

Es un conjunto de programas de Microsoft utilizado en forma permanente por las secretarias ya que cuenta con:

- Word o procesador de textos
- Excel u hoja de cálculo
- Front page para crear páginas en HTML
- Power Point para presentaciones

3. Organización de agenda

Hay dos tipos de agenda que PUEDE llevar una secretaria, la electrónica y la de papel.

Sin embargo, hay dos tipos de agenda que la secretaria DEBE llevar: la electrónica y la de papel, que servirá siempre de soporte.

Y DEBERÁ manejar dos agendas diferentes:

- ✓ Su propia agenda donde planificará sus tareas con fecha de realización y entrega
- ✓ La agenda de su jefe con todas sus actividades

Categorías para el armado de la agenda personal

- A, es decir, las tareas más importantes e impostergables
- B, donde se incluirán las tareas que pueden aplazarse para más adelante o que se pueden delegar
- C, aquellas tareas rutinarias a las que se dedica mucho tiempo de cada jornada y que no se utilizan para el cumplimiento de ningún objetivo

Categorías para el armado de la agenda del jefe

- Familiar: desde los cumpleaños hasta sus turnos médicos
- Ocio: sus clases de tenis, sus vacaciones y hobbies.
- Empresarial: en este ámbito las secretarias no requieren de permisos para su gestión aunque sí deberán conocer sus costumbres y su ritmo biológico para no entorpecer su rutina

La planificación de una agenda se deberá realizar teniendo en cuenta algunos tips, a saber:

- Las tareas se deberán asignar dentro de un plazo temporal, idealmente no más allá de un trimestre. ¿Lo ideal? 15 días
- No dedicar más de dos horas seguidas a una misma tarea
- Agendar las tareas difíciles en horarios centrales de la jornada
- No cargar una jornada con más de cinco tareas complejas
- No disponer lunes y viernes para tareas difíciles

Reuniones

Las reuniones se pueden convertir en un desgaste de tiempo y energía si no están bien organizadas.

Las reuniones se puede clasificar en:

- Flexibles: aquellas con plazos que podemos modificar o adaptar, como las entrevistas, visitas o presentaciones
- Fijas: aquellas que tienen plazos fijos, tales como aniversarios, cumpleaños, fechas de pago, eventos como reuniones, ferias o exposiciones

En el momento de su planificación, tener en cuenta:

- Para evitar contratiempos e imprevistos, intente que antes de una reunión, la agenda de tu jefe esté libre de otras reuniones o de almuerzos fuera de la empresa. Esto evitará atrasos innecesarios que inevitablemente deberá disculpar en su nombre
- Entregue a su jefe toda la información previa a la reunión: motivo, con quién o quiénes se reunirá y si la misma se realizara fuera de la empresa, el lugar, transporte que utilizará, itinerario, rutas alternativas, planos de ubicación (si lo traslada un chofer no lo agobie y entréguele a él toda la información)
- Si la reunión se realizara en la empresa, informe al personal de recepción a quienes esperan y la sala de reuniones donde se desarrollará
- Prepare para su jefe un dossier con la información que requiera y en lo posible con la antelación suficiente para que puede informarse.
- Revise la sala de reuniones, que la ventilación o calefacción funcionen correctamente, que todo esté en orden, que el personal correspondiente ofrezca el refrigerio previsto de antemano y que si en el lobby o recepción hubiere material de lectura, que sea actualizado

4. Organización de viajes

Una de las tareas más frecuentes de las secretarías ejecutivas es la de gestionar los viajes de los directivos.

En grandes compañías, los mismos son planificados por agentes externos, es decir, agencias de viaje que son especialistas en buscar las mejores opciones y precios.

Pero la secretaria en este caso, será la encargada de supervisar el proceso con el objetivo de asegurar la mayor confortabilidad y aprovechamiento de horarios de su jefe.

