

Universidad Católica de Santa María

Facultad de Ciencias y Tecnologías Sociales y Humanidades

Escuela Profesional de Comunicación Social



INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, EN PERCEPCIÓN DE LOS AGREMIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, 2019

Tesis presentada por la Bachiller:

Enciso García, Adriela Fabiola

Para optar el Título profesional de:
Licenciada en Comunicación Social,
con mención en Relaciones Públicas.

Asesor: Mg. Barriga Zegarra, Carlos

AREQUIPA – PERÚ
2019

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DICTAMEN DE PROYECTO DE TESIS

VISTO:

El Proyecto de Tesis titulado:
“INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN PERCEPCIÓN DE LOS AGREMIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS AREQUIPA 2019” Presentado por la señorita Bachiller: **ADRIELA FABIOLA ENCISO GARCÍA**, para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social, mención de Relaciones Públicas.

OBSERVACIONES

I. ASPECTO FORMAL

1. Mejorar los datos y formato de la carátula.
2. Revisar minuciosamente errores ortográficos y sintaxis.
3. Corregir la ubicación de la numeración de páginas.
4. Establecer para todo el documento la misma justificación de párrafo.
5. Revisar y mejorar las citas APA.
6. Actualizar el cronograma.

II. DE CONTENIDO

1. Revisar y mejorar la sintaxis del enunciado. (...de Abogados “de” Arequipa...
2. Revisar y mejorar la primera interrogante.
3. Incluir en la justificación los criterios: importancia, trascendencia y metodología.
4. Revisar y completar los criterios y procedimientos de recolección de datos.
5. Indicar en procesamiento de la información el estadístico inferencial que se utilizará.
6. Revisar cuidadosamente el instrumento. (Ítems: 13, 14, 16, 17 y 19)

DICTAMEN: APROBADO.

La señorita Bachiller PUEDE PASAR A LA ETAPA DE BORRADOR DE TESIS, previa subsanación de las observaciones encontradas. Salvo mejor parecer u opinión

Arequipa, 01 de abril del 2019



Ms. Cintya Vera Revilla
Docente dictaminador



Mgter. Carlos Barriga Zegarra
Docente Dictaminador

011

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y TECNOLOGÍAS SOCIALES Y HUMANIDADES
ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL
DICTAMEN DE BORRADOR DE TESIS

VISTO:

El Borrador de Tesis titulado:
“INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN PERCEPCIÓN DE LOS AGREMIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS AREQUIPA 2019” Presentado por la señorita Bachiller: **ADRIELA FABIOLA ENCISO GARCÍA**, para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social, mención de Relaciones Públicas.

OBSERVACIONES

I. ASPECTO FORMAL

1. Revisar y mejorar formatos de la carátula.
2. Revisar y corregir numeración de páginas.
3. Revisar minuciosamente errores ortográficos y sintaxis.
4. Corregir errores de sintaxis del resumen. (Cuarto párrafo)

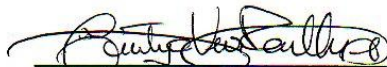
II. DE CONTENIDO

1. Mejorar las interpretaciones, sobre todo la sintaxis. (Págs. 57, 69, 71, 73, 83...)
2. Revisar y mejorar las conclusiones. (Sintaxis)
3. Revisar y mejorar las recomendaciones. (A quién y qué)

DICTAMEN: APROBADO.

La señorita Bachiller PUEDE PASAR A LA ETAPA DE SUSTENTACIÓN, previa subsanación de las observaciones encontradas. Salvo mejor parecer u opinión

Arequipa, 08 de julio del 2019



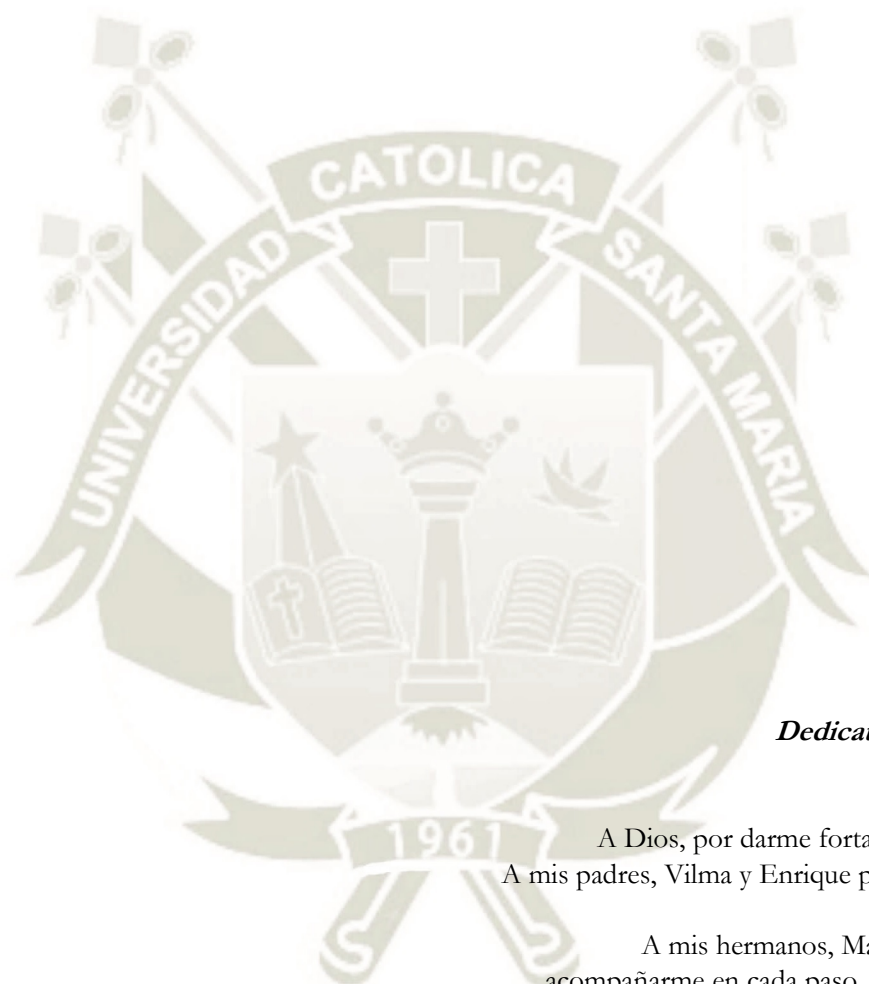
Ms. Cintya Vera Revilla
Docente dictaminadora



Mgter. Carlos Barriga Zegarra
Docente Dictaminador

U. C. S. M. Programa Profesional Comunicación Social	
APROBADO	
Fecha	Firma
08-07-19	<i>[Firma]</i>

010



Dedicatoria

A Dios, por darme fortaleza ante cada reto.
A mis padres, Vilma y Enrique por ser mis soportes
y motivación.

A mis hermanos, Martín y Gabriela por
acompañarme en cada paso, motivándome a ser
mejor,

A mis profesores y amigos, que me brindaron su
ayuda y aliento constante.



Epígrafe

*Cada evento es único e irrepetible. Aprovechalo
para crear experiencias inolvidables*

Anónimo

RESUMEN

El presente trabajo de investigación “Influencia de la organización de eventos académicos en la satisfacción del cliente en percepción de los agremiados del Colegio de Abogados Arequipa, 2019”, se realizó con la finalidad de mejorar la organización de eventos académicos que organiza la institución para lograr una excelente calidad de servicio, brindar la mejor experiencia de inicio a fin, y lograr la complacencia de los abogados agremiados de la institución.

El objetivo principal del estudio es determinar la influencia entre la organización de eventos académicos percibida por los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa y la satisfacción del cliente.

El instrumento usado fue el cuestionario con una pregunta filtro, aplicado a 372 personas, sacado de una población de 11 312 abogados agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa. Los resultados del estudio se presentan en 36 tablas con sus respectivos gráficos e interpretaciones.

Las conclusiones obtenidas revelan que, la organización de eventos académicos percibida por los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa no influye positivamente en la satisfacción del cliente, esto quiere decir que la influencia es negativa, quedando comprobado estadísticamente la influencia entre la variable independiente con la dependiente.

Palabras clave: Organización de eventos, académicos, satisfacción del cliente, percepción, agremiados, innovación, calidad.

ABSTRACT

The present work of investigation "Influence of the organization of academic events in the satisfaction of the client in perception of the members of the Arequipa Lawyers School, 2019", was carried out with the purpose of being able to improve the organization of academic events organized by the institution to achieve an excellent quality of service, provide the best experience from start to finish, and achieve the complacency of the lawyers members of the institution.

The main objective of the study is to determine the influence between the organization of academic events perceived by the members of the Bar Association of Arequipa and the satisfaction of the client.

The instrument used was the questionnaire with a filter question, applied to 372 people, taken from a population of 11 312 lawyers from the Arequipa lawyers School. The results of the study are presented in 36 tables with their respective graphs and interpretations.

