Guion para desarrollo de contenidos

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

| COMPETENCIA | 260101070 - Diseñar estrategias de servicio al cliente según modelos de gestión . | RESULTADOS DE APRENDIZAJE | 260101070-02 - Medir los resultados del evento teniendo en cuenta el cumplimiento de objetivos y satisfacción del cliente.  260101070-03 - Construir plan de mejoramiento con base en los resultados de la evaluación. |
| --- | --- | --- | --- |

| NÚMERO DEL COMPONENTE FORMATIVO | CF20 |
| --- | --- |
| NOMBRE DEL COMPONENTE FORMATIVO | Evaluación y acciones de mejora en la producción y operación de eventos masivos. |
| BREVE DESCRIPCIÓN | Lograr la satisfacción del cliente es indispensable para obtener un lugar en su corazón. Este tema ya no solo hace parte del departamento de mercadeo, sino de todas las áreas de la organización, por lo cual los empleados deben trabajar de manera eficiente y eficaz, cumpliendo con las expectativas del cliente y contribuyendo al éxito de la organización. |
| PALABRAS CLAVE | Satisfacción, cliente, servicio. |

| ÁREA OCUPACIONAL | 6 - Ventas y servicios |
| --- | --- |
| IDIOMA | Español |

**TABLA DE CONTENIDOS**

# **Introducción**

**1. Satisfacción del cliente**

1.1. Indicadores de satisfacción

1.1.1 Tipos de indicadores

1.1.2 Criterios de medición

1.1.3 Frecuencia de medición

1.2. Evaluación de servicios tercerizados

1.2.1 Responsabilidad contractual

1.2.2 Modelos de gestión

1.2.3 Indicadores y métricas de calidad

**2. Plan de mejoramiento continuo**

2.1. Elementos para su diseño

2.1.1 Tipos de mejora

2.1.2 Estrategias de mejoramiento

2.1.3 Métodos de mejora continua

2.2. Sistema de aseguramiento de calidad ISO 9000, 9001 y 9004

**Introducción**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En este componente formativo se abordarán las habilidades para comprender la importancia de evaluar el proceso creativo de un evento y su ejecución, características fundamentales para aplicar mejoras y brindar mayor satisfacción al cliente, esto con miras a permitir la construcción del aprendizaje en las temáticas, permitiendo evidenciar la formación de competencias propias al perfil del aprendiz en el marco de la producción, evaluación y desarrollo de eventos.  En el siguiente video se presenta la introducción a la temática, de modo que le permita identificar elementos importantes y desarrollar las habilidades que se esperan en el transcurso de cada punto de este componente formativo. Le deseamos éxito en la culminación de su formación técnica y profesional. |

**GUION DE VÍDEO INTRODUCTORIO**

| **Tipo de recurso** | Vídeo *spot* animado | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el vídeo no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Importancia de la gestión del riesgo en eventos masivos | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en *off*)** | **Texto** |
| **1** | Crear una imagen similar:  Iconos delgados y planos de eventos y ocasiones especiales organización, agencia de servicios de catering, agencia de marketing. Diseño plano concepto de marketing de eventos gráficos, elementos de sitio web.  (Imagen sugerida) | Sonido de fondo musical tranquilo que permite introducir el tema. (Tener un volumen leve). | En la actualidad, los eventos conforman una gran parte del sector turístico que atrae personas motivadas por un espectáculo u ocasión especial en temas religiosos, culturales, académicos, sociales, entre otros. Cada evento tiene su propósito, bien sea celebrar un momento especial, entretener, enseñar o comunicar algún tema específico. Sea cual sea su objetivo, las grandes ciudades tienden a competir para atraer la mayor porción de eventos durante el año, ya que esto implica no solo el gasto por parte de turistas, sino también la inversión pública, que finalmente, recae sobre los residentes de manera positiva.  Los turistas desean ser partícipes de eventos que los motiven, les muevan fibras y les generen una experiencia diferente, por ello, un organizador de eventos masivos debe trabajar bajo un enfoque de calidad total, donde se le brinde gran importancia al servicio prestado y al valor añadido que obtiene el turista cada vez más exigente, el cual busca satisfacer sus necesidades a partir de un espacio de diversión o conocimiento. | Evento  Espectáculo  Ocasiones especiales |
| **2** | Parte 1:  Resaltar una imagen del planeta tierra que gira lentamente;  <https://ak.picdn.net/shutterstock/videos/9090614/preview/stock-footage-zoom-in-from-space-down-to-a-plane-yard-on-earth-elements-of-this-image-furnished-by-nasa.webm>  (video sugerido)  Parte 2:  Poco a poco se referencian imágenes alusivas al proceso de garantizar un evento esperado, la satisfacción del cliente.  <https://ak.picdn.net/shutterstock/videos/1058529925/preview/stock-footage-closeup-part-of-human-body-two-men-shake-hands-conclude-successful-contract-agreement-sign-of.webm>  (video sugerido) | Música de fondo (volumen suave) | La globalización y todos los cambios actuales hacen que las empresas organizadoras de eventos se deban comprometer con dicha satisfacción del cliente, además de aprender a gestionar herramientas que le permitan realizar un seguimiento y medición a los servicios que se ofrecen, para así mejorar de manera continua y plantear estrategias que permitan un desarrollo óptimo de los eventos y una buena gestión de la relación con el turista, teniendo grandes resultados.  La evaluación y acciones de mejora en la producción y operación de eventos masivos es un proceso compuesto de diferentes pasos, donde se determinan los puntos fuertes y débiles en todas las fases del evento: planeación, organización, desarrollo y su misma evaluación. Con este proceso se eliminan los errores producidos por la falta de orden y de asignación de las actividades tanto a los empleados fijos como a los de apoyo, con el fin de generar un aumento de la calidad y servicio. Los resultados de la mejora continua dependerán de la relación que se logre entre todas las áreas de la empresa y las personas involucradas en el desarrollo de todo el evento. | Satisfacción  Gestión  Seguimiento  Medición |
| **3** | Parte 1:  Mostrar la imagen y el vídeo (como los sugeridos), de manera lenta con el fin de que pueda terminar el contenido de la narración.  Concepto de evaluación comparativa. Comparar procesos de negocio, indicadores, métricas de rendimiento con mejores. Medición, pruebas con gráficos de análisis. Ilustraciones vectoriales gráficas planas aisladas en fondo blanco  (Imagen sugerida)  Parte 2:  <https://ak.picdn.net/shutterstock/videos/1076498990/preview/stock-footage-top-down-footage-of-a-busy-corporate-office-with-tow-rows-off-businessmen-and-businesswomen-working.webm>  (video sugerido) |  | El mejor secreto de las empresas exitosas se enfoca en gestionar altos estándares de calidad, no solo para sus servicios o productos sino para sus empleados, por lo tanto, la calidad debe ser una filosofía aplicada a todos los niveles jerárquicos de la compañía, donde se aplique un proceso de mejoramiento continuo que permita evidenciar un panorama más grande, donde siempre se busque la innovación, la excelencia y la disminución de costos, y donde se orienten los resultados a la satisfacción de los requerimientos del cliente.  La importancia de este tema radica en que el organizador de eventos puede detectar sus debilidades para mejorarlas y afianzar sus fortalezas dentro de su trabajo de producción y desarrollo. A través del mejoramiento continuo se obtiene mayor productividad y competitividad en turismo, lo cual es de vital importancia para las actuales organizaciones, mejorando condiciones de calidad y servicio. | Éxito  Estándares de calidad  Innovación  Mejoramiento |
| **Nombre del archivo** | **623800\_v1** | | | |