Para ambos casos, la organización del viaje deberá comenzar respondiendo los siguientes interrogantes:

- Objetivos del viaje, que podrá variar desde cierre de contratos, promocionar algún producto de la empresa, asistir como ponentes en alguna conferencia, o presenciar ferias o exposiciones
- Quién o quienes viajan
- Fechas y duración
- Destino
- Presupuesto
- Preferencias

Preparativos

- Agenda completa

Tomando en cuenta que los objetivos del viaje son negocios, cualquiera fuera, la agenda deberá estar organizada desde la ciudad de origen, con reuniones planificadas, sin dejar nada librado al azar. Por otra parte recordar que, la estancia de nuestro jefe fuera de la empresa no serán justamente nuestras vacaciones, ya que vamos a estar *on line* para solucionar cualquier contratiempo que pudiera surgir.

- Conocimiento del destino
 - Conocer la moneda local y el tipo de cambio
 - Informarlo acerca del clima para que pueda planificar su equipaje.
 - El tipo de tomas de corriente del país de destino, para prever adaptadores de voltaje. No olvidemos que deberá cargar celulares, tablets, netbooks y en muchos casos, proyectos y secadores de cabello.
 - Existen en el mercado maletas que se geolocalizan, cierran solas con candados remotos a través de una app y cargan los dispositivos móviles y con compartimientos frontales que permiten sacar laptop y tablets de

manera rápida y simple. Incluso con balanza digital incorporada que verifican el peso de la maleta desde el Smartphone

○ Idioma y cultura del país anfitrión

Un tema más que importante para ocuparnos es el idioma del país de destino. Si nuestro jefe no maneja el mismo idioma será importante que con toda la anticipación que podamos, organicemos clases *express* de conversación y munirlo de libros de bolsillo que lo podrán ayudar en casos de emergencia. Y además asesorarlo en las costumbres de dicho país, especialmente en temas como:

- Presentaciones formales
- Cómo comportarnos en una comida
- Qué vestimenta utilizar si asistimos a diferentes eventos o a alguna institución religiosa

○ Traslados y alojamiento

Si bien seguramente sea la agencia quien se ocupe de todo lo relativo a alojamiento y traslados, será importante definir si nuestro jefe quiere alquilar un auto para manejarse libremente por la ciudad o uno con chofer para evitar estresarse con el tránsito de una ciudad a la que no está familiarizado.

Respecto de los hoteles, informarlo acerca de los servicios incluidos, tanto en comidas y bebidas, como en *amenities*, gimnasios, piscina, deportes.

Un tema no menor es la conexión a *wi fi* así como la posibilidad de utilizar las salas de reuniones.

○ Ocio y turismo

En muchas ocasiones los directivos tendrán tiempo libre para poder recorrer la ciudad que visita. Pero tenemos que organizarlo, aunque sea a modo de guía.

Podremos reservar o comprar entradas a museos y espectáculos.

Si la idea es que hagan algún tipo de práctica de turismo deportivo, podremos ocuparnos del alquiler de útiles y equipos.

- Trámites, medidas sanitarias y seguros
 - Realizar el pre embarque electrónico e imprimir los pases de abordaje
 - Escanear el pasaporte y las tarjetas de crédito y sacar varias copias
 - Respecto de las tarjetas, tanto de débito como de crédito, tener a mano y que lo tengan nuestros jefes, los teléfonos para realizar denuncias en caso de robo o extravío.
 - El tema de las maletas es más que importante porque nuestro jefe tendrá que lidiar con su acarreo con lo cual es importante recomendarle una liviana y con ruedas. Ya hemos hablado de los equipajes inteligentes con *app* para su geolocalización y balanza digital incorporada.
 - Contratación de seguros de viaje que cubran necesidades básicas como asistencia médica, pérdida de equipaje, perdida de documentación o en casos extremos, repatriación funeraria.
 - Proveerlo de material de lectura para los tiempos de espera en aeropuertos.
 - Y un tema válido para algunos países de destino pero muchas veces ignorado que es el de las vacunas. Dependiendo del lugar de destino variará la o las vacunas a aplicar. Les recomiendo visitar la página www.vacunas.org para asesorarse sobre el tema.