The obtained conclusions reveal that, the organization of academic events perceived by the members of the Lawyers School of Arequipa does not positively influence the satisfaction of the client, this means that its influence is negative, being statistically verified the influence between the independent variable and the dependent one.

Key words: Organization of events, academics, customer satisfaction, perception, members, innovation, quality.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, perteneciente al campo de las relaciones públicas denominado **INFLUENCIA DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN PERCEPCIÓN DE LOS AGREMIADOS DEL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, 2019**, pretende mejorar la organización de eventos académicos que organiza la institución en todas las áreas de coordinación para lograr servicio de calidad y adecuada y excelente percibida por los miembros de la orden a través de diversas estrategias comunicacionales.

La siguiente investigación está comprendida por 3 capítulos que detallo en las siguientes líneas:

En el primero capítulo, se encuentra el **PLANTEAMIENTO TEÓRICO**, el cual contiene el problema que se tomó para analizar, el cuadro de variables, asimismo la justificación, objetivos, hipótesis e investigación teórica que serán las bases para desarrollo del estudio.

A continuación, se desarrolla el **PLANTEAMIENTO OPERACIONAL**, se puede encontrar la técnica y el instrumento que se utilizó para la investigación, el campo de verificación, las estrategias de recolección de datos y el cronograma.

Luego se muestra los **RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN**, comprendida por el análisis de resultados mediante tablas y gráficos acompañado de la interpretación hecha en base a los resultados obtenidos y teoría investigada.

Por último, se detallan las conclusiones y sugerencias de acuerdo a las hipótesis y objetivos formulados para el presente estudio de investigación. Asimismo, se hace referencia a las fuentes bibliográficas consultadas para la elaboración del marco teórico.

ÍNDICE

RESUMEN	
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
CAPÍTULO I	01
PLANTEAMIENTO TEÓRICO.....	02
1. EL PROBLEMA	02
1.1 Enunciado	02
1.2 Interrogantes.....	03
2. JUSTIFICACIÓN	03
3. OBJETIVOS.....	04
3.1. Objetivo general	04
3.2. Objetivos específicos	04
4. HIPÓTESIS.....	04
4.1 Hipótesis Nula (H0).....	04
4.2 Hipótesis Alternativa (H1)	04
5. MARCO DE REFERENCIA	04
5.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS.....	04
5.1.1 Marco institucional	04
5.1.2 Eventos académicos	10
5.1.3 Área académica	20
5.1.3.1 Información general	20
5.1.3.2 Tema general	22
5.1.3.3 Expositores	23
5.1.3.4 Programa	23
5.1.4 Área de comercialización y comunicación	24
5.1.4.1 Auspicios	25
5.1.4.2 Identidad visual	25
5.1.4.3 Difusión en medios de comunciación	26

5.1.5 Área logística	26
5.1.5.1 Equipo técnico	27
5.1.2.2 Materiales	28
5.1.2.3 Personal de atención	29
5.1.2.4 Alimentación y bebidas	29
5.1.5.5 Moderador	29
5.1.6 Área financiera	30
5.1.6.1 Presupuesto	30
5.1.6.2 Costo	31
5.1.7 Satisfacción del cliente	31
5.1.8 Niveles de satisfacción	33
5.1.8.1 Complacencia	33
5.1.8.2 Satisfacción	33
5.1.8.3 Insatisfacción	33
5.2 Antecedentes investigativos.....	34
5.2.1 Tesis: La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial. España, Málaga 2010	34
5.2.2 Tesis: Creación de una empresa de organización de eventos en la ciudad de Cuenca en el Periodo 2012 -2016, Ecuador, Cuenca 2013	35
5.2.3 Tesis: Manual de protocolo para la organización de eventos del gobierno autónomo descentralizado del Cantón Pujilí en el año 2015, Ecuador, Latacunga 2015	35
5.2.4 Tesis: Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los usuarios del gimnasio Iron Gym Huancayo 2013, Perú, Huancayo 2013	36
 CAPÍTULO II	 38
PLANTEAMIENTO OPERACIONAL.....	39
1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	39
2. CAMPO DE VERIFICACIÓN.....	39
3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	40
4. CRONOGRAMA.....	41

CAPÍTULO III	42
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	42
CONCLUSIONES.....	118
SUGERENCIAS.....	119
BIBLIOGRAFÍA.....	121
ANEXOS.....	124



ÍNDICE DE TABLAS

ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD – ALFA DE CROMBACH	43
<i>VARIABLE: EVENTOS ACADÉMICOS</i>	
TABLA N° 1A NOMBRE DEL EVENTO	44
TABLA N° 1B FECHA DEL EVENTO	46
TABLA N° 1C LUGAR DEL EVENTO	48
TABLA N° 1D HORA DEL EVENTO	50
TABLA N° 1E SISTEMA DE INSCRIPCIÓN DEL EVENTO	52
TABLA N° 1F ASISTENCIA AL EVENTO	54
TABLA N° 2 ¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS TEMAS ELEGIDOS PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	56
TABLA N° 3 ¿CÓMO CONSIDERA USTED A LOS EXPOSITORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	58
TABLA N° 4 NÚMERO DE EXPOSITORES	60
TABLA N° 4B DURACIÓN DE PONECIAS	62
TABLA N° 4C TEMARIO	64
TABLA N° 4D PUNTUALIDAD INICIO Y FINAL	66
TABLA N° 4E TIEMPO DE BREAK	68
TABLA N° 5 ¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS AUSPICIOS CON QUE SE CUENTA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	70
TABLA N° 6A LOGOTIPO	72
TABLA N° 6B TIPOGRAFÍA	74
TABLA N° 6C COLOR	76

TABLA N° 7A	IMPRESOS (VOLANTES, AFICHES, BROCHURES)	78
TABLA N° 7B	PÁGINA WEB	80
TABLA N° 7C	MAILING (CORREO ELECTRÓNICO)	82
TABLA N° 7D	FACEBOOK	84
TABLA N° 7E	INSTAGRAM	86
TABLA N° 7F	PRENSA ESCRITA	88
TABLA N° 8	¿CÓMO PERCIBE USTED AL EQUIPO TÉCNICO QUE TENEMOS PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	90
TABLA N° 9	¿CÓMO CONSIDERA EL MATERIAL DE APOYO QUE SE ENTREGA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	92
TABLA N° 10	¿CÓMO CONSIDERA USTED EL PERSONAL DE ATENCIÓN EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	94
TABLA N° 11	¿CÓMO CALIFICARÍA LOS COFFEE BREAK QUE SE BRINDA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	96
TABLA N° 12	¿CÓMO CONSIDERA A LOS MODERADORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	98
TABLA N° 13	¿CÓMO PERCIBE EL PRESUPUESTO INVERTIDO EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	100
TABLA N° 14	¿CÓMO CONSIDERA USTED EL COSTO QUE INVIERTE EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?	102

VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

TABLA N° 1	¿LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, LOGRÓ SATISFACER SUS NECESIDADES EN CUANTO AL SERVICIO BRINDADO? 104
-------------------	---

CRUCE DE VARIABLES

TABLA N° 1	RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN CUANTO EL ÁREA ACADÉMICA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 107
TABLA N° 2	RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN CUANTO EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 109
TABLA N° 3	RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN CUANTO EL ÁREA LOGÍSTICA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 111
TABLA N° 4	RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN CUANTO EL ÁREA FINANCIERA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE 113
TABLA N° 5	CRUCE DE VARIABLES AGRUPADAS 115



CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO TEÓRICO

I. PLANTEAMIENTO TEÓRICO

1. EL PROBLEMA

1.1 Enunciado

“Influencia de la organización de eventos académicos en la satisfacción del cliente en percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa 2019”.

VARIABLES	INDICADORES	SUBINDICADORES
EVENTOS ACADÉMICOS	Técnica o académica	<ul style="list-style-type: none"> ○ Información general ○ Tema ○ Expositores ○ Programa
	Comercialización y comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ○ Auspicios ○ Identidad visual ○ Publicidad
	Logística	<ul style="list-style-type: none"> ○ Equipo técnico ○ Material de apoyo ○ Personal de atención ○ Alimentación y bebidas ○ Moderador
	Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> ○ Presupuesto ○ Costo
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Niveles de satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none"> ○ Complacencia ○ Satisfacción ○ Insatisfacción

1.2 Interrogantes

- a) ¿Existe influencia entre los eventos académicos y la satisfacción del cliente percibido por los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa?
- b) ¿Qué percepción tienen los agremiados sobre los eventos académicos en el Colegio de Abogados de Arequipa?
- c) ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente agremiado del Colegio de Abogados de Arequipa?

2. JUSTIFICACIÓN

Los eventos han tomado gran relevancia como estrategia directa para la buena relación entre la empresa o institución y su público objetivo siendo un fuerte influyente en la satisfacción del cliente debido que hay una participación presencial y en tiempo real del público en las actividades de la institución. El presente estudio obedece a la necesidad de evaluar la influencia que existe entre los eventos académicos y la satisfacción del cliente, de tal manera que se pueda implementar o modificar propuestas que generen mayor valor a los agremiados y establezcan una constante y adecuada relación en conjunto.