**DESARROLLO DE CONTENIDO**

1. **Satisfacción del cliente**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La satisfacción de un consumidor es definida como un sentimiento o una sensación de placer que se genera en este luego de haber adquirido un producto o un servicio. En la organización de eventos como tal, esta satisfacción está ligada a la percepción que tiene un cliente con respecto a los beneficios que recibe en su evento, aplicándose el término no solo a quien contrata al organizador, sino también al asistente al evento. La satisfacción es una respuesta emocional o un resultado psicológico que proviene de la experiencia obtenida con la compra, la cual genera una comparación automática de lo que el cliente esperaba frente al resultado final.  Un cliente satisfecho se convierte en la mejor voz a voz de la compañía, ya que con sus referencias puede atraer a otras personas a la organización, incrementando de esta manera las ventas, y por supuesto, influyendo de manera positiva en la imagen de la empresa. Le presentamos algunos de esos elementos de satisfacción. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Avatar | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Elementos de satisfacción según Thompson (2005): | |
| **Rendimiento percibido**  Es el ‘resultado’ que el consumidor percibe en el servicio recibido, por ende, tiene varias características:  Al ser una percepción del cliente, el rendimiento no necesariamente está basado en la realidad.  Depende de las emociones y del razonamiento crítico del cliente.  La empresa no influye en la percepción, este proceso está vinculado al cliente. | | Caricatura 3D. Mujer joven haciendo buena señal, muestra gesto genial. Calificación de revisión de clientes y concepto de comentarios de clientes. Sonriente linda morena.  Ilustración vectorial 3d.  **Imagen**: **623800\_i1**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/3d-cartoon-character-young-woman-600w-1916518361.jpg> |
| **Expectativas**  Son el conjunto de lo que el consumidor espera obtener. Se generan de varias formas:   * Experiencias en el pasado con sus compras. * Opiniones de su círculo social. * Promesas hechas por la empresa y los competidores frente al servicio que desea adquirir el usuario. | | Empresario contemplando el triángulo de los valores interrelacionados en conflicto. El concepto de tiempo, costo de dinero o de calidad. Expectativas del cliente sobre el servicio o el producto. Ilustración del vector  **Imagen: 623800\_i2**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/businessman-contemplating-over-conflicting-interrelated-600w-2045068526.jpg> |
| **Niveles de satisfacción**  Suceden después de que el cliente ha realizado la compra.  Insatisfacción: es cuando el resultado del servicio no cumple con lo que espera el cliente.  Satisfacción: se genera cuando hay coherencia entre lo que espera el cliente y el desempeño del servicio.  Complacencia: es cuando los beneficios del servicio superan las expectativas del usuario. | | Conjunto de iconos vectoriales de medición - 3 segmentos - Velocímetro - Fácil de medir normal  **Imagen: 623800\_i3**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/set-measuring-vector-icons-3-600w-1402310060.jpg> |

| Continuando en este orden de ideas, según el nivel de satisfacción que tenga un cliente se puede inferir su grado de lealtad frente a una compañía, sin embargo, esto no significa que un cliente satisfecho ‘siempre’ le será leal a la marca, ya que pueden aparecer otros proveedores con una oferta que sobrepase la anterior. Por ello, el autor menciona que la complacencia es el nivel más alto al que le puede apuntar una compañía, pues genera una afinidad emocional que sobrepasa a la simple preferencia racional, lo cual se logra cuando la compañía simplemente promete lo que puede dar, pero luego da más de lo que prometió inicialmente.  Con lo anterior, se puede decir que la satisfacción señala que proviene de la calidad e impacta puntualmente a la fidelidad en la recompra. |
| --- |

**1.1 Indicadores de satisfacción**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Medir la satisfacción del cliente es primordial si lo que desea la organización es mejorar la experiencia y los procesos de cara al usuario. En el siguiente esquema se evidencia cada uno de los indicadores de satisfacción que se deben tener en cuenta según HubSpot (2022):        **Imagen: Elaboración propia**  **Imagen:623800\_i4** |

* + 1. **Tipos de indicadores**

| **Tipo de recurso** | Vídeo 2D | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **NOTA** | **La totalidad del texto locutado para el video no debe superar las 500 palabras aproximadamente** | | | |
| **Título** | Indicadores de satisfacción | | | |
| **Escena** | **Imagen** | **Sonido** | **Narración (voz en off)** | **Texto** |
| **1** | Crear una imagen similar donde, a medida que se va leyendo el texto, con una lupa se va resaltando cada una de las partes que componen la imagen (comentarios, percepciones del cliente, satisfacción).  Un Pequeño Personaje Empresarial Extrae Un Gran Brazo De Paleta Para Aumentar La Calidad De Nivel, Satisfacción De La Tasa De Evaluación Superior De Los Clientes. Administración de soluciones de eficiencia laboral para el éxito. Ilustración de vectores de personas de caricatura | Fondo musical informativo | Los niveles de satisfacción son importantes porque se vuelven un referente para conocer detalladamente lo que el cliente desea, y así mejorar el servicio ofrecido. De esta manera, toda la información que se recopile de los comentarios y percepción del cliente, le servirán a la empresa para saber cuán satisfechos están sus usuarios con lo que se les está brindando. |  |
| **2** | Se divide en partes:  Parte 1  Se crea una imagen similar donde se van indicando por  Network.  medio de los iconos de cada categoría, la cantidad de compras, descargas, suscripciones, cantidad de visitas.  Parte 2  Cuando se menciona el segundo párrafo, se muestra una imagen similar a la expuesta, para que pueda hacer referencia al fácil acceso a través de dispositivos móviles.  3D Plataforma de medios sociales, concepto de aplicaciones de comunicación social en línea, emoji, corazones, chat y gráfico con antecedentes de smartphone. 3.ª ilustración vectorial | Fondo musical que genere percepción de interactividad, comunicaciones… | **Tasa de conversión**  Este indicador se aplica a los sitios web o a algunos productos o servicios en específico. Se utiliza para conocer la cantidad de compras, descargas o suscripciones que se obtienen, a través de la visita de un cliente en el sitio web. También sirve para conocer la cantidad de compras que un solo cliente realiza, bien sea durante una misma visita o a través de varias.  Dado que este indicador se aplica más que todo al *e-commerce*, vale la pena revisar qué tanta inversión realiza la empresa para crear y mantener un sitio web que sea de fácil acceso a través de los dispositivos móviles de los clientes. | Acceso |
| **3** | Se divide en dos partes:  Parte 1  Se crea una imagen similar donde que simule el indicador de retención de clientes.  User Group & Magnet - Pastel Stroke Icons. A professional, pixel-aligned icon.  Parte 2  Se muestra la fórmula indicando el autor a un pie de la imagen.    HubSpot (2021)  **Imagen: 623800\_i5** | Fondo musical leve (que genere atención para observar la fórmula planteada) | **Retención de clientes**  Este indicador da cuenta de las estrategias válidas que funcionan para retener a los clientes, es decir, para que estos prefieran la mayor parte del tiempo a la organización. La retención tiene en cuenta las estrategias de fidelización o de lealtad de marca. Según HubSpot (2021), se puede utilizar la siguiente fórmula: |  |
| **4** | Crear una imagen similar donde el indicador se mueva lentamente entre cada uno de los valores a medida que se narra el texto.Valorar barra de estado de 1 a 10, Mejor para diseño de sitio web, aplicación, UI, aislado en fondo blanco. Ilustración vectorial EPS 10.  Después se puede mostrar una imagen similar, donde se resalte el sentido de la pregunta (mostrar signos de interrogación: ¿?)  Crear una imagen similar donde el indicador se mueva según la indicación del texto (5 excelente, 1 malo)1-5 Indicador aislado en blanco. Vector EPS8  Seguidamente, se crea una imagen similar, donde a partir de los resultados de las encuestas y calificaciones, aparezca cada cuadro por separado donde se encuentran detalles relevantes de calidad y de oportunidades de mejora.  Plantilla de gráfico de tipos de cambio y de confianza. Imagen de cliente | Fondo musical leve (que genere atención) | **Calificación de satisfacción del cliente (CSAT)**  En este indicador se obtiene información a través de las encuestas aplicadas a los clientes, donde se les pregunta sobre los productos o servicios, la atención recibida, el establecimiento, la calidad percibida, etc., y se les pide aplicar una calificación del 1 al 5 o del 1 al 10. Las encuestas normalmente son rápidas, cortas y con preguntas sencillas, a saber: ¿cómo considera que fue la atención por parte de nuestros vendedores? Califique del 1 al 5, siendo 5 excelente y 1 malo. Se pueden aplicar de manera presencial o de forma virtual (son excelentes para evaluar el servicio de un chat, por ejemplo).  La principal ventaja con este indicador es que se obtiene información de primera mano con respecto a lo que les gusta a los usuarios, y ello sirve para mejorar el servicio, los productos y la experiencia como tal; la principal desventaja es que a muchos clientes les da pereza diligenciar las encuestas, por lo que en ocasiones no se consigue una cantidad razonable para hacer los análisis. |  |
| **5** | Crear una imagen similar donde se resalte con lupa cada uno de los canales de comunicación, esto con el fin de ir mencionando que se pueden diseñar indicadores para medir y resaltar los iconos de Google Alerts o Mention (y lo demás del texto).  Canales de noticias como medios de comunicación usando varios dispositivos concepto de persona pequeña. Difundir la red de artículos a periódico, tablet, sitio web e ilustración vectorial pc. Información de prensa multimedia.  Crear imágenes similares de los iconos.MONTREAL, CANADA - OCTOBER 4, 2018: Google Alerts on s8 screen. Google Alerts is a content change notification service.Email Sign Logo Template Illustration Design. Vector EPS 10. | Colocar si habrá un sonido o música de fondo | **Indicadores de las redes sociales**  Realizar un constante monitoreo a las redes sociales es de gran importancia debido al impacto que tienen estos canales de comunicación. Se pueden diseñar indicadores para medir la cantidad de mensajes o comentarios que se reciben y también se puede acudir a herramientas virtuales, como Google Alerts o Mention, para obtener notificaciones cuando la compañía sea mencionada por un usuario de la red social.  Con estos rastreos se puede fortalecer la imagen a través de dichas plataformas, generar confianza en el público, difundir experiencias positivas de los usuarios y también gestionar las negativas. |  |
| **Nombre del archivo** | **623800\_v2** | | | |