Se recomienda entregar al directivo una carpeta conteniendo:

- Pasaporte, visa, documentos, tanto en original como copias
- Definición de las horas de presentación en cada aeropuerto recordando que para vuelos internacionales se solicita concurrir tres horas antes y para vuelos de cabotaje, por lo menos con una hora y media de anticipación.
- Indicación de la localización de cada aeropuerto por ciudad.
- Franquicia de equipaje
- Copias de reconfirmación de salida de los vuelos realizada 48 horas antes
- Pólizas de seguro
- *Voucher* de pasajes
- *Check in*
- *Voucher* de hotelería
- Información turística
- Direcciones y teléfonos de los contactos con quienes se va a encontrar, además de habérselos agendado en su teléfono con anterioridad
- Agenda

5. Organización de eventos

Los eventos empresariales o corporativos son una herramienta imprescindible que las empresas utilizan para motivar, fidelizar y reconocer tanto a sus clientes mediante la organización de eventos promocionales como para sus propios empleados a través de eventos y reuniones motivadoras.

Dentro de los eventos corporativos podemos encontrar:

- Eventos promocionales
- De fidelización
- Lanzamiento de productos
- Team building
- Celebraciones
- Desayunos de trabajo
- Almuerzos ejecutivos
- Open day
- Inauguraciones

Los eventos científicos son las reuniones nacionales e internacionales destinados a la divulgación e intercambio de resultados originales de alguna investigación

- Seminarios
- Congresos
- Conferencias
- Mesas redondas
- Jornadas
- Foros
- Paneles
- Clínicas
- Workshops

Públicos

- Internos, dirigidos a empleados y tienen como objetivo el de comunicar valores, motivar, informar cambios en la compañía
- Externos, dirigidos a clientes o consumidores donde en general el objetivo primordial es fidelizarlos o comunicar la imagen de la empresa

Secuencia de la organización

- Definición del objetivo del evento: ya sea, el de informar, comunicar, fidelizar, motivar, entre otros.
- Precisar el público que va a participar de nuestro evento
- Planificación del evento. Una vez que determinemos la fecha debemos escoger la sede adecuada para servirá de marco para la comunicación del mensaje. Un tema importante es considerar la duración del evento, ya que los organizadores decimos que el mismo deberá carecer de “blancos”, es decir esos momentos en que los invitados sienten que algo no estuvo del todo organizado. Se deberá redactar un guión del evento del cual se desprenderán los recursos necesarios para potenciar la transmisión del mensaje. En algunas ocasiones será necesario entregar a los invitados un programa de actividades.
- Producción del evento: nos ocuparemos entonces de esos recursos que comentamos en el punto anterior entre los que se pueden nombrar la ambientación o escenografía con los colores corporativos, la técnica y la iluminación contratando todos los proveedores necesarios. Todo esto siempre dentro del marco del presupuesto definido por la compañía.
- Evaluación: mediante una reunión en la que se comenta el desarrollo del evento, analizando las potencialidades del mismo y las fallas que haya habido para capitalizarlas para un próximo evento.

CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida

Reuniones de trabajo

La reunión por definición es el acto en el que se reúnen varias personas, generalmente con una convocatoria previa.

Los objetivos de una reunión pueden ser varios, desde una discusión de determinados temas, la transmisión de información, entablar negociaciones y una innumerable cantidad de actividades que requieran encuentros como parte del negocio.

Entre las pautas a tener en cuenta en este tipo de eventos podemos nombrar:

- Cursar una invitación formal a los asistentes donde conste el objetivo de la reunión, la agenda que se tratará y la duración de la misma. Estos puntos actuarán de soporte para que los integrantes no desvíen el punto focal del objetivo planteado. Es importante respetar el comienzo de la reunión para lo cual se les solicitará puntualidad a todos los asistentes y también se deberá acatar la finalización de la misma.
- Si en la reunión hubiera gente desconocida, el anfitrión deberá realizar las presentaciones correspondientes en el momento del saludo, quien además será el encargado de asignar las ubicaciones de cada uno, aunque también podrá haber tarjetas de asignación de sitio.
- Se deberá prever la técnica necesaria para las presentaciones digitales, la utilización de equipos de traducción simultánea en caso que hubiera participantes extranjeros, conexión de video streaming, cargadores de baterías o cualquier otro soporte tecnológico indispensable para la reunión así como papelería y lapiceras.
- Revisar tanto la iluminación como la temperatura de la sala donde se realizará la reunión y si fuera necesario, la colocación de banderas, ciencia conocida como vexilología.
- Verificar la conexión de wi fi, recurso absolutamente indispensable para cualquier encuentro.
- Y finalmente la provisión de un servicio de coffee o refrigerios acorde al horario previsto de la reunión.