Este estudio de investigación es factible porque cuenta con los recursos humanos, materiales y financieros que requiere la presente. Así mismo guarda gran relevancia puesto que el Colegio de Abogados de Arequipa tiene más de 11312 agremiados, siendo un tema desarrollado en el campo de las ciencias de la comunicación en el área de relaciones públicas y marketing por lo que le otorga la relevancia profesional.

Así mismo guarda mucha relevancia empresarial, porque a partir de los resultados del presente estudio, puede servir a otras instituciones en el mejoramiento de las áreas de imagen o similares que organicen eventos.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general

Determinar la influencia entre los eventos académicos percibida por los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa y la satisfacción del cliente.

3.2. Objetivos específicos

- a) Determinar la percepción que tienen los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa sobre los eventos académicos.
- b) Determinar el nivel de satisfacción del cliente agremiado del Colegio de Abogados de Arequipa.

4. HIPÓTESIS

Dado que los eventos académicos engloban la coordinación académica, comercialización y difusión, logística y financiera, se plantea las siguientes hipótesis:

4.1 Hipótesis Nula (H0)

Es probable que los eventos académicos no influyan de manera positiva ni tengan relación con la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.

4.2 Hipótesis Alternativas: (H1)

Es probable que los eventos académicos influyan de manera positiva y significativa en la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.

5. MARCO DE REFERENCIA

5.1 FUNDAMENTOS TEÓRICOS

5.1.1 MARCO INSTITUCIONAL

Historia

Fundación del Colegio de Abogados de Arequipa: Fue fundado el 30 de Julio de 1911, es necesario referirse a sus antecedentes más remotos como que en primer lugar un

21 de diciembre de 1825, desde Lima se dio la aprobación para el establecimiento de un Colegio de Abogados en Arequipa.

Así tenemos que en primer lugar casi un siglo antes, es decir el año de 1825 un 28 de noviembre, siendo Prefecto del Departamento Don Antonio Gutiérrez de la Fuente, cuando dirigió una comunicación al señor Ministro de estado en el Departamento de Gobierno y Relaciones Exteriores pidiendo el establecimiento del Colegio de Abogados en esta ciudad. Llevaba el número 38 la Comunicación y estaba datada el 28 de noviembre de 1825, es decir veinte días después que el Libertador Don Simón Bolívar saliera de Arequipa con rumbo al Alto Perú, donde se fundaría la República de Bolivia. El 21 de octubre del mismo año el General Gutiérrez de la Fuente conversando con el Libertador, sugirió tal creación y este creyó oportuno que tal decisión la tomara el Ministro de Estado respectivo.

El actual Colegio de Abogados de Arequipa en 1902:

Un segundo antecedente del actual Colegio de Abogados de Arequipa lo tenemos cuando el 4 de mayo de 1902 se constituyó por segunda vez como institución particular el Colegio de Abogados de Arequipa.

Según un libro de Actas, que con oficio fue entregado por el Secretario de ese Colegio al señor Decano del Colegio Oficial, con fecha 20 de Marzo de 1925 y el cual lleva en su primer folio una leyenda del Dr. Francisco Mostajo, aparece que el 4 de Mayo de 1902 se reunieron en el Salón General los doctores Andrés Meneses, Pedro Morales Alpaca, Emilio Lizárraga, M. Daniel Vásquez, José M. Talavera, Faustino Franco, Teodosio Ballón, Eliodoro M. del Prado, J. Sebastián Calderón, Tomás Álvarez Cano, Higinio Talavera, Isaac Suárez, Francisco Gómez de la Torre, José M. Amat, Octavio Peralta, Máximo Guinasi, Andrés Meneses Cornejo, Mariano Orihuela, José R. la Rosa, Gustavo Cornejo, Eduardo Ponce, T. Cesar Zereceda, Julián Rodríguez y José Segundo Osorio, “para constituir el Colegio de Abogados de Arequipa”, cuyo fin primordial debería ser “dar impulso a las labores profesionales, amoldándolas a las ideas modernas y a los adelantos de la ciencia”. Como primer acto se formó una mesa momentánea para dirigir “la labor preparatoria”, presidida por el Doctor Andrés Meneses e integrada por doctores Morales Alpaca, Álvarez Cano, Lizárraga y Osorio, quien actuó de Secretario y para

redactar los Estatutos se designó en comisión a los Dres. Morales Alpaca, Lizárraga, del Prado, Gómez de la Torre y Osorio

Expuestos dos antecedentes anteriores, ahora estamos en condiciones de referirnos a la Fundación Oficial del Colegio de Abogados de Arequipa, la misma que se instaló el 30 de julio de 1911, mediante la Ley 1367, expedida el 20 de diciembre de 1910, la misma que creó los colegios de abogados del Perú. La ley en referencia dada por el Gobierno de Leguía, disponía que “siempre que el número de abogados, inscritos en la Matrícula de un Distrito Judicial, expeditos para ejercer la profesión y residentes en la capital, lleguen a doce, se establecerá un Colegio, a semejanza del Ilustre Colegio de Abogados de Lima”; y que estos Colegios “fuesen instalados por el Presidente de la respectiva Corte Superior, eligiendo, ante él, la Junta que debe dirigirlo”, varios letrados de la comunidad se dirigieron al Sr. Presidente de la Corte de Justicia, pidiendo la instalación del Colegio de Abogados de Arequipa.

Presidia la Corte, en esos días el probo Magistrado, talentoso maestro y jurista Víctor N. Morales, quien sin ninguna dilación hizo la respectiva convocatoria y se eligió la Junta Directiva

Pese a que, entre los concurrentes, se encontraban los más prestigiosos abogados de la época, la elección para designar al Decano, no puso en discrepancia a los sufragantes. En la primera votación fue ungido con la victoria el Dr. Andrés Meneses. No obteniéndose en cambio mayoría para los otros cargos, se fue a una segunda votación en la que solo obtuvo la elección el Dr. Francisco Gómez de la Torre, como Sub-Decano o Primer Diputado. El triunfo de estos dos letrados está expresando elocuentemente el extraordinario crédito del que gozaban en el foro de Arequipa.

Así quedó fundado el Colegio de Abogados de Arequipa, por un grupo de letrados de ilustre actuación en el foro y en la sociedad, cuya obra ha quedado perennizada en la memoria de la ciudad, cosa que se evidencia sin más que analizar sus canales.

Marco legal

Estatuto del Ilustre Colegio de Abogados Arequipa. Bajo la Resolución N° 033-2012-CAA, Arequipa, 16 de febrero de 2012.

Código de Ética del abogado

Reglamento del Procedimiento Disciplinario de los Órganos de Control Deontológico de los Colegios de Abogados del Perú.

Visión

El Ilustre Colegio de Abogados de Arequipa, Sucesor de la Academia Lauretana de Ciencias y Artes, es reconocida por la sociedad como Institución tutelar del estado del derecho, de la institucionalidad democrática y la gobernabilidad. Sus miembros ejercen funciones en alto valor moral y ética profesional, contribuyendo en la mejora de la administración de justicia en defensa de los intereses de la comunidad.

Misión

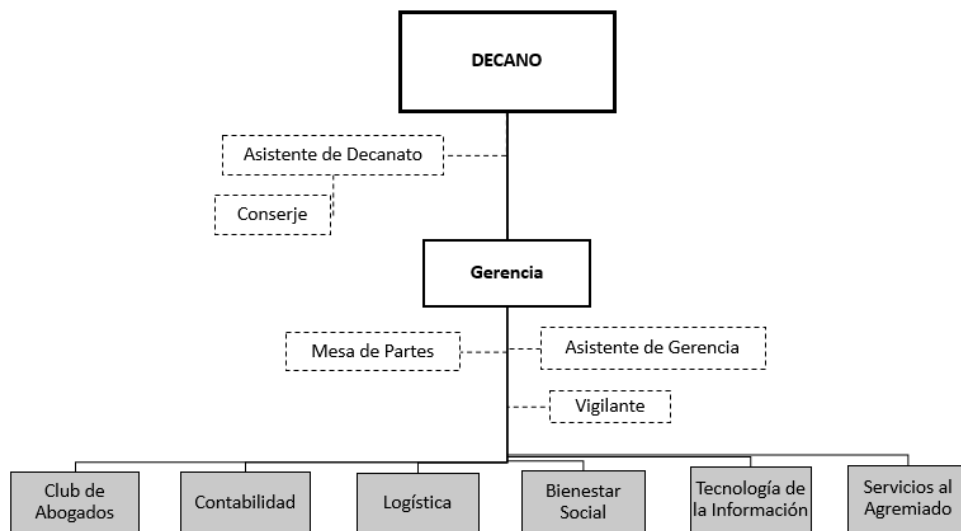
El Colegio de Abogados de Arequipa, representa y garantiza la defensa de los derechos e intereses de sus agremiados, contribuye en su desarrollo profesional, brinda servicios de excelencia; difunde valores éticos cautelando su cumplimiento. Mantiene la autonomía institucionalidad y establece alianzas con entidades públicas y privadas en beneficio de la sociedad y la institucionalidad.