**1.1.2 Criterios de medición**

| Cuadro de texto |
| --- |
| La medición de la satisfacción del cliente debe ser un proceso integrado a la organización que se realice de manera periódica, a fin de realizar los cambios pertinentes a tiempo. Para conocer la información de los clientes, es posible realizar evaluaciones de manera directa con ellos, a fin de conocer su percepción, o de manera indirecta, cuando la empresa ya cuenta con datos existentes frente a tal objetivo. Sea cual sea el caso, se deben tener presentes algunos criterios de medición, los cuales se mencionan a continuación. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Como se mencionó anteriormente, los criterios de medición son los siguientes: | |
| **Objetivos**  Antes de iniciar cualquier proceso de medición, se deben diseñar los objetivos, para que la información que se recolecta en verdad sea útil y eficiente para la compañía | | Poniendo mano virtual en el tablero de destino y flecha que imprimen la pantalla en un cubo de madera. Objetivo de logro de los negocios y concepto objetivo.  **Imagen: 623800\_i6**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/hand-putting-virtual-target-board-600w-1769365727.jpg> |
| **Relevancia**  Se deben medir los aspectos que realmente impacten al cliente sobre su satisfacción. | | Business people holding arrow sprint  **Imagen: 623800\_i7**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/business-people-holding-arrow-sprint-600w-1034114299.jpg> |
| **Integridad**  Debe existir confianza y total objetividad por parte de las fuentes que se usen para realizar el proceso de medición. | | Grupo de personas conectan ruedas cognitivas de un solo color para hacer un engranaje. Trabajo en equipo, asociación e integración.  **Imagen: 623800\_i8**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/group-people-connect-single-colored-600w-1929462911.jpg> |
| **Segmentación**  Dependiendo del objetivo de medición y de los tipos de público de una organización, se pueden crear segmentaciones para no abarcar a todos los clientes sino a la porción de estos que más le interese a la compañía. | | Ilustración 3D de muchos peones segmentados en diferentes categorías sobre fondo negro. concepto de segmentación de clientes.  **Imagen: 623800\_i9**  <https://image.shutterstock.com/image-illustration/3d-illustration-many-pawns-segmented-600w-1942403506.jpg> |
| **Tendencia**  Cuando se revisa la información obtenida por parte de los clientes, se pueden identificar tendencias positivas o negativas en su percepción, con el fin de generar mejoras oportunas. | | 2022 concepto de negocio, empresario o ingeniero Mostrar la tendencia de impulsar la moneda digital para desarrollar negocios en línea.  **Imagen: 623800\_i10**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/2022-business-concept-businessman-engineer-600w-2078523274.jpg> |
| **Comparaciones**  Se usan para evaluar lo que otros competidores realizan a fin de tomar inspiración o realizar mejoras en los productos o servicios de la organización. | | La ansiedad de la comparación social, compararse con otros, desalentar el fracaso, el concepto de problema de pérdida o automotivación, el hombre triste y deprimido de su mano se compara a sí mismo con un colega ganador.  **Imagen: 623800\_i11**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/social-comparison-anxiety-compare-yourself-600w-2004328127.jpg> |

**1.1.3 Frecuencia de medición**

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| De esta manera, los datos de satisfacción de los usuarios se deben recolectar de manera permanente, de hecho, con cada venta se debería realizar la medición de satisfacción. También se puede determinar un intervalo fijo, bien sea por mes, por ejemplo, donde se aplique una técnica puntual, ya sea con encuesta, paneles, grupos focales, entre otros, con el fin de recolectar la información. | |

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Frecuencia de medición**  Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, los datos de satisfacción de los usuarios se deben recolectar de manera permanente, y se hace necesario tener en cuenta una frecuencia de medición. |

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| **Frecuencia de medición**  Con cada venta se debería realizar la medición de satisfacción, también se puede determinar un intervalo fijo como cada mes, por ejemplo, donde se aplique una técnica puntual, bien sea con encuesta, paneles, grupos focales, entre otros. | |