Desayunos de trabajo

Los desayunos de trabajo pueden ser realizados con varios objetivos: discutir un tema puntual, evaluar un proyecto, realizar una presentación o una conferencia de prensa.

Se podrán realizar tanto en el ámbito de la empresa como en un espacio para eventos o en un hotel.

El horario en que se citará será entre las 8 y las 10 de la mañana y su duración no deberá exceder las dos horas.

Si la cita se realizara en un horario más tarde, en lugar de un clásico desayuno se deberá prever la presentación de un brunch (combinación entre desayuno y almuerzo).

Un punto muy importante a tener en cuenta es el respeto por la puntualidad de los asistentes.

Hay varias formas de llevar adelante el servicio de desayuno:

- La primer opción es presentarlo en forma previa a la reunión, en un salón anexo, en cuyo caso se podrá disponer de una mesa buffet con self service donde los comensales pueden desplazarse y luego ubicarse libremente en las mesas dispuestas.
- La segunda alternativa es que el servicio se realice con servicio de mozos durante la reunión, lo que presenta la desventaja de distracciones y que la mesa se vea invadida de comida.
- Por último, existen algunas compañías que prefieren instalar una mesa buffet dentro del mismo espacio donde se realiza la reunión, pero no es aconsejable a menos que se instale solo un servicio de coffee break, justamente por la misma desventaja presentada en el punto anterior acerca de la distracción.

¿Qué servir en un desayuno de trabajo?

- ✓ En una presentación de mesa buffet además de las clásicas infusiones (café, té y leche) con azúcar y edulcorante acompañadas por jugos de fruta, agua mineral, tostadas o pan con tostadores eléctricas con manteca y mermeladas, pastelería, fruta fresca y seca y variedad de fiambres
- ✓ En un servicio de desayuno servido a mesa, lo ideal es limitarse a infusiones y medialunas para no entorpecer la dinámica de la reunión, que no nos olvidemos es el principal objetivo de la convocatoria.

Almuerzos ejecutivos

Los almuerzos ejecutivos o de negocios se realizarán preferentemente en hoteles o restaurantes, excepto que la empresa cuente con instalaciones adecuadas para este tipo de eventos, no justamente el comedor de uso general.

La invitación se realiza entre las 12:45 y hasta las 13:30, con una duración acotada y con requerimiento de puntualidad por parte de los comensales.

El servicio comienza con una entrada o primer plato, continuando con un segundo plato o plato principal para finalizar con postre y café.

El menú estará compuesto por alimentos ligeros ya que los asistentes deben continuar con su jornada laboral en forma posterior.

Podrá tratarse de un menú fijo o predeterminado por el anfitrión con dos o tres opciones por plato o a la carta, lo que inevitablemente demorará la duración de la reunión.

Por tal motivo, en general no se ofrecen bebidas alcohólicas pero si los directivos prefieren hacerlo, el vino ya deberá estar seleccionado por el anfitrión.

El tema convocante será tratado durante el almuerzo por lo cual el servicio deberá ser ágil y discreto.

El anfitrión será quien se haga cargo de abonar la totalidad de la cuenta acercándose a la caja para evitar hacerlo en presencia de sus invitados. De todos modos se aconseja, en caso de tratarse de un almuerzo protocolar, que de este trámite se haga cargo directamente la secretaria en forma anterior al evento.

Luego de tomar el café los invitados pueden despedirse sin hacer la típica sobremesa ya que todos entienden que cada uno deberá regresar a sus actividades.

¿Cómo ubicar a los comensales?

Los lugares se indican con *site cards* y en la entrada de la sala se exhibirá un plano con la numeración de las mesas. Se deberá prever que, uno o dos asistentes, dependiendo de la cantidad de invitados, acompañen a los comensales hasta su ubicación. Si el evento fuera menos formal los invitados se podrán ubicar libremente

Lanzamiento de productos

El lanzamiento es la acción que realiza una compañía para dar a conocer un nuevo producto o servicio o reposicionarlo.