Valores

- Ética
- Integridad
- Excelencia
- Compromiso
- Pasión
- Trabajo en equipo
- Respeto

Organización

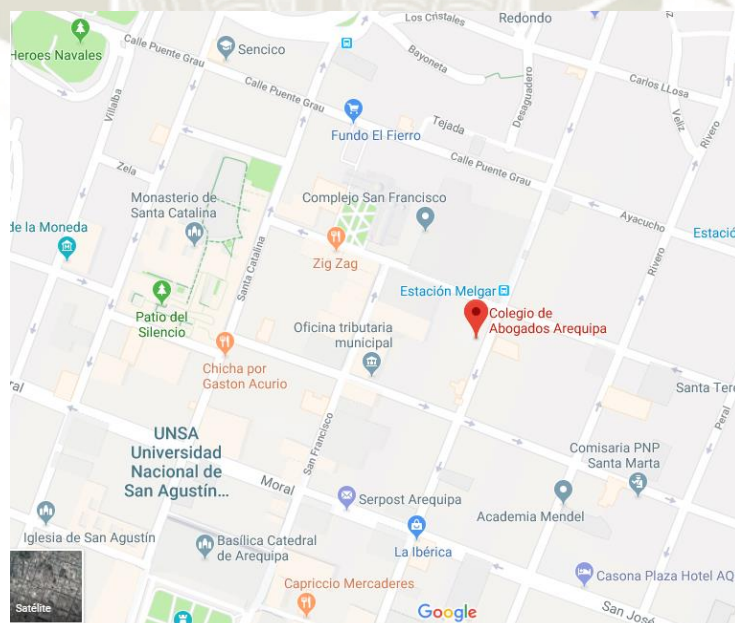
ORGANIGRAMA DEL COLEGIO DE ABOGADOS AREQUIPA



V. 02 JUL 2016

Localización

- Dirección:
- Calle Jerusalén Nro. 313, Cercado, Arequipa – Perú



Servicios y actividades

- SERVICIOS AL AGREMIADO

Biblioteca

Auxiliar del Fondo Mutual

Convenios Interinstitucionales

- SERVICIOS A TERCEROS

Centro de arbitraje

Centro de conciliación

Consultorio Jurídico gratuito

- ACTIVIDADES

Eventos académicos

- Congresos
- Seminarios de actualización
- Diplomados
- Publicación de libros

Eventos sociales

- Día de la mujer
- Día de la madre
- Día del padre
- Día del abogado
- Aniversario del Colegio de Abogados
- Aniversario de la Academia Lauretana
- Navidad del hijo del abogado

Eventos deportivos

- ORABUNT
- CONREDE

Ceremonias especiales

- Incorporaciones

- INFRAESTRUCTURA

Club del abogado

- Cabaña
- Canchas
- Centro de convenciones
- El escribano
- Paseo primavera
- Salón social
- SUM

Auditorios del Colegio de Abogados de Arequipa

- Auditorio Guillermo G. Paredes
- Auditorio J.L.B y Rivero

Ejes de desarrollo

- Modernización y tecnología

Impulsar un proceso de modernización con el uso masivo de tecnología, desarrollando una plataforma informática compleja e integral que esté al servicio de todos sus agremiados lo cual significa asumir el reto más importante para mantener en valor nuestro legado histórico.

- Alta especialización

Asumir el compromiso de fortalecer el desarrollo académico impulsando la alta especialización de los miembros de la orden que contribuyan efectivamente el cambio del sistema de administración de justicia.

- Cultura de valores

Promoción de una cultura de valores y principios en el más alto respeto y defensa de la dignidad del ser humano que se inserte en el desarrollo de Arequipa y el país. (Libro Institucional, periodo 2015 - 2016).

5.1.2 EVENTOS ACADÉMICOS

Xifra , (2007) Reuniones formales donde se promueve la difusión y discusión de diversos tópicos en un determinado ámbito académico o profesional (coloquios, congresos conferencias, simposios, etc. (p175)

EVENTO:

Por definición de la Real Academia Española “el evento es un acaecimiento, una eventualidad, un hecho imprevisto, también es un “suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva”

Es un acto en directo, efímero (irrepetible), relaciona en el mismo espacio al emisor y al receptor, va dirigido a un grupo específico de personas, es diseñado a medida y pretende generar una respuesta y actitud en su público. La capacidad para captar la atención de los invitados o públicos a los que va destinado (para comunicar experiencias mediante el acto en vivo, para hacer visible la marca y su aspecto relacional) hace que los eventos sean considerados una extraordinaria herramienta de comunicación y un canal perfecto para transmitir experiencias y fortalecer los mensajes que la empresa desea trasladar.

(85) REVISTA DIALNET

Organización de eventos se define como:

Para **Núñez, (2003) dice:** Que la **organización de eventos** constituye acciones comunicacionales. Uno de los antecedentes más importantes son las famosas “Olimpiadas” realizadas en la ciudad de Olimpia, siendo celebrada la primera el año 776 a.d.C. que se realizan cada cuatro años en diferentes ciudades el mundo. (p101).

Para **Xifra , (2007) dice :** “la creación y **organización de eventos** es unánimemente considerada como una técnica genuina de las relaciones públicas, cuyo tratamiento erudito suele introducirse en el análisis de actos más que de acontecimientos (congresos, asambleas, ferias, conferencias, convenciones, foros, jornadas, simposios, mesas redondas, paneles e, incluso, conferencias de prensa, entre otros), sin detenerse en un estudio de la producción de acontecimientos culturales, políticos, sociales”. (p.178).

Para **Silvers (2007) “La organización de eventos** es el proceso por el cual un evento es planificado, preparado y producido. Como cualquier otra forma de organización abarca la evaluación, definición, adquisición, asignación, dirección, control y análisis del tiempo, presupuesto, personal, productos, servicios y otros recursos para conseguir los objetivos. El trabajo de un organizador de un evento, incluida la investigación,

planificación, organización, implementación, control y evaluación del diseño de un evento, actividades y producción”. (p.74)

Berridge (2007) los define como: “...Para decidir si algo es o no rutinario habrá que analizar el proceso. En caso de que el proceso sea igual que otro que se desarrolla frecuentemente, entonces no sería un evento. Por tanto, el uso del término *evento* de forma genérica en muchos casos induce a confusión. Ya que, en ocasiones, se incluyen en la organización de eventos actividades rutinarias”. (p8)

Cabe aclarar que los lineamientos y el procedimiento para la organización de eventos puede llevarse de manera distinta en cada empresa o institución, pero todas siguen un modelo global que se adapta de acuerdo a su propia gestión.

Ricardo Martínez y Guillermo Suárez plantean proponen un esquema general para la organización de eventos:



(Pedrotti, p16)

ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS

Para Jijeña, (2014) dice que: En el año 1962, en el profesorado de Jardín de Infantes de CONSUDEC, se dictó la cátedra de Organización de actos académicos desde entonces se tenía conciencia de lo que significa esta actividad y la responsabilidad que implica para el organizador y la importancia para la institución educativa. No es tan simple, programar, respetar las pautas de protocolo, cumplir con el objetivo, tener éxito en la convocatoria (p304).

Conjunto de actividades que implica algún tipo de enseñanza o capacitación. Este tipo de eventos se realizan con la finalidad de que profesionales de distintas áreas, los aprovechen y enriquezcan su formación integral.

En cuanto a la organización de eventos académicos se sigue los siguientes pasos:

- Convocar a un comité local.
- Recopilación y selección de ponencias.
- Definición de la agenda académica.
- Definición de invitados especiales y envío de cartas de invitación.

La coordinación entre cada área debe ser de manera fluida y constante, habilitando distintos canales de comunicación para la optimización del tiempo. Cada idea o sugerencia del equipo organizador es importante tomarlo en cuenta puesto que, llevan una relación directa con sus funciones. El plan debe estar sujeto a algunas varianzas y elaborar un informe de trabajo pendiente a revisión, dentro de ello incluir las tareas próximas para la revisión en las siguientes reuniones. (p304).

La ley universitaria dice: Las entidades permitidas para organizar un evento académico o científicos en el Perú son:

- Instituciones de educación superior, entre los fines de la universidad se encuentra el difundir el conocimiento universal en beneficio de la humanidad. Esta difusión parte de la investigación que como parte de su función está llamada a realizar la universidad. (N° 30220, 2014)
- Organismos públicos, en 1968 se creó en el Perú el Consejo Nacional de Investigaciones, CONI, encargándosele la responsabilidad de promover y liderar el

desarrollo de la Ciencia, tecnología e innovación. Lo que años más tarde, en 1981, se transformaría en el Consejo Nacional de Ciencia y tecnología (CONCYTEC).