**1.2 Evaluación de servicios tercerizados**

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Evaluación de servicios tercerizados**  Los clientes en la actualidad desean buenos productos, servicios rápidos y un precio cada vez más bajo. Para responder a ello las empresas deben enfocarse en sus competencias centrales y permitir que proveedores externos realicen otras actividades o presten sus servicios en cuanto a mercadeo, investigación y desarrollo, contabilidad, etc., con el fin de que esta pueda dedicarse a su labor principal: desarrollar nuevos proyectos y gestionar sus operaciones de manera más efectiva.  A continuación, se detallan características sobre la tercerización de servicios. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Características sobre la tercerización de servicios. | |
| La tercerización de servicios es una práctica por la cual una empresa contrata a otra para desarrollar ciertas labores y reducir costos generales. Se puede aplicar a “procesos internos de la compañía como funciones de contabilidad o servicios de *contact centers* y procesos externos como recursos humanos, *marketing*, documentación, logística o seguimiento comercial, para lograr control, estabilidad, trazabilidad y transparencia en ellos.” (Colsubsidio, s.f.). | | Negocios globales, noticias falsas y Compartir llaman iconos de línea mínimos. botones de esferas o bolas 3d. Iconos de la cartera. Para web, aplicación, impresión. Tercerización, hecho incorrecto, soporte telefónico. Enviar dinero. Vector  **Imagen: 623800\_i12**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/global-business-fake-news-share-600w-2165326397.jpg> |
| Existe una diferencia importante entre la tercerización y la simple contratación de proveedores para realizar alguna labor. Ámbito jurídico (2018), define la tercerización como  aquella mediante la cual una empresa confía a otra el suministro de bienes o servicios, y esta última se compromete a llevar a cabo el trabajo por su cuenta y riesgo, y con sus propios recursos financieros, materiales y humanos, en la que prima la autonomía del tercero en cuanto al manejo de su propia empresa en aspectos administrativos, financieros y de recurso humano, con independencia de quien lo contrate, porque de lo que se trata es de producir un resultado final. (párr. 3) | | El concepto de subcontratación de trabajo y teletrabajo. Tercerización de procesos de negocios, externalización, desarrollo de software offshore, trabajo independiente y empresa de contratación.  **Imagen: 623800\_i13**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/work-outsourcing-telecommuting-concept-business-600w-2027471498.jpg> |
| Este concepto se diferencia de la contratación de mano de obra o recurso humano, ya que tiene un contenido y alcance diferente. Ámbito jurídico (2018), mencionando a la Organización Internacional del Trabajo -OIT-, específica que  el objetivo único o predominante es el suministro de mano de obra (y no de bienes y servicios) por parte del subcontratista a la empresa usuaria, la cual puede pedir a los interesados que trabajen en sus locales junto con sus propios asalariados o que lo hagan en otra parte, si la organización de la producción así lo requiere. (párr. 4)  En resumen, la legislación colombiana distingue los dos términos, haciendo claridad en que la “tercerización, aplica a la de bienes y de servicios como resultado final, y la intermediación laboral, se refiere al envío de trabajadores en misión a terceros para colaborarles temporalmente en sus actividades misionales permanentes” (Ámbito jurídico, 2018). | | **Imagen: 623800\_i14**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/handshake-successful-negotiation-ending-closeup-600w-1935747178.jpg> |
| Ahora, este proceso de tercerización puede darse dentro del mismo país, a lo cual se le conoce como *inshore*, o también se pueden hacer contrataciones con empresas extranjeras para llevar a cabo las diferentes labores, a esto se le conoce como *offshore*.  Sea cual sea la modalidad, tercerizar algunos servicios puede ayudarle a las organizaciones a fortalecer sus actividades más productivas, como, por ejemplo, abrir nuevos mercados o crear una nueva línea de productos o servicios; agilizando de esta manera sus procesos y disminuyendo las cargas en otras labores que pueden ser desarrolladas por empresas externas, y que de hecho saldrían más económicas, que tener el tiempo ocupado en asuntos menos productivos. | | Colombia con bandera incrustada en la superficie del planeta durante el amanecer. Ilustración 3D con una superficie realista y muy detallada del planeta y luces de ciudad visibles. Elementos de esta imagen amueblada por la NASA.  **Imagen: 623800\_i15**  <https://image.shutterstock.com/image-illustration/colombia-embedded-flag-on-planet-600w-527025829.jpg> |
| A pesar de todas estas ventajas, también es importante reconocer que la tercerización acarrea ciertos riesgos, como la pérdida en el control de un servicio, calidad inferior a la acordada inicialmente, conflictos internos, dependencia del proveedor, riesgo de pérdida del conocimiento interno y de no alcanzar los objetivos para los que se contrató al proveedor, entre otros (Pirani, 2021). Por ello, es necesaria la evaluación y monitoreo continuo dentro del cual se pueden revisar temas como la gestión de la confianza e integridad de la información brindada al proveedor, su situación financiera, reputación en el mercado, análisis en los cambios de estrategia del proveedor, cumplimiento de sus requisitos legales, capacidad de respuesta y la claridad existente con respecto a la propiedad intelectual, etc. (Pirani, 2021). Todo esto con el fin de tener buenas relaciones entre la parte contratante y el contratado, y asegurarse de obtener la mejor calidad en la labor tercerizada. | | Diseño de vectores planos, análisis estadístico y de datos para el concepto de inversión de finanzas empresariales con un equipo de personas de negocios que trabaja en el tablero de gráficos de monitoreo  **Imagen: 623800\_i16**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/flat-vector-design-statistical-data-600w-1766397167.jpg> |
| En caso de que el proveedor incumpla las pautas acordadas en el contrato, o que las expectativas no se cumplan dando lugar a la terminación de este, se debe acudir a un plan B para retornar las actividades o procesos tercerizados al personal de la organización, en caso de no contar con una empresa alternativa. | | Empresario que da vuelta a la mano bloques de cubo de madera con PLAN Un cambio al texto del PLAN B en el fondo de la mesa. estrategia, análisis, marketing, proyectos y conceptos de crisis  **Imagen: 623800\_i17**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/businessman-hand-flipping-wooden-cube-600w-1724438368.jpg> |

**1.2.1 Responsabilidad contractual**

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Responsabilidad contractual**  Como se ha visto anteriormente, cuando una organización decide tercerizar alguno de sus servicios con otra empresa, llamada subcontratista, esta tendrá la obligación de contratar a su personal para poder realizar las labores pactadas. En esta relación se generan unas obligaciones laborales por parte y parte, dentro de las cuales se destaca el salario, las prestaciones sociales, la seguridad social y el pago de indemnizaciones por incumplimientos contractuales. |

| **Tipo de recurso** | Carrusel de tarjetas | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | La responsabilidad contractualtiene su origen en el incumplimiento de las obligaciones suscritas entre las partes, dado que existe una responsabilidad contractual que nace de no haberse cumplido un acuerdo de voluntades plasmadas, creándose una obligación de reparar el daño existiendo una obligación por indemnizar cuando se demuestre la culpa (Conceptos jurídicos, s.f.).  Para que esta responsabilidad contractual prospere, se deben demostrar algunos elementos, como los siguientes: | |
| Isomtric firmó un contrato con un sello. Documento con una firma. Forma del documento. Acuerdo financiero o contrato comercial  **Imagen: 623800\_i18**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/isometric-signed-contract-stamp-document-600w-1412675480.jpg> | | |
| Que exista un contrato legal vigente. | | concepto de derecho El empresario que usa la demanda negra tratando de pedirle al abogado que aclare la legislación que parece confundirlo.  **Imagen: 623800\_i19**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/law-concept-entrepreneur-who-wears-600w-2109550931.jpg> |
| Que haya un incumplimiento de alguna de las obligaciones.  . | | Vector de contrato roto o incumplimiento de acuerdo icono de dibujo animado plano, idea de documento firmado legal caducado, terminación de contrato, cancelación o término del concepto de asociación, archivo de papel roto   **Imagen: 623800\_i20**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/broken-contract-vector-breach-agreement-600w-1926684479.jpg> |
| Generación de un daño o perjuicio que sea reparable y cuantificable. La indemnización de los daños y perjuicios implica el valor de la pérdida, y el de la ganancia que el acreedor haya dejado de obtener. Los daños pueden ser económicos, materiales y morales. | | concepto de corrupción, el contratista ofrece una indemnización especial al firmante autorizado del acuerdo.  **Imagen: 623800\_i21**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/corruption-concept-the-contractor-provides-600w-1105402274.jpg> |