Son eventos con una gran carga de producción tanto escenográfica como audiovisual con lo cual es importante contar con proveedores de nuestra máxima confianza.

Se dirigen tanto a público interno como externo, con lo que se los conoce como el típico evento de público mixto.

Si bien en todos los eventos la elección de la sede ocupa un papel fundamental, en este caso el espacio donde se desarrolle el lanzamiento es de vital importancia porque deberá transmitir y reflejar el contenido del mensaje de ese producto o servicio. Los lugares no convencionales generan impacto y generan mayor interacción con el público.

El desarrollo de un evento de lanzamiento comienza con la recepción de los invitados por parte de las autoridades de la empresa.

Antes o después de un cuidado servicio de catering, en general un cocktail, el presidente de la compañía toma la palabra para realizar la presentación formal del producto, focalizando la disertación en las propiedades del mismo, su público objetivo, sus orígenes y su desarrollo, agradeciendo la presencia de los concurrentes. En muchas ocasiones se los invita a su prueba o demostración y finalmente se procede a un brindis.

En el momento de la despedida se los obsequiará con una muestra del producto o algún elemento de merchandising.

Encontramos en el mercado productoras artísticas que se dedican a la realización y producción de shows y performances innovadoras que potencian los mensajes que la compañía necesita comunicar.

Es ser líder de tu vida

Inauguraciones

Según la Real Academia Española, inaugurar es dar principio a una cosa con cierta solemnidad.

Se trata de la presentación en sociedad de un nuevo lugar de trabajo, tomando en cuenta la imagen e identidad de una compañía.

Puede ser en el comienzo de una empresa o como parte de una nueva etapa.

Son eventos de público mixto, ya que se invitará a clientes, proveedores, distribuidores, empleados, autoridades de asociaciones vinculadas al sector, fuerzas vivas, líderes de opinión, medios de prensa e incluso vecinos de la zona.

Tradicionalmente se procede en una primera instancia al corte de cintas, seguido por un locutor o maestro de ceremonias que presenta al presidente de la compañía quien además de agradecer a la concurrencia, puede hacer referencia a la historia de la empresa, la estrategia de trabajo, la inversión realizada, los objetivos a cumplir y la incidencia que tendrá esta compañía en la sociedad a través de nuevas oportunidades laborales.

A continuación, se puede proceder a una bendición de las instalaciones y el descubrimiento de alguna placa recordatoria en la que figuren la fecha y las autoridades o de la piedra fundamental, es decir la primera piedra de la construcción del edificio.

Ya se trate de oficinas, de una planta industrial o de un pequeño local el paso siguiente consiste en recorrer las instalaciones contando, en caso de ser necesario, con un guía. En el caso de plantas de elaboración, se intenta que los visitantes puedan observar el funcionamiento de alguna maquinaria.

En muchas ocasiones será prevista la organización de una conferencia de prensa en algún espacio adecuado para el desarrollo de la misma.

Como broche final, se ofrece un almuerzo, vino de honor o cocktail dependiendo del horario y de las posibilidades con las que cuenta el lugar.

Un punto importante a tener en cuenta será la precedencia dentro de la empresa, tanto para la correcta ubicación de las autoridades, los actos previstos y la toma de fotografías:

- Presidente, gerente general o CEO
- Vicepresidente
- Directores
- Gerentes
- Jefes
- Supervisores

Otros puntos a tener en cuenta serán:

- Iluminación y soporte técnico adecuado como micrófonos, parlantes, megáfonos
- Material gráfico a entregar a los invitados, tales como folletos, catálogos, tarjetas comerciales, material de merchandising
- Lugares de estacionamiento y valet parking
- Sectores de guardarropas
- Revisar la señáletica
- Contratación de servicio de emergencias con ambulancia y médicos a disposición
- Asegurar la provisión para todos los invitados de elementos de seguridad e higiene necesarios para el recorrido (uniformes descartables, barbijos, cascos)
- Mantener un adecuado plan de evacuación
- Personal uniformado con alto nivel de instrucción y capacidad para responder cualquier pregunta de los invitados



CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida

Celebraciones

Las celebraciones de fin de año suelen ser un motivo de desencuentros si no se planifican inteligentemente.