- Colegios profesionales, son instituciones autónomas con personalidad de derecho público y se rigen por su ley de creación, la misma que señala si la colegiatura es requisito obligatorio para ejercer la profesión en el Perú – artículo 20 de la Constitución política del Perú. Cada Colegio profesional se rige por su ley de creación, sus estatutos, sus reglamentos y código de ética profesional que rige el ejercicio profesional de los colegiados – (artículo 76° del Código Civil, 92).
- Asociaciones profesionales, son aquellas organizaciones sin ánimo de lucro establecida con el objetivo de hacer progresar una determinada profesión o rubro. Estas asociaciones son muy diversas, se cuenta por ejemplo con aquellas de origen nacional como; Asociación Peruana de Economía (APE), Asociación Peruana de Ciencias Sociales (APECS), entre otras.

TIPOS DE EVENTOS ACADÉMICOS

Para Eizaguirre (2000) dice que: El rasgo más llamativo de los eventos es su diversidad de formas. Esto se debe a que es una práctica social sujeta a cambios continuos que permiten incorporar innovaciones en su manera de operar y elevar la eficacia de sus fines. Por ello, mientras que la organización de congresos y otras reuniones fue ayer una forma predominante, hoy ya no lo es. Esto ayuda también a explicar por qué no se dispone de definiciones unívocas de estos eventos. Las que ofrecemos a continuación tienen un sentido convencional, pero no universal, resumiendo diferentes fuentes de información. (p 102)

Congreso

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es por excelencia el evento máximo o pleno; pues busca congrega a lo más selecto de una comunidad, colectividad o rama a fin para evaluar, discutir y acordar en forma conjunta sobre un tema o hecho. Por ello, se dice que el congreso es deliberativo y resolutorio, pues a diferencia de otros eventos, en los cuales prima el intercambio y la propuesta; en el congreso, aparte de estas características, se adoptan acuerdos y se toma posición sobre temas controvertidos o en discusión. (p. 110)

Jornada

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es una reunión de mucha menor envergadura y menos formal que un congreso, aunque por lo demás tiene las más características. Se trata de desarrollar en uno o más días un tema monográfico. (p,184)

Seminario

Para Eizaguirre (2000) dice que: El seminario es por naturaleza una reunión o serie de reuniones de especialistas con diferentes habilidades pero que comparten un interés común y que se reúnen con propósitos de entrenamiento o aprendizaje. Tiene por objeto la investigación o estudio intensivo de un tema en reuniones de trabajo debidamente planificadas. El desarrollo del tema exige la búsqueda o investigación en diferentes fuentes y apunta a enriquecer la capacidad de los participantes, por ello este se divide en tres fases: fase de exposición, cuando alguien previamente designado realiza una investigación y lleva su aporte al grupo; fase de discusión, cuando el asunto en cuestión es debatido y analizado en todos sus aspectos en pequeños grupos o colectivamente; y fase de conclusión, cuando el coordinador, polarizando las opiniones dominantes, propone a la aprobación del grupo las recomendaciones finales del seminario. La duración del seminario puede ser de varios días. Suele ser a puerta cerrada. (p, 174)

Simposio

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es un tipo de reunión en donde un equipo de expertos que dominen el tema a profundidad, en número reducido que puede ser de 4 a 5 personas y de forma sucesiva, explica a la audiencia aspectos de un solo tema, con el objetivo de presentar información completa por 15 o 20 minutos cada uno aproximadamente.

Los expertos deben ponerse previamente de acuerdo para no repetirse, por ello en los simposios se suele participar por expresa invitación de los organizadores. El moderador los presenta ante el grupo, expone el tema brevemente y explica el procedimiento que se va a seguir. (p,125)

Mesa redonda

Para Eizaguirre (2000) dice que: Un grupo de expertos expone de forma sucesiva sus puntos de vista divergentes o contradictorios sobre un mismo tema, la confrontación de puntos de vista permitirá al auditorio obtener una información más amplia. El coordinador abre la sesión, fija las pautas de tiempo para cada expositor y una vez finalizadas las exposiciones efectúa un breve resumen de las ideas principales expuestas por cada uno de ellos, así como un resumen general, luego se invita al auditorio a efectuar preguntas. (p, 113)

Panel

Para Eizaguirre (2000) dice que: Varios expertos discuten un tema en forma de diálogo o conversación ante una audiencia de tamaño variado. Es una técnica más informal y flexible, ya que de lo que se trata es de conversar y debatir entre sí el tema. Se caracteriza por la espontaneidad y el dinamismo. En este tipo de evento el coordinador tiene una tarea muy importante, ya que debe intervenir para efectuar preguntas, orientar el diálogo hacia aspectos no tratados y centrar la conversación cuando se desvía. (p, 114)

Foro

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es una reunión pública informal, que se acomete sin poseer estructurado y preestablecido un orden del día; no hay límites en cuanto a la participación, su objetivo es el de ofrecer a todos los asistentes una tribuna libre sobre un tema de interés común, se permite la expresión abierta de ideas y opiniones. Un buen coordinador es fundamental para este tipo de actividad, pues debe controlar la participación espontánea, imprevista, heterogénea de un público a veces numeroso y desconocido. (p,136)

Coloquio

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es una reunión semiformal constituida por un grupo de especialistas de reconocida trayectoria y que tiene por fin analizar e intercambiar ideas sobre un tema de mutuo interés. Coloquio posee la partícula “co” que quiere decir “junto con” más el verbo “loquitar”: hablar. Se puede desarrollar un diálogo, pero no

necesariamente debe influir la opinión del otro, como sí sucede en el seminario en que se mezclan las opiniones. (p,170)

Taller

Para Eizaguirre (2000) dice que: Son reuniones formativas de trabajo práctico o manual, se vale de la combinación de técnicas didácticas que propician el conocimiento a través de la acción. En un taller todos los participantes son activos contando casi siempre con un instructor que los dirige. Un taller es una actividad puntual y limitada en el tiempo sobre un tema concreto. Admite grupos pequeños, de 10 a 30 participantes. (p, 123)

Curso

Para Eizaguirre (2000) dice que: Su característica principal es ser una actividad netamente didáctica, tiene un programa preestablecido que debe ser desarrollado en su totalidad en el tiempo programado, los participantes son dirigidos por un facilitador o instructor. (p, 143)

Teleconferencia y videoconferencia

Para Eizaguirre (2000) dice que: Son reuniones a larga distancia, que gracias a los avances tecnológicos permiten que expertos situados en diferentes lugares y sin desplazarse puedan a través de medios telefónicos o virtuales ofrecer su opinión o punto de vista, o impartir, una conferencia o un curso. A diferencia de la teleconferencia, las videoconferencias van acompañadas de imágenes. (p, 164)

Charlas

Para Eizaguirre (2000) dice que: Reunión informal de varias personas, en donde un experto conversa sobre un tema en particular. (p, 172)

Conferencia

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es una técnica expositiva centrada en el instructor y orientada a proporcionar de una manera sistemática información o contenidos teóricos, generalmente de carácter especializado, a un público de dimensiones variadas. El conferenciante, previamente, debe considerar aspectos tales como el tiempo de

duración, el tema a desarrollar y la justificación del mismo. La conferencia debe ser estructurada en tres partes: una introducción al tema, el desarrollo del mismo apoyado con ejemplos, demostraciones e ilustraciones, y para concluir se debe hacer una síntesis de lo expuesto. Luego se abre un período de preguntas y respuestas. (p,164)

Convención

Para Eizaguirre (2000) dice que : Es una reunión formal, con carácter de asamblea, generalmente de personas pertenecientes a grupos sociales, políticos o económicos, destinada a suministrar información sobre una situación particular, intercambiar ideas, dar a conocer nuevos sistemas o métodos de trabajo, hacer público algún proceso, método o sistema productivo innovador o revolucionario, ofrecer un nuevo producto al mercado o solucionar problemas específicos, así como establecer consenso sobre determinadas políticas, etc., con un marcado objetivo promocional. Su duración se establece de acuerdo a los objetivos que persigue y converge en una fecha y un lugar determinados previamente. (p, 170)

Asamblea

Para Eizaguirre (2000) dice que: Como órgano supremo de las asociaciones, la asamblea consiste en una magna reunión en el curso de la cual se expone una situación determinada, se debaten problemas internos y se establecen directrices para una situación ulterior. Está exenta de motivaciones comerciales y se caracteriza por su espíritu ejecutivo y funcional. (p,183)

Briefing

Para Eizaguirre (2000) dice que: Reunión muy corta con la finalidad de impartir nuevos lineamientos a seguir o dar a conocer alguna información a un grupo de trabajo. (p, 193)