**1.2.2 Modelos de gestión**

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Modelos de gestión**  La gestión empresarial es el proceso por el cual se entrelazan las estrategias de producción y distribución de bienes y servicios, las cuales son desarrolladas por personas competentes encargadas de realizar un análisis del entorno y proponer estrategias que contribuyan al incremento de la competitividad y productividad de la organización. A continuación, se presentan algunos modelos de gestión. |

| **Tipo de recurso** | | Pestañas o tabs Verticales |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | | Dentro de los aspectos organizativos y administrativos de los eventos, existen diferentes modelos de gestión que se pueden aplicar teniendo en cuenta el tipo de acontecimiento, los objetivos que este persigue, entre otros aspectos. Algunos de ellos son: |
| **Modelos de gestión**  **Elaboración propia**  **Imagen: 623800\_i22** | | |
| **Modelo de gestión directa** | **Modelo de gestión directa**  Se aplica cuando la empresa organizadora de eventos se encarga de realizar toda la gestión del acontecimiento, creando comités de trabajo que permitirán llevar a cabo lo deseado por la empresa contratante. En este caso, el organizador de eventos se encarga de realizar la contratación de proveedores, montaje, logística, *catering* y demás aspectos, a fin de cumplir con las expectativas de los asistentes. | |
| **Modelo de tercerización** | **Modelo de tercerización**  Se aplica cuando las organizadoras de eventos buscan centrar su negocio en las actividades propias de la planeación, organización, montaje y culminación de un evento. Teniendo la posibilidad de tercerizar áreas de soporte, tecnología, mercadeo, que requieren más tiempo y les hacen perder el foco de su negocio. | |
| **La gestión por empresas adjudicatarias** | **La gestión por empresas adjudicatarias**  En estos eventos se cede la gestión a una empresa que se encarga de toda la organización. En España, por ejemplo, la Vuelta Ciclista a España tiene este tipo de gestión. | |

**1.2.3 Indicadores y métricas de calidad**

| Cuadro de texto |
| --- |
| **Indicadores y métricas de calidad**  Los indicadores de calidad son herramientas de medición usadas para determinar el nivel de calidad en los productos, servicios y procesos de una empresa. Son de carácter cuantificable y ayudan a controlar y mejorar los procesos, brindando resultados que permitan realizar ajustes óptimos a fin de garantizar la satisfacción del cliente. Los indicadores deben ser fáciles de aplicar y deben proporcionar una información clara y aportante para dar cumplimiento a los objetivos que se buscan alcanzar; adicional a ello, deben ser entendibles para ser graficados o plasmados en diagramas, tablas o cuadros conceptuales. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Conectadas |
| --- | --- |
| **Introducción** | A continuación, se resaltan los siguientes indicadores y métricas de calidad: |
| Medición de referencia comercial, KPI, indicador clave de rendimiento para evaluar el éxito, el concepto de mejora o crecimiento empresarial, hombre de negocios y mujer ayudan a medir la cinta para medir el gráfico de barras.  **Imagen: 623800\_i23**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/business-benchmark-measurement-kpi-key-600w-2112421130.jpg> | |
| Icono vector que ilustra la eficacia fácil. Comprobar o probar cualquier proceso o cosa simple pictograma de esquema.  **Imagen: 623800\_24**  <https://image.shutterstock.com/shutterstock/photos/1550875577/display_1500/stock-vector-vector-icon-that-illustrates-easy-effectiveness-check-or-testing-of-any-process-or-thing-simple-1550875577.jpg> | **Eficacia**  La eficacia es la relación entre un servicio disponible y la necesidad para la que ha sido creado. Cuando esta relación es positiva, la eficacia del producto es alta. Pero si la necesidad del cliente sigue sin ser atendida tras la adquisición de dicho servicio, el indicador es negativo. |
| Foto de arte collage mínimo de hermosa dama silla sentada dejando retroalimentación de mercadería color rosa aislado  **Imagen: 623800\_i25**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/photo-artwork-minimal-collage-beautiful-600w-2149852003.jpg> | **Valoración de ventas**  El volumen de ventas es, sin duda, el elemento más empleado para medir la calidad de un servicio. Vender mucho casi siempre es sinónimo de éxito: indica que el servicio ha tenido una buena acogida y que ha generado gran interés. No obstante, esta relación no supone en todos los casos un grado alto de calidad. Se puede vender mucho sin que el servicio sea del todo bueno. |
| La bella gente de negocios en los auriculares está usando computadoras y sonriendo mientras trabaja en la oficina  **Imagen: 623800\_i26**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/beautiful-business-people-headsets-using-600w-598994645.jpg> | **Servicio al cliente:**  El servicio al cliente mide los niveles de calidad en el servicio posventa, teniendo en cuenta, por ejemplo, la cantidad de quejas existentes frente al desarrollo del evento. Cuanto menor sea el número de quejas, más satisfechos estarán los asistentes y la misma empresa contratante. Disponer de actitud y de compromiso suma aspectos relevantes para tener un adecuado servicio al cliente. |

1. **Plan de mejoramiento continuo**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Las empresas que buscan aumentar la satisfacción de sus clientes deben ser conscientes del establecimiento de mejoras que deben realizar en sus productos o servicios. El objetivo de definir una estrategia de mejora continua es poder ser sostenibles en el tiempo y que el negocio siga funcionando de manera correcta, a partir del reconocimiento de los errores que se tengan en los procesos. A continuación, se presentan los pasos para elaborar un plan de mejoramiento continuo. |

**2.1. Elementos para su diseño**

| **Tipo de recurso** | Rutas / Pasos. Verticales 2 | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Para tener un adecuado plan de mejoramiento continuo, se debe contar con los siguientes pasos: | |
| **1.** | Definir objetivos  El buen funcionamiento de la compañía también depende de la definición de unos objetivos que plasmen lo que se desea alcanzar; de esta manera, el plan de mejoramiento siempre estará con una buena dirección y enfocado hacia lo que corresponde. | Alcance de la labor, definición del trabajo que se ha de realizar en el documento, plan o estrategia del acuerdo en materia de gestión de proyectos, objetivos y objetivos, el director de proyectos de negocios inteligente presenta el alcance de la labor en reunión.  **Imagen: 623800\_i27**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/scope-work-define-be-performed-600w-2111174684.jpg> |
| **2.** | Medir y analizar los resultados  Se deben tener detalles o informes de cada actividad realizada en la organización, con el fin de contar con los datos precisos para poder realizar las evaluaciones correspondientes. | Investigación y desarrollo, análisis de datos para información de visión para mejorar o optimizar, investigación de mercado para aumentar el concepto de crecimiento, gente de negocios investigando con lupa y computadora.  **Imagen: 623800\_i28**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/research-development-analyze-data-insight-600w-2145881797.jpg> |
| **3.** | Comparar resultados entre procesos  En este punto se pueden tomar datos históricos de los procesos de la organización, con la intención de compararlos y encontrar patrones repetidos que puedan dar indicios de errores o mejoras a realizar. | Calidad vs cantidad, gestión para asegurar un excelente resultado de trabajo, actitud de trabajo para ofrecer un concepto de resultados superior, empresario inteligente con estrellas de alta calidad preciosas frente a otras estrellas ordinarias  **Imagen: 623800\_i29**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/quality-vs-quantity-management-assure-600w-2055808418.jpg> |
| **4.** | Simplificar procesos  La mejora continua busca no solo resolver lo inadecuado dentro de la compañía, sino también hacer más fácil todos los procesos para disminuir o evitar por completo la pérdida de dinero y de tiempo en la productividad. | Una idea simple para el éxito de los negocios, simplificar las direcciones complicadas para ser una forma de éxito fácil, un concepto de pensamiento efectivo, un hombre de negocios inteligente caminar con una flecha simple mientras que otros con demasiadas flechas.  **Imagen: 623800\_i30**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/simple-idea-business-success-simplify-600w-2062732520.jpg> |
| **5.** | Trabajar con todos los colaboradores de la empresa  Es necesario que los empleados se vinculen a este proceso de mejora continua, ya que serán ellos quien definitivamente apliquen los cambios necesarios para que la compañía siga creciendo. | Business teamwork with pieces of puzzle in office. Connecting with puzzle elements vector illustration flat design style  **Imagen: 623800\_i31**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/business-teamwork-pieces-puzzle-office-600w-1607109298.jpg> |
| **6.** | Evaluación periódica del plan de mejora  En el tiempo todo tiene modificaciones; el plan de mejora también. Los resultados de hoy no serán los de mañana, por tanto, se debe afinar a medida que vaya transcurriendo el tiempo. | Gestión de calidad con garantía de calidad, control de calidad y mejora. Concepto de estandarización y certificación. Cumplimiento de los reglamentos y normas. Concepto con el director o auditor.  **Imagen: 623800\_i32**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/quality-management-qa-assurance-qc-600w-2102194204.jpg> |
| **7.** | Análisis y *feedback* de resultados  Con este paso la compañía puede identificar cuáles han sido las estrategias exitosas y ajustar las que no, para que las mejoras realizadas en verdad se alineen con los objetivos planteados. | **Imagen: 623800\_i33**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/feedback-icon-set-on-speedometer-600w-1763438021.jpg> |