Se trata nada más y nada menos que la ocasión que la compañía tiene para demostrar a su principal público, su público interno, es decir sus empleados, lo mucho que estos le importan

Según los autores de Celebraciones en la empresa: juego, propósito y beneficio en el trabajo, Terrence E. Deal, M. K. Key, la celebración es un punto cultural determinante y desempeña un papel central en el éxito de la compañía pero hay algunos puntos que obstruyen el camino para asegurar el éxito y estos son:

- ✓ La incomodidad con el lado agradable de la vida corporativa: muchas veces se tiende a etiquetar de demasiado sentimental todo aquello que sale del punto de vista racional de la compañía.
- ✓ El miedo a arriesgarse con la posibilidad que salga mal. Actos mal programados, artificiales, sin pensar en el invitado, resultan peores que no hacer nada.
- ✓ Los directivos deben tener muy en claro los objetivos de la celebración ya que los actos sin sentido, los actos vacíos de contenido atentan con el compromiso por parte del empleado
- ✓ Considerar una celebración como una erogación en lugar de pensarla como una inversión a largo plazo es el principal error de muchos directores de empresas
- ✓ Y finalmente la ausencia del saber hacer. Toda celebración es un ritual y una ceremonia y como tales debe reflejar el espíritu de la empresa

Lo ideal es planificar este tipo de celebraciones fuera del ámbito de trabajo. Un espacio para eventos, un hotel, un restó pensando en eventos clásicos pero ¿por qué no atreverse a un evento al aire libre como despedida del año?

Será muy importante que la compañía tenga en cuenta el bienestar de sus invitados transmitiendo un claro mensaje de sus valores sin perder el espíritu de festejo y celebración.

Seminarios

Los seminarios, definidos como eventos de instrucción son aquellos en los que una o más personas enseñan o instruyen a los participantes sobre diferentes temas.

El antecedente del seminario lo encontramos en el ateneo médico donde grupos de estudiantes universitarios estudian e investigan un tema y luego de su presentación ante un profesor y un auditorio, lo discuten.

Todos los asistentes a un seminario comparten el interés frente al tema en cuestión con un conocimiento similar al del o de los disertantes.

El seminario puede tener una duración de un par de horas hasta varios días y el espacio destinado a su realización puede variar desde un centro de convenciones, un hotel o un salón que posea el equipamiento necesario para su desarrollo.

Algunos tips para considerar en el momento de planificar un seminario:

- ✓ Conexión wi fi
- ✓ Soporte tecnológico en función de los requerimientos
- ✓ Material de trabajo para las prácticas en cantidad para todos los asistentes
- ✓ Credenciales de acreditación y papelería
- ✓ Refrigerios
- ✓ Comunicación institucional

Todo lo antedicho es importante pero no tanto como el punto realmente vital en todo evento científico como lo es el perfil del o de los oradores que deberán tener la expertise para poder dirigirse a grandes públicos.

CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida

Workshops

Los workshops o también denominados talleres de trabajo son reuniones organizadas para el desarrollo en profundidad de ciertos temas en equipo.

En algunas ocasiones, cuando los seminarios tienen muchos participantes, se los suele dividir en grupos de trabajo a los que se les encomienda un tema o una actividad específica para luego compartirla en una puesta en común.

Se recomienda una duración de aproximadamente 3 a 5 horas, siempre con breaks intermedios pero puede extenderse a varios días de trabajo.

En muchas ocasiones se organizan outdoor en locaciones con espacios verdes o servicios de spa para planificar actividades extraprogramáticas.

Clínicas

Se denomina clínica a una demostración de un arte en particular donde uno o varios especialistas demuestran desde su experiencia, estilos y técnicas particulares, en general, ante una audiencia reducida pero que comparte los mismos intereses en dicho arte.

Son de uso generalizado en artes plásticas, deportes y música.

¿Cómo se las aplica en las empresas?

Se puede organizar por ejemplo, una clínica de golf o de tenis, conociendo de antemano los hobbies de nuestros clientes y se los invita a participar dentro de un marco de estrategia comercial y de marketing institucional.