Comité

Para Eizaguirre (2000) dice que: El comité es un órgano generalmente nombrado durante una sesión plenaria y cuyo mandato se limita a la asistencia de dicha reunión superior, salvo excepciones. Se encarga de emitir opiniones acerca de problemas concretos inscritos en el Orden del Día o Agenda de Trabajo y puede, a su vez, designar

subcomités o grupos de trabajo para el estudio exhaustivo de materias específicas. (p, 133)

Comisión

Para Eizaguirre (2000) dice que: Con una vida más efímera, pero con un radio de acción más amplio que el comité, la comisión es un órgano de consulta que se ocupa de sectores de actividades de la asociación u organización. Las entidades pueden tener varias comisiones permanentes, cuyos miembros son elegidos por sistemas regulares, de acuerdo a estatutos. (p, 190)

ORGANIZADOR PROFESIONAL DE EVENTOS (OPE)

Para Eizaguirre (2000) dice que: Es la responsable de que se cumplan los objetivos y metas, así como de administrar y ejecutar el evento. La función del coordinador general es dirigir y supervisar que los coordinadores de área y su grupo cumplan con las obligaciones. El coordinador debe preguntar y responder cualquier cuestionamiento, saber qué, cuándo, cómo, por qué y dónde, sobre cualquier detalle relacionado al evento. En el caso que el coordinador general debe presupuestar su trabajo para un tercero, tendrá en cuenta los siguientes ítems: (p, 233)

- Número de participantes y expositores.
- Número de hoteles y habitaciones requeridas.
- Especificaciones del lugar.
- Fechas y horarios a realizar el evento.
- Programas de trabajo, sociales, culturales, deportivos, artísticos y de acompañantes.
- Necesidades de servicios y de infraestructura.
- Invitados especiales.
- Antecedentes y estadísticas de eventos anteriores.
- Objetivos perseguidos.

5.1.3 Área académica

Para Aragón (200) dice: Esta coordinación debe estar integrada por personal experto y especializado en el tema del evento. En esta coordinación radica gran parte del éxito, pues se hace cargo de elaborar las conclusiones generales del evento, como resultado del análisis de los diferentes temas que se trata. Información general

5.1.3.1 Información general

La información general se refiere a todos los datos principales del evento:

Nombre de evento

Escoger un nombre es de vital importancia: debe ser corto y llamativo, pero también adecuado al objetivo que se persigue. Además, conviene ubicarlo en el contexto local, regional, nacional, internacional, por ejemplo: del Caribe, panamericano, mundial, etc. Una fórmula que existe para estructurar los mensajes de venta a la que todos los expertos mundiales en Copywriting y publicidad hacen referencia, y que todos utilizan de algún modo u otro para conseguir el mayor número posible de ventas: AIDA

A – Atención: Capta la atención de tu potencial cliente

I – Interés: Crea interés en torno a tu producto o servicio

D – Deseo: Haz que realmente deseen tu producto o servicio

A – Acción: Diles que hacer para conseguirlo

Para encontrar un buen nombre se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- ¿Cuál es la temática de tu evento?
- ¿Cuándo se va a llevar a cabo?
- ¿Dónde se realizará? Esta pregunta apunta tanto al lugar geográfico, como al sitio que puedas llegar a contratar. Conocerlo de antemano puede generar oportunidades que no tenías presente, a partir de sus características.
- ¿A quién va dirigido? Saber quién es tu público es fundamental para entender sus intereses e inquietudes. (p, 100)

Fecha y hora

Para Aragón (2000) dice: Detalles a tener en cuenta para fijar la fecha del evento.

- Segmentación de público que será convocado.
- Constatar que época del año resulta más conveniente.
- Considerar la organización, en fechas alejadas de la finalización del año académico, festividades religiosas, de fin de año o periodo vacacional.

Lugar

Para Wilcox, Cameron, Xifra, (2012) dice: Escoger el lugar o sede del evento es muy importante y no debe ser decidido a la ligera o por simple gusto. El entorno físico puede facilitar o inhibir las actividades programadas. Al elegir dónde realizar nuestro evento, debemos tomar en consideración los siguientes aspectos:

1. El lugar geográfico (país, ciudad).
2. El lugar físico o las instalaciones donde se llevará a cabo: centro de convenciones, hoteles, instituciones educativas, agencias de festejos, instalaciones deportivas, etc. A estos fines se debe efectuar un análisis de las necesidades requeridas.
3. Facilidad de acceso al lugar y a las instalaciones. Facilidades de estacionamiento.
4. Comodidad para los usuarios.
5. Servicios que presta.
6. Los equipos que posee.
7. Los costos.

Si la reunión va a tener lugar en las instalaciones de una organización, suele ser necesario reservar la sala con antelación hablando con la persona responsable de su reserva. Muchas empresas tienen salas disponibles para organizaciones sin ánimo de lucro o para que los empleados se reúnan. El tamaño de la sala debe concordar con el número de personas que se espera asistan. Si es demasiado grande, el público pensará que la reunión no ha suscitado la asistencia esperada. Si es demasiado pequeña, el público estará incómodo. (p433).

Sistema de inscripción

Pedrotti (2007) dice:

- Diseñar y coordinar sistema eficiente de registro.
- Atender a las variables de registro anticipado, el día del evento y el registro de asistencia.
- Elaborar soportes para la organización y para los asistentes.
- Es fundamental para la imagen del evento.
- Variables de entrega de soportes, cancelación de registros, etc. (p40)

Asistencia

Para Jijena (2007) dice: Para plantearse una meta de número de asistentes, analizar: ¿Qué promedio de asistencia tuvo en las últimas reuniones o en similares que usted haya sido de convocatoria abierta?

La asistencia es importante para un evento porque de acuerdo a este número trazado se establece los requerimientos logísticos y el presupuesto general. Asimismo, la organización aspira a tener un auditorio lleno, siendo este un punto para los organizadores y visual para los asistentes del éxito del evento. (p64)

5.1.3.2 Tema general

Para Pedrotti (2007) dice: Para el tema general se toman en cuenta las siguientes consideraciones:

- De acuerdo tipo de evento, proponer el tema general del mismo.
- Considerar factores sociales, económicos y políticos coyunturales del momento.
- Definir las mesas de trabajo de acuerdo al tema general del evento.
- En las mesas de trabajo se deberá tratar de lograr diferentes posturas sobre el tema.

Del tema general saldrá los subtemas de cada ponencia, asignándolo de acuerdo a la especialidad de los ponentes seleccionados. (p35)

5.1.3.3 Expositores

Para Wilcox, Cameron & Xifra, (2012) dice: Para que todo salga bien, el organizador debe saber con antelación lo que necesita cada orador, quién va a participar y cuándo. Un expositor puede necesitar un proyector, otro una pizarra o un caballete para mostrar gráficos, otro un reproductor y un monitor. Las sillas de una sala pueden estar dispuestas alrededor, y en otra, a modo de teatro

Las actividades que se realizan en torno a los expositores son generalmente:

- Seleccionar, invitar, confirmar, coordinar y programar la intervención de expositores magistrales y de mesas de trabajo. (En conjunto con RRPP).
- Atender el perfil de los invitados con relación al tema del evento.
- Honorarios. Ver posibilidades de traer personalidades de acuerdo a la partida destinada a honorarios y viáticos.
- Atender al disertante durante su participación.
- Establecer de antemano, elementos de soporte, material de apoyo.
- Acordar la metodología de preguntas posteriores.
- Solicitar el currículum del disertante, aclarando la variable de difusión.
- Traductores. (Antes, durante y después). (p447).

5.1.3.4 Programa

Para Wilcox, Cameron, Xifra, (2012) dice: El diseño del programa de un evento requiere de mucho conocimiento del tema, así como de una serie de componentes que da la experiencia. Diseñar un excelente programa, definir con precisión el tema básico del evento, escoger unos extraordinarios conferenciantes, determinar el número de sesiones, designando sus respectivos presidentes y moderadores, no son tareas fáciles.

En función del objetivo del evento y de otras consideraciones importantes, son muchas las vías a través de las cuales se llega a la definición o formulación más adecuada de ese programa, así como a la conformación del comité que tendrá a su cargo las tareas contempladas. En todo caso, lo que sí es imprescindible es que las personas que integren el comité, en especial el presidente del mismo y los moderadores y relatores, sean individuos que tengan autoridad profesional en su especialidad. Esto es muy importante porque a menudo es necesario dirigirse a personal experto, que puede o no ser miembro

de la asociación que convoca el evento, solicitándole formalmente su colaboración profesional (ponencias, papers, comentarios por escrito, etc.) y esto se ve facilitado por la calidad y el reconocimiento académico o profesional de los miembros del comité.

El programa impreso que se entrega a los asistentes a un taller o un seminario les informa de lo que va a suceder, de cuándo y de dónde. Enumera los oradores que van a intervenir, el temario completo, el tiempo que van a hablar, los descansos para tomar café, el horario de las comidas y cualquier otra información que sea relevante para los que acudan a la reunión. El programa no se debe imprimir hasta el último momento, ya que los oradores pueden cambiar de planes a última hora.