**2.1.1 Tipos de mejora**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Es importante tener en cuenta que el proceso de mejora puede llevarse a cabo de dos maneras: |

| **Tipo de recurso** | Acordeón tipo 1 |
| --- | --- |
| **Introducción** | Los tipos de mejora son los siguientes: |
| El usuario da calificación a la experiencia de servicio en aplicaciones en línea, el concepto de encuesta de satisfacción de los clientes, el cliente puede evaluar la calidad del servicio que lleva a la clasificación de la reputación del negocio.  **Imagen: 623800\_i34**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/user-give-rating-service-experience-600w-2080366882.jpg> | |
| **Mejora continua**  Es de la que se ha venido hablando durante este componente. Ayuda a mejorar los procesos ya existentes de manera gradual y continua. | |
| **Reingeniería de procesos**  Este tipo de mejora busca un cambio radical en los procesos.  A su vez, estas dos mejoras tienen una subclasificación: | |
| **Mejora estructural**  Su fin es generar una transformación a la estructura original del proceso a través de la tecnología o herramientas creativas. Esta mejora se puede aplicar a diferentes temas, como la redefinición de expectativas, destinatarios, reestructuración de resultados generados por el proceso, etc. | |
| **Mejora de funcionamiento**  Se enfoca en mejorar la eficiencia en un proceso, ya sea disminuyendo su tiempo de ejecución u obteniendo un mejor resultado de este. Este tipo de mejoras hace uso de herramientas de resolución de problemas que son comúnmente usadas, como por ejemplo, el diseño de experimentos, los sistemas de sugerencias, los análisis de datos, etc. Como ejemplo se puede mencionar la disminución en el porcentaje de desperdicios en algún producto. | |

**2.1.2 Estrategias de mejoramiento**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En una empresa existen estrategias para aplicar los programas de mejora continua. Se presentan a continuación estas estrategias: |

| **Tipo de recurso** | Pestañas o tabs horizontales | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Estrategias de mejoramiento continuo en la empresa: | |
| **Analizar el rendimiento** | Analizar el rendimiento: hace parte de un diagnóstico empresarial que evidencia los puntos fuertes y los débiles con respecto al rendimiento de un proceso. Es con esta estrategia que se pueden aplicar mejoras y llegar a resultados óptimos. | Equipo de expertos isométricos para análisis de datos, estadísticas de negocios, administración, consultoría, marketing. B2B. Datos e indicadores clave de rendimiento para el análisis de inteligencia empresarial  **Imagen: 623800\_i35**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/user-give-rating-service-experience-600w-2080366882.jpg> |
| **Prevenir es la clave** | Prevenir es la clave: si bien todo proceso puede mejorar y todo error tiene su solución, es importante que la cultura organizacional se enfoque en prevenir y no en solucionar. De esta manera, se podrán identificar áreas o procesos en los que hay que centrar las herramientas de mejora continua. | **Imagen: 623800\_i36**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/hand-prevent-wooden-block-tower-600w-2153746851.jpg>  Evitar a mano el choque de la torre de la torre de la torre de la torre de madera o caerse dominó. el concepto de prevención de las actividades financieras y la gestión de riesgos o la planificación estratégica. |
| **Motivación e incentivos** | Motivación e incentivos: anteriormente se había hablado de la importancia de tener a todo el equipo de trabajo comprometido con la mejora continua, sin embargo, esto es una labor que se debe cultivar, por lo cual son necesarios los incentivos que valoren la labor de los empleados y los motiven a hacer parte de la filosofía organizacional. Este proceso puede estar compuesto por bonos, regalos, días de descanso, etc.; también se deben tener presentes las jornadas de capacitación que buscan generar un mayor conocimiento en los empleados, e incluso enseñarles varias funciones que puedan ser útiles en sus tiempos de vacaciones o enfermedad. Otro punto para considerar, y que siempre es bien visto, es organizar sesiones de ideas donde se tome en cuenta el punto de vista de los empleados, para crear, reforzar o mejorar procesos, teniendo en cuenta los puntos débiles para aplicar nuevas estrategias. | **Imagen: 623800\_i37**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/man-woman-vector-business-reward-600w-1511747204.jpg>  El hombre y la mujer vectorial recompensa al empleado de satisfacción. Competencia de líderes de ilustraciones gráficas de retroalimentación. El concepto de trabajo de retroalimentación de las estrellas de paso. Evaluación de buena calidad de la empresa de motivación laboral |
| **Hora de ocuparse y no estresarse** | Hora de ocuparse y no estresarse: siempre quisiéramos que los resultados esperados en una organización fueran óptimos y se reflejarán en el ahora; sin embargo, se debe reconocer que los resultados esperados no se pueden controlar, porque siempre se presentan variables que pueden intervenir en última instancia. En lugar de estresarse por ello, se debe centrar en encontrar estrategias o herramientas que ayuden a crecer, ser flexibles y adaptarse a los cambios constantes del entorno. | Trabajo ocupado y empleado multitarea, apurarse para terminar muchos documentos dentro de la fecha límite y el horario, sobrecargado o agotado del concepto de tareas de sobrecarga, empresario estresante lleva un trabajo ocupado para terminar.  **Imagen: 623800\_i38**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/busy-work-multitasking-employee-hurry-600w-2139889009.jpg> |

**2.1.3 Métodos de mejora continua**

| Cuadro de texto |
| --- |
| Existen diferentes métodos para aplicar la mejora continua, a continuación, se relacionan algunos de ellos: |