CAPACITARTE
Es ser líder de tu vida

6. Regalos empresariales

Los regalos empresariales deberán encuadrarse dentro de la imagen institucional de la compañía. Y no deberán ser ni demasiado costosos ni demasiado triviales.

No deberán ser ostentosos pero siempre deberemos considerar aquellos obsequios a los que no se llega demasiado fácil a conocer su valor.

Por ejemplo, si van a obsequiar vinos, nunca comprar marcas que se encuentren en un supermercado, asesórense en bodegas boutique que les van a poder ofrecer aquellas que aún no están muy difundidas en el mercado.

Clasificación:

- ✓ Institucionales: son los que se realizan por motivos especiales a personas especiales, generalmente de altos cargos de otras compañías o instituciones. Se aconseja valorar sus gustos personales y en caso de no conocerlos demasiado pensar en artículos personales de cuero (carteras, maletines) o lapiceras.
- ✓ Corporativos: Muchas veces se debe obsequiar a algún acompañante de nuestros invitados con un detalle protocolar, el que podrá ser un ramo de flores, una cesta de frutas o una bandeja de bombones en la habitación del hotel. Los denominados regalos corporativos son los que la compañía define para diferentes ocasiones, por visitas a actos, o Navidad. Deberán llevar la imagen corporativa de la empresa pero en forma discreta porque no se deben considerar como elementos publicitarios.
- ✓ Internos: son los dirigidos a los empleados con motivo de diferentes ocasiones: jubilaciones, nacimiento de los hijos, matrimonio, cumpleaños o aniversarios en la empresa. Podrá ser desde ramos de flores, bombones, obsequios para los recién nacidos y en caso de regalos por incentivos, un viaje es una buena opción.
- ✓ Promocionales: El *merchandising* es el conjunto de productos promocionales que se utiliza para promocionar la compañía con lo cual deberán contar con el logo. Suelen ser elementos de bajo costo porque se utilizan de forma generalizada y en general se entregan en ferias, exposiciones o visitas de grupos a la empresa.
- ✓ Sociales: se realizan en general en nombre de nuestro jefe, por lo que esperamos que sea él quien nos indique las preferencias de aquel a quien va a agasajar para que nosotras podamos desplegar nuestra creatividad en el momento de la compra.

Tips a tener en cuenta en el momento de regalar:

- El motivo del obsequio: no será lo mismo un presente de fin de año que uno con motivo de un aniversario empresarial, un cumpleaños, un ascenso o una despedida.
- El destinatario, ya que se deberá diferenciar si se trata de un colega, de un cliente o de alguien menos allegado a nuestro jefe.
- En relación al destinatario, también deberemos tener muy en cuenta las costumbres y tradiciones, según las nacionalidades o la religión de nuestro “agasajado”
 - En Japón, al hecho de dar un regalo a otra persona se lo conoce como “zoto” y al hecho de devolver la muestra de agradecimiento, “ohaeshi”, el que nunca será de valor superior al regalo recibido, pues el receptor se vería obligado a compensar el “desequilibrio”. Los colores más apreciados son el rojo y el dorado
 - Los chinos suelen, en primera instancia, e incluso hasta tres veces, rechazar el regalo, pero lo hacen por cortesía, para no presentarse como ansiosos. De hecho suelen no abrir los regalos en presencia de quien obsequia. Lo ideal es entregarlos dentro de las instalaciones de la empresa, al representante de mayor nivel, en forma discreta para no incomodar al resto del personal. Hay que considerar ciertas supersticiones con los números. Nunca regalar algo en número de 4 porque es el símbolo de la muerte, y sí, es de buen augurio regalar en número de 8 que es símbolo de buena suerte.
 - Los turcos no aceptan como regalo bebidas alcohólicas pues es una ofensa a sus creencias y costumbres.
 - Regalar a una persona de nacionalidad rusa, puede resultar muy simple si se piensa en libros de historia, arte, tanto de su país como del exterior.
- La forma de presentación de un obsequio, es decir el *packaging*, dice, muchas veces, más que el obsequio mismo.
- Solo en algunas ocasiones, el regalo es entregado en persona, en general el mismo se envía a través de una mensajería, prestando especial atención a quien entrega y el modo de traslado para que el obsequio llegue en impecable estado