El programa general se desdobra los programas particulares por cada actividad según sea el tipo de evento académico a realizarse. Debe estar muy bien diseñado teniendo en cuenta principalmente el objetivo y el mensaje que se quiere transmitir durante todo el evento. Cada una de las actividades y especificaciones están debidamente detalladas y deben cumplirse estrictamente, como la hora de inicio y final, la duración de una ponencia, el orden del programa, espacios de break. De no ser así generará falta de credibilidad, desconfianza de los asistentes y una imagen negativa en cuanto a la organización y puntualidad ocasionando una mala relación con la institución organizadora que puede llevar a la decisión de no participar nuevamente de un evento organizado por los mismos. (p437).

5.1.4 Área de comercialización y comunicación

Para Pedrotti (2009) dice: Tiene a su cargo la elaboración de las estrategias de mercadotecnia y comunicación general del evento. Se genera y aprueba la creación de material publicitario, manejo de imagen y por los medios de comunicación que será difundido el evento.

Esta coordinación tiene como función:

1. Definir las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión del evento.
2. Coordinar la integración de las fuerzas de ventas.
3. Definir el costo de participación del evento.
4. Elaborar la carpeta promocional.

5. Definir los medios de comunicación a utilizar.
6. Organizar y manejar las conferencias de prensa.
7. Supervisar y coordinar la elaboración de spots de radio, anuncios gráficos y comerciales de TV.
8. Programar las entrevistas para radio y televisión.
9. Realizar el seguimiento de la difusión del evento. (p26).

5.1.4.1 Auspicios

Para Aragon (200) dice: Es una garantía para la organización de un evento que se puede solicitar a entidades públicas o privadas con el fin de darle una mayor importancia al encuentro que se está organizando. Se hace por medio de productos que la empresa elabora o bien por los servicios que presta.

El Auspicio está relacionado con actividades BTL que promocióne o active marcas durante la realización de los eventos auspiciados. Estas no son financiadas directamente, ya que mayormente estas empresas utilizan el “canje”. Es decir que distribuyen sus productos en medio de la jornada, actividad social o programa que se está realizando, para que este medio los mencione como auspiciadores.

Se debe delimitar el plan de búsqueda de las diferentes variables con acuerdo del equipo organizador. (p.320)

5.1.4.2 Identidad visual

- Para Aragón (2000) dice: el Logotipo, La RAE define el logotipo como “Distintivo formado por letras, abreviaturas, etc; peculiar de una empresa, conmemoración, marca o producto.” Por su parte, el diccionario de negocios dice que es un diseño gráfico distintivo y reconocible, un nombre estilizado, un símbolo único, que sirva para identificar a una organización.
- Tipografía, Las letras se expresan mediante aspectos formales que modelan su “personalidad gráfica”. La tipografía puede comportarse como una imagen gracias a los atributos formales que definen su personalidad gráfica. Separados del componente informativo del lenguaje, los tipos quedan liberados de su función

lingüística, convirtiéndose en una representación visual de sí mismos con un significado connotativo asociado.

- Color, puede evocar reacciones o percepciones diferentes entre una persona y otra. Esto se debe a veces a las preferencias personales y otras veces debido a los antecedentes culturales. La teoría del color es una ciencia en sí misma. El estudio de cómo los colores afectan a diferentes personas, ya sea individualmente o como grupo. (p58)

5.1.4.3 Difusión en medios de comunicación

Para Aragon (200) dice: Son un órgano de difusión de aparición regular y periódica que, mediante una, técnica apropiada, reproducen en forma múltiple los mensajes publicitarios del anunciante haciéndolos llegar a una audiencia específica y recibiendo una retribución estipulada por tal servicio. Cuando más específica sea la audiencia, más barato en el mensaje.

- Medios tradicionales
 - Periódico
 - Radio
 - Televisión
 - Impresos (folletos, volantes, afiches, brochure, gigantografías, entre otros.)
- Medios digitales
 - Mailling
 - Página web
 - Redes sociales (Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Linkendin)

5.1.5 Área Logística

La logística de un evento comprende todos los materiales, decoración y equipos necesarios que requiera cada coordinación. Es por ello que las coordinaciones presentan lista anticipadamente, logística elabora las cotizaciones para que finanzas saque un presupuesto general. (p.258)

5.1.5.1 Equipo técnico

Para Aragon (2000) dice: Existe una serie de equipos que son indispensables a la hora de organizar un evento y otros que son de uso casi obligatorio durante el desenvolvimiento del mismo.

- Equipo de sonido. Debe estar acorde con el tamaño del salón o del lugar donde se va a realizar el evento, si no hay un buen sonido de nada habrá servido traer el mejor conferenciante o la mejor orquesta.
- Equipo de grabación. En algunos eventos se suele grabar todas las conferencias o actividades más importantes. Nos referimos a grabación en casetes o filmación.
- Equipos de interpretación simultánea. Si el evento se desarrolla en otros idiomas se requieren estos equipos, básicamente conformados por las cabinas para intérpretes y los audífonos. Además, según la cantidad de idiomas se necesitará igual cantidad de cabinas y de acuerdo al número de participantes se solicitarán los audífonos necesarios.
- Equipos de apoyo audiovisual. Hay diferentes tipos de proyección razón por lo cual se requieren diferentes tipos de equipos y tamaños de pantallas.

Otros equipos:

1. Pizarras y rotafolios.
2. Si se van a transcribir las grabaciones se requiere grabadores y audífonos.
3. Máquinas de reproducción, fotocopadoras. Equipos de computación.
4. Comunicaciones: teléfono, fax, celular, radios, conexión a internet.

Es muy importante evaluar las empresas que proveen estos equipos, poniendo énfasis en los costos de alquiler por el tiempo requerido. Se sugiere firmar los contratos con detalle en el tipo de servicio y el costo del mismo. (p65)

Algunas necesidades del equipo técnico son:

- Equipo de sonido
- Televisores
- Fotocopadoras

- Internet
- Teléfonos y celulares
- Equipo de sonido y micrófonos
- Material de mantenimiento
- Pantalla o monitores
- Equipo de video

Para Pedrotti (2009) dice: Coordinar, integrar y supervisar la instalación de los equipos necesarios para las ponencias.

- Coordinar esfuerzos con la coordinación de operaciones.
- Planificar y ejecutar las pruebas necesarias.

Es recomendable que los equipos tengan una sesión de prueba o dos para asegurar su funcionamiento óptimo el día de la presentación. (p37)

5.1.5.2 Materiales

Para Pedrotti (2009) dice: Los materiales que se brindan a los asistentes a eventos académicos generalmente son:

- Carpeta
- Nota de bienvenida
- Programa de actividades
- Información general
- Lapicero
- Elementos de evaluación del evento
- Tadecos
- Material impreso
- Reconocimientos para participantes
- Certificados

5.1.5.3 Personal de atención

Para Pedrotti (2009) dice: Coordinar la selección y contratación del personal, la cual diferirá por el tamaño del evento. En un evento grande encontramos: diseñador, edecanes, publicistas, fotógrafos, personal de apoyo administrativo y operativo, presentador, personal de registro, mantenimiento, especialistas en procesos informáticos, entre otros. (p38)

5.1.5.4 Alimentación y bebidas

Para Pedrotti (2009) dice: Para la alimentación se debe:

- Coordinar el sistema de alimentación integral del evento.
- Contratación de servicios, determinación de menús, supervisar horarios, calidad y cantidad, presentación personal de servicios, supervisar la higiene y la preparación de mesas, lugares y sillas.

Un error muy habitual es realizar eventos en los que se sirven comidas y bebidas, no hay mesas de apoyo, están todos de pie o no hay suficiente sillas y sillones, lo que crea incomodidad. (p41)

5.1.5.5 Moderador

Para Aragón (2000) dice: Es bastante frecuente que la función o papel del moderador, coordinador o presentador en los eventos, no se tome con la debida seriedad. De allí que muchas veces no se le da importancia a la formación profesional de la persona que se escoge, porque se tiene el mal concepto que cualquiera puede cumplir ese rol. En eventos de cierta envergadura se requiere que la persona sea un especialista en el tema que se va a tratar, que tenga buen timbre de voz, buena dicción, seguridad de sí mismo y sea una persona ecuánime. En reuniones pequeñas generalmente esa función la asume la misma persona que convoca. En muchos cursos el profesor puede actuar como moderador.

Las funciones del moderador son las siguientes:

1. Abrir la sesión.
2. Presentar a los ponentes.

3. Ceder la palabra a quien vaya a participar. Moderar el coloquio.
4. Invitar al receso y/o refrigerio.
5. Invitar a continuar las sesiones.
6. Cerrar la sesión.

Elaborar los programas y comentarios para los locutores y maestros de ceremonias.

Requisitos: tener experiencia, facultad para la redacción, tacto político y social.