| **Tipo de recurso** | Slider Imagen | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | Método de las 5S: se basa en 5 principios que provienen de la cultura japonesa.  Es una técnica para la gestión laboral proveniente de la cultura empresarial japonesa y basada en 5 principios. El objetivo es ordenar y dar sentido a las funciones. Los principios son: | |
| ***Seiri* (selección)**    Se basa en eliminar espacio y todo aquello que no desempeñe una función importante para el desarrollo de una labor: herramientas, documentos, etc. | | Automatización de procesos de negocio y flujo de trabajo con diagrama de flujo. Bloque de cubo de madera de mano que organiza la gestión del procesamiento sobre fondo blanco  **Imagen: 623800\_i39**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/business-process-workflow-automation-flowchart-600w-2180684945.jpg> |
| ***Seiton* (organización)**  Se enfoca en ordenar los espacios para tener mayor concentración y un desempeño más eficaz. | | Decoración de estilo ecológico en una moderna oficina abierta con mesas y sillas grises, pared de decoración de madera y suelo de hormigón. representación 3D  **Imagen: 623800\_i40**  <https://image.shutterstock.com/image-illustration/eco-style-interior-design-modern-600w-1923578756.jpg> |
| ***Seiso* (limpieza)**  Se evita acumular objetos innecesarios que generen distracciones en el trabajo. | | Una joven vacía la casa. El concepto de vida diaria, ocio cotidiano y actividades laborales. Ilustración vectorial de dibujos animados planos.  **Imagen: 623800\_i41**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/young-woman-vacuums-house-concept-600w-1772491595.jpg> |
| ***Seiketsu* (bienestar personal)**  Nos permite evidenciar incoherencias en el lugar de trabajo y en los procesos. El objetivo es estandarizar los procesos de la manera más óptima posible. | | Equipo de mano de pequeños empresarios. Ayuda social o apoyo para la ilustración de vectores planos comunitarios en el lugar de trabajo. Atención a los empleados, bienestar, concepto de gestión de personas para banner, diseño de sitios web  **Imagen: 623800\_i42**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/hands-holding-team-tiny-business-600w-2022712418.jpg> |
| ***Shitsuke* (hábitos)**  Cuando los otros factores están claros, se pueden generar hábitos que logren mantener los objetivos claros y llegar a cumplirlos de una manera más eficiente. | | Conjunto de ilustraciones vectoriales de concepto abstracto del servicio de cazador de encabezados. Recursos humanos, escala empresarial, sala de reuniones, sitio web de listas de empleos, jerarquía laboral, escala profesional, metáfora abstracta de contratos.  **Imagen: 623800\_i43**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/headhunter-service-abstract-concept-vector-600w-1923061229.jpg> |

| Cuadro de texto |
| --- |
| ***Lean manufacturing:***  Su fin también es identificar y eliminar lo que no sirva dentro de una compañía, como procesos, documentos, actividades que no agregan valor, etc. El objetivo de este método va en contraposición al de la producción en masa, ya que con *lean* *manufacturing* se eliminan la mayor cantidad de desperdicios posibles. Se presenta a continuación el ciclo PDCA o Rueda *Deming*. |

| **Tipo de recurso** | Tarjetas Conectadas |
| --- | --- |
| **Introducción** | Se presenta a continuación el Ciclo PDCA o Rueda Deming, la cual se centra en la calidad bajo una metodología cíclica que busca la mejora en dicha área. Cada letra tiene un significado y se representa de la siguiente manera: |
| PDCA, Deming Wheel in english  **Imagen: 623800\_i44** | |
| **P** | P - *Plan*  Se plantean los problemas que se deben resolver y los recursos que hay disponibles para ello. |
| **D** | D - *Do*  En español significa hacer; aquí se plantean los pasos a seguir para poder resolver lo planteado en el punto anterior. |
| **C** | C - *Check*  En español, verificar. En este punto se hace un análisis de resultados después de haber aplicado el plan. Se valida la efectividad de lo planeado al inicio. |
| **A** | A - *Act*  En español, actuar. En este punto se corrige lo que se haya encontrado con el análisis de datos del punto anterior. También se deben reconocer las nuevas mejoras propicias por hacer. |

| Tipo de recurso | Cajón de texto de color |
| --- | --- |
| **Kanban:** esta técnica se basa en la demanda de los clientes. Este método busca agilizar las funciones de trabajo dividiéndolas en fases. Se le debe indicar al equipo de trabajo las acciones que deben desarrollar en términos de tarea, función y observaciones. Kanban se reconoce por las siguientes características:   1. Visualización efectiva de tareas. 2. Procesos de gestión basados en objetivos claros. 3. Priorización según la urgencia e importancia. 4. Mejora continua empresa. | |

**2.2. Sistema de aseguramiento de calidad ISO 9000, 9001 y 9004**

| Cuadro de texto |
| --- |
| En la actualidad existen una serie de normas estandarizadas que se presentan de la siguiente manera:  ISO 9000:2000. Sistemas de gestión de la calidad. Fundamentos y vocabulario. ISO 9001:2000. Sistemas de gestión de la calidad. Requisitos. ISO 9004:2000. Sistemas de gestión de la calidad. Directrices para la mejora del desempeño. |

| **Tipo de recurso** | Slider Presentación | |
| --- | --- | --- |
| **Introducción** | En este orden de ideas, los sistemas de aseguramiento de calidad ISO 9000, 9001 y 9004 presentan las siguientes características: | |
| Las [normas ISO](https://www.isotools.org/normas/) son un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. Aunque su implementación es de carácter voluntario, han ganado gran reconocimiento y aceptación internacional debido a la importancia que ha tomado la figura y la opinión de los consumidores. Las normas ISO son establecidas por el Organismo Internacional de Estandarización (ISO), y se componen de estándares y guías relacionados con sistemas y herramientas específicas de gestión aplicables en cualquier tipo de organización (ISO, 2015). | | Personas que cumplen con los estándares de control de calidad y obtienen un certificado. certificación de gestión de calidad, concepto de industria. plantilla Vector plano  **Imagen: 623800\_i45**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/people-meeting-quality-control-standards-600w-2000145140.jpg> |
| En los últimos tiempos han tenido una gran difusión en el mundo empresarial como una metodología para obtener buenos resultados y satisfacción en los procesos con los clientes, los trabajadores, los accionistas y la sociedad en general, abarcando el término de calidad total, que a su vez es un compromiso con toda la compañía en la mejora continua. Cuando esta calidad se desea implementar como un sistema de gestión, se aplica a un proceso largo que implica un cambio en la forma de dirigir y gestionar los procesos internos de la compañía, que por supuesto, va de cara al cliente. | | Adaptación empresarial ágil y efectiva a cambios en el concepto de persona pequeña. Gestión del rendimiento con estrategia flexible y mejoras rápidas en la ilustración vectorial. Ciclo de desarrollo de la innovación.  **Imagen: 623800\_i46**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/agile-fast-effective-business-adaption-600w-2048852306.jpg> |
| Al interior de la organización, con los empleados, se logra crear una cultura participativa que permita la creatividad y la innovación. Se potencian los grupos multidisciplinares y la formación continua, se respeta al medio ambiente desde la labor de la compañía y se potencia la seguridad en el trabajo. Para los accionistas también hay beneficios, como la rentabilidad en el mediano y largo plazo, además se evitan daños innecesarios en los inventarios, equipos, exceso de informes, reuniones y tareas no productivas. | | Equipo de gente de negocios celebra el éxito en colaboración de trabajo, dando a los altos cinco con alegría. El concepto de unidad y apoyo entre colegas. Ilustración vectorial plana aislada en fondo blanco  **Imagen: 623800\_i47**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/team-business-people-celebrate-success-600w-2074834006.jpg> |
| Finalmente, con respecto a los clientes y la aplicación de las normas, se les añade valor haciendo los procesos de manera correcta y sin rectificaciones, aceptando que el cliente requiere de una mejora continua y que cada uno tiene su propia definición de calidad. | | Mujer presionando el emoticono de cara sonriente feliz en la pantalla táctil virtual. Concepto de evaluación y calificación del servicio al cliente.  **Imagen: 623800\_i48**  <https://image.shutterstock.com/image-photo/woman-pressing-happy-smiley-face-600w-788499406.jpg> |

| **Tipo de recurso** | Síntesis |
| --- | --- |
| Nombre del programa: Producción de eventos masivos.  Síntesis: Evaluación y acciones de mejora en la producción y operación de eventos masivos. | |
| **Introducción** | Evaluación y acciones de mejora en los eventos. |
| **Imagen: 623800\_i49** | |

**ACTIVIDAD DIDÁCTICA**

| **Tipo de recurso** | Actividad didáctica. Completar la frase | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Lograr la satisfacción del cliente es indispensable para obtener un lugar en su corazón. Este proceso solo puede ser posible si se aplica la mejora continua en los servicios, identificando sus debilidades y las fortalezas a potenciar.  Para poner a prueba sus conocimientos, complete los espacios en blanco de cada una de las oraciones con la palabra que corresponde y luego verifique la respuesta: | | 5 estrellas. Personas planas sosteniendo cinco estrellas doradas. Revisión de productos en medios sociales, hombres y mujeres votan en línea, calidad de calificación de clientes y retroalimentación de la caricatura vectorial aislada en fondo blanco  **Imagen: 623800\_i50**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/5-star-rating-flat-people-600w-1931694125.jpg> | |
| Las \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ son lo que el consumidor espera obtener de un producto o servicio. | | expectativas | Juego de iconos de educación. Icono incluido como proceso de trabajo en equipo, laboratorio de química, carteles de trabajo de tercerización. Teléfono musical, estadísticas del sitio web, símbolos de recompensa. Tiempo, lista de comprobación de contabilidad, gestión de tiempo. Vector**Imagen: 623800\_i51**  <https://image.shutterstock.com/image-vector/education-icons-set-included-icon-600w-2072182250.jpg> |
| Los \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se usan para conocer la experiencia de compra obtenida por parte del usuario. | | indicadores de satisfacción |
| Las encuestas que se aplican a los clientes con respecto a los productos o servicios que obtienen de una compañía buscan conocer su nivel de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. | | satisfacción |
| La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ se puede aplicar a procesos internos y externos de la compañía, entre ellos *marketing*, documentación, logística y seguimiento comercial. | | tercerización |

| La gestión empresarial es el proceso por el cual se \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ los procesos de producción y distribución de bienes y servicios. | entrelazan o unen |  |
| --- | --- | --- |
| La métrica de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ mide los niveles de calidad en el servicio posventa, teniendo en cuenta, por ejemplo, la cantidad de quejas existentes frente al desarrollo del evento. | servicio al cliente |
| Dentro de los tipos de mejora, la mejora \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tiene como fin generar una transformación a la estructura original del proceso a través de la tecnología o de herramientas creativas. | estructural |
| La \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ es el elemento más empleado para medir la calidad de un servicio. | valorización de ventas |
| \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ permite el buen funcionamiento de la compañía pues plasman lo que se desea alcanzar; con esta actividad los colaboradores estarán enfocados en terminar según lo planteado. | Definir objetivos |
| El \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ tiene como fin identificar y eliminar lo que no sirva dentro de una compañía: procesos, documentos, actividades que no agregan valor, etc. | *Lean Manufacturing* |

ACTIVIDAD APROBADA: ¡Felicidades!, ¡lo hizo de buena manera!, la evaluación y acciones de mejora en la producción y operación de eventos masivos es un proceso esencial para lograr la calidad máxima y la satisfacción del cliente.

ACTIVIDAD NO APROBADA: ¡Lo sentimos! La actividad no fue aprobada, por ahora repase los conceptos e inténtelo de nuevo.

**MATERIAL COMPLEMENTARIO**

| Tipo de recurso | Material complementario | | |
| --- | --- | --- | --- |
| Tema | Referencia APA del material | tipo | Enlace |
| Plan de mejora | Mancilla Flantermesky (2009). *Diseño y documentación de un plan de mejora del proceso “prestación del servicio ferial (evento)” del centro de ferias, exposiciones y convenciones de Bucaramanga, Cenfer s.a.* [Trabajo de Grado]. | Trabajo de grado | <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/634/digital_18362.pdf?sequence=1&isAllowed=y> |
| Evaluación del servicio | Calabuig Moreno; Mundina Gómez; Crespo Hervàs (2019).  *Eventqual: una medida de la calidad percibida por los espectadores de eventos deportivos*  *Retos*. Nuevas Tendencias en Educación Física, Deporte y Recreación, núm. 18, pp. 66-70. | Artículo de investigación | <https://www.redalyc.org/pdf/3457/345732284013.pdf> |
| Satisfacción del cliente | Contreras Contreras y Fárez Pucha (2015). *Estudio de satisfacción del cliente en el evento festival Fundación de Cuenca 15K 2013 Empresa JP Sport Marketing*. Red de Repositorios Latinoamericanos. | Artículo de investigación | <http://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/1112278> |
| Norma ISO 9001 en una empresa de eventos | Sandoval Fonseca (2017). *Manual de Calidad para Alex Castañeda eventos & refrigerios, basado en la Norma ISO 9001:2015*. [Tesis de grado]. | Artículo de investigación | <https://core.ac.uk/download/pdf/151074287.pdf> |

**GLOSARIO**

| **Tipo de recurso** | Glosario |
| --- | --- |
| Acción correctiva | Es la acción aplicada para eliminar las no conformidades y así evitar que los incumplimientos se vuelvan a presentar. |
| Acción preventiva | Es una acción tomada para eliminar una situación potencialmente indeseable. |
| Cliente | Aquella persona natural o jurídica que realiza la transacción comercial denominada compra. |
| Evaluación continua | Es un método de evaluación en el que periódicamente se realizan pruebas para detectar fallas en los procesos organizacionales, y poder así actuar de manera efectiva en su mejora. |
| [Experiencia del cliente](https://www.questionpro.com/blog/es/experiencia-del-cliente-que-es/) | Es la suma de todos los contactos, desde el descubrimiento e investigación de un producto hasta su compra, pasando por su uso real y su seguimiento por parte de la marca. |
| Idea de mejora | Es una propuesta enfocada en visualizar la situación actual bajo un panorama mejor que venza cualquier dificultad. |
| Mejora continua | Enfoque de gestión organizacional basado en la rectificación continua de los procesos para encontrar fortalezas y debilidades que se puedan mejorar, logrando así una mayor satisfacción del cliente. |
| No conformidad | Es el incumplimiento de un requisito preestablecido con respecto a la aplicación de las normas de calidad, los requerimientos de un proveedor o un cliente, o el desarrollo defectuoso de un proceso organizacional. |
| Plan de mejoramiento | Es un conjunto de procedimientos con objetivos, acciones y metas orientadas a la mejora continua de la organización. |
| Satisfacción del cliente | Es la medición de la respuesta que los consumidores tienen con respecto a un servicio o producto de una marca en específico. Las calificaciones son referentes para mejorar el servicio que se les ofrece, y también para conocer a detalle lo que necesitan (HubSpot, 2021). |

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

| **Tipo de recurso** | Bibliografía |
| --- | --- |
| Artículo | Ámbito Jurídico (2018). *Tercerización e intermediación laboral: ¿en qué consisten?, ¿cómo se diferencian?* [https:// www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/constitucional-y-derechos-humanos/tercerizacion-e-intermediacion-laboral-en-que#\_ftn2](https://www.ambitojuridico.com/noticias/analisis/constitucional-y-derechos-humanos/tercerizacion-e-intermediacion-laboral-en-que#_ftn2) |
| Artículo | Cobo (2017). La tercerización como herramienta de Gestión empresarial. [Tesis de maestría] [https://core.ac.uk/ download/pdf/153490117.pdf](https://core.ac.uk/download/pdf/153490117.pdf) |
| Artículo | Colsubsidio (s.f.). *Tipos de tercerización para la empresa*. <https://xposible.com/infografia/tipos-de-tercerizacion-para-las-empresas/> |
| Artículo | HubSpot (2022). *Satisfacción del cliente: qué es, sus elementos y cómo medirla*. [https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion -del-cliente](https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente) |
| Artículo | Pirani (2021). *Riesgos que se pueden presentar en la tercerización de servicios*. <https://www.piranirisk.com/es/blog/riesgos-en-la-tercerizacion-de-servicios> |
| Artículo | Thompson, I. (2005). *La satisfacción del cliente*. Rev Med (Bolivia), pp. 6-31. |