La selección del maestro de ceremonias es fundamental para a imagen porque puede hacer lucir o no el acto. (p.265)

5.1.6 Área Financiera

Para Pedrotti (2009) dice :Esta coordinación tiene por finalidad conseguir y manejar los recursos financieros que se generen durante el evento. Los encargados de las finanzas controlan, autorizan y verifican constantemente el presupuesto y el flujo de dinero, así mismo llevan el control de la boletas y facturas generadas. Si es que se requiere, diseñan estrategias financieras como descuentos o promociones, que no afecte la inversión del evento.

5.1.6.1 Presupuesto

Inversión económica que se tendrá disponible para el desarrollo del evento y de las actividades que lo enmarcan El presupuesto se puede ver beneficiado por lo ingresos en auspicios (tanto en especies como en dinero).

Para obtener un presupuesto general del evento, se debe:

- Integrar las necesidades presupuestales y financieras de cada una de las coordinaciones.
- Controlar la operación presupuestal y financiera de cada actividad.
- El control se realiza en cuatro etapas: establecimiento de criterios de comparación, operación del control, interpretación de resultados, toma de decisiones.
- Elaborar un presupuesto de ingresos y egresos. Solicitar comprobantes fiscales.
- Presupuesto general y desagregado. (p.116)

5.1.6.2 Costo

El costo del evento debe ser definido junto al coordinador general y administrativo.

5.1.7 Satisfacción del cliente

Para Gerson (1993) dice: La definición de satisfacción del cliente ha variado según autores a lo largo de los años. Una importante definición es la de Gerson (1993) que Gerson (1996) sugirió que un cliente se encuentra satisfecho cuando sus necesidades, reales o percibidas se saciaban o superaban. Y resumía este principio en una frase contundente "La satisfacción del cliente es simplemente lo que el cliente dice que es". (p.201)

Por otro lado, Philip Kotler (2007) define la satisfacción del cliente como "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"(p41).

Beneficios de la satisfacción del cliente

Para Kotler & Amstrong (2005) dice : Si bien, existen diversos beneficios que toda empresa u organización puede obtener al lograr la satisfacción de sus clientes, éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- Primer Beneficio: El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y, por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro (p10).
- Segundo Beneficio: El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos (p11).
- Tercer Beneficio: El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado (p40).

Elementos que conforman la satisfacción del cliente

- El Rendimiento Percibido:

Para Kotler & Armstrong (2005) dice: Se refiere al desempeño (en cuanto a la entrega de valor) que el cliente considera haber obtenido luego de adquirir un producto o servicio. Dicho de otro modo, es el "resultado" que el cliente "percibe" que obtuvo en el producto o servicio que adquirió. El rendimiento percibido tiene las siguientes características:

- Se determina desde el punto de vista del cliente, no de la empresa. o Se basa en los resultados que el cliente obtiene con el producto o servicio.
- Está basado en las percepciones del cliente, no necesariamente en la realidad. o Sufre el impacto de las opiniones de otras personas que influyen en el cliente.
- Depende del estado de ánimo del cliente y de sus razonamientos. Dada su complejidad, el "rendimiento percibido" puede ser determinado luego de una exhaustiva investigación que comienza y termina en el "cliente". (p.311)

- Las Expectativas:

Para Kotler (2002) dice que Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más de éstas cuatro situaciones:

- Promesas que hace la misma empresa acerca de los beneficios que brinda el producto o servicio.
- Experiencias de compras anteriores.
- Opiniones de amistades, familiares, conocidos y líderes de opinión (p.ej.: artistas).
- Promesas que ofrecen los competidores.

En la parte que depende de la empresa, ésta debe tener cuidado de establecer el nivel correcto de expectativas. Por ejemplo, si las expectativas son demasiado bajas no se atraerán suficientes clientes; pero si son muy altas, los clientes se sentirán decepcionados luego de la compra

Un detalle muy interesante sobre este punto es que la disminución en los índices de satisfacción del cliente no siempre significa una disminución en la calidad de los

productos o servicios; en muchos casos, es el resultado de un aumento en las expectativas del cliente situación que es atribuible a las actividades de mercadotecnia (en especial, de la publicidad y las ventas personales).

En todo caso, es de vital importancia monitorear "regularmente" las "expectativas" de los clientes para determinar lo siguiente:

- Si están dentro de lo que la empresa puede proporcionarles.
 - Si están a la par, por debajo o encima de las expectativas que genera la competencia.
 - Si coinciden con lo que el cliente promedio espera, para animarse a comprar.
- (p41)

5.1.8 Niveles de satisfacción

Para Kotler (2002) dice Después de haber adquirido un producto o vivido la experiencia de un servicio los clientes experimentan tres niveles de satisfacción:

5.1.8.1 Complacencia

Se produce cuando el desempeño percibido sobre pasa las necesidades o excede a las expectativas de los clientes y/o usuarios.

5.1.8.2 Satisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido o servicio cubre las necesidades o coincide con las expectativas de los clientes y/o usuarios.

5.1.8.3 Insatisfacción

Se produce cuando el desempeño percibido del producto o servicio no cubre las necesidades o expectativas de los clientes y/o usuarios. (p.354)

5.2 Antecedentes investigativos

5.2.1 Tesis: LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN DE MARKETING. MODELO INTEGRADO Y EXPERIENCIAL. MARIA ASUNCIÓN GALMÉS CEREZO, UNIVERSIDAD DE MALAGA.ESPAÑA, MÁLAGA. 2010.

La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing he experimentado un importante desarrollo en los últimos años. La saturación de algunos medios y la pérdida de eficacia de las formas tradicionales de publicidad, han llevado a las empresas a buscar nuevas formas para relacionarse con sus públicos. En este contexto, los eventos han demostrado ser una herramienta estratégica de comunicación de marketing que consigue impactos directos e interactivos con su público objetivo esto ha hecho que las organizaciones estén traspasando presupuestos tradicionalmente publicitarios a la organización de eventos. Y que las agencias de comunicación están destinando recursos a esta herramienta dentro de las campañas que planifican para sus clientes.

Las comunicaciones de marketing integradas (IMC) tienen en la organización de eventos una herramienta para desarrollar eficaces estrategias para comunicarse con sus públicos. Es una herramienta de comunicación de marketing capaz de aportar valor a las marcas a partir de la relación experiencial con ellas.

Los públicos de las organizaciones buscan vivir experiencias, y están dispuestos a emocionarse, relacionarse, sentir, pensar y actuar con las marcas, las empresas o sus productos. Los eventos son una herramienta muy adecuada para generar estas experiencias de marca. Los organizadores de Eventos de Comunicación de Marketing (ECM) tienen que planificar y diseñar experiencias que les permitan alcanzar unos objetivos concretos dentro de la estrategia de Comunicaciones de Marketing integradas (IMC). La incorporación de nuevos recursos tecnológicos para mejorar las experiencias de los asistentes a los eventos, hoy por hoy, es una realidad, conocer todas las posibilidades para generar experiencias con las marcas a partir de los eventos, y la forma de evaluar la consecución de los objetivos, es avanzar en el desarrollo futuro de esta herramienta.

5.2.2 TESIS: CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2012 – 2016, MAYRA PALACIOS CLAUDIA QUITO, UNIVERSIDAD DE CUENCA, ECUADOR, CUENCA 2013.

El presente tema de tesis tiene por objeto determinar cuan factible es la “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ORGANIZACIÓN DE EVENTOS EN LA CIUDAD DE CUENCA EN EL PERIODO 2012 – 2016”, que se dedique a la planificación, organización, ejecución y supervisión de los acontecimientos a celebrar. La intención es ofrecer un servicio personalizado y único, que permita captar mercado mediante la diversificación del servicio, satisfaciendo así las necesidades latentes en cuanto a la organización de eventos sociales o corporativos. Para lo cual se realizó dos estudios de mercado, el primero dirigido a personas de la clase social alta y media alta, y el segundo a empresas de la ciudad. Los resultados obtenidos en esta investigación revelaron que, es pertinente dedicarse a la organización de eventos corporativos, puesto que no existe una empresa que oferte exclusivamente este servicio; sino más bien, competidores indirectos como lo son las agencias de publicidad-marketing y organizadoras de eventos sociales (haciendas, quintas, salones de recepción). Con respecto a la realización de eventos de tipo social, los datos de las encuestas reflejaron que este es un sector en el que existe un alto grado de competencia, y desde el punto de vista costo - beneficio es mejor operar como persona natural, más no como una empresa en sí, es por ello que este segmento no será nuestro mercado objetivo. Además, mediante el análisis financiero, con la aplicación de los indicadores de rentabilidad VAN (Valor Actual Neto) y TIR (Tasa Interna de Retorno) se determinó que el proyecto es viable de llevarlo a cabo.

5.2.3 TESIS: MANUAL DE PROTOCOLO PARA LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL CANTÓN PUJILÍ EN EL AÑO 2015, CALVOPIÑA UGSHA ANA LUCÍA Y IZA BISBICUZ MARTHA DEL ROCÍO, UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI, ECUADOR, LATACUNGA 2015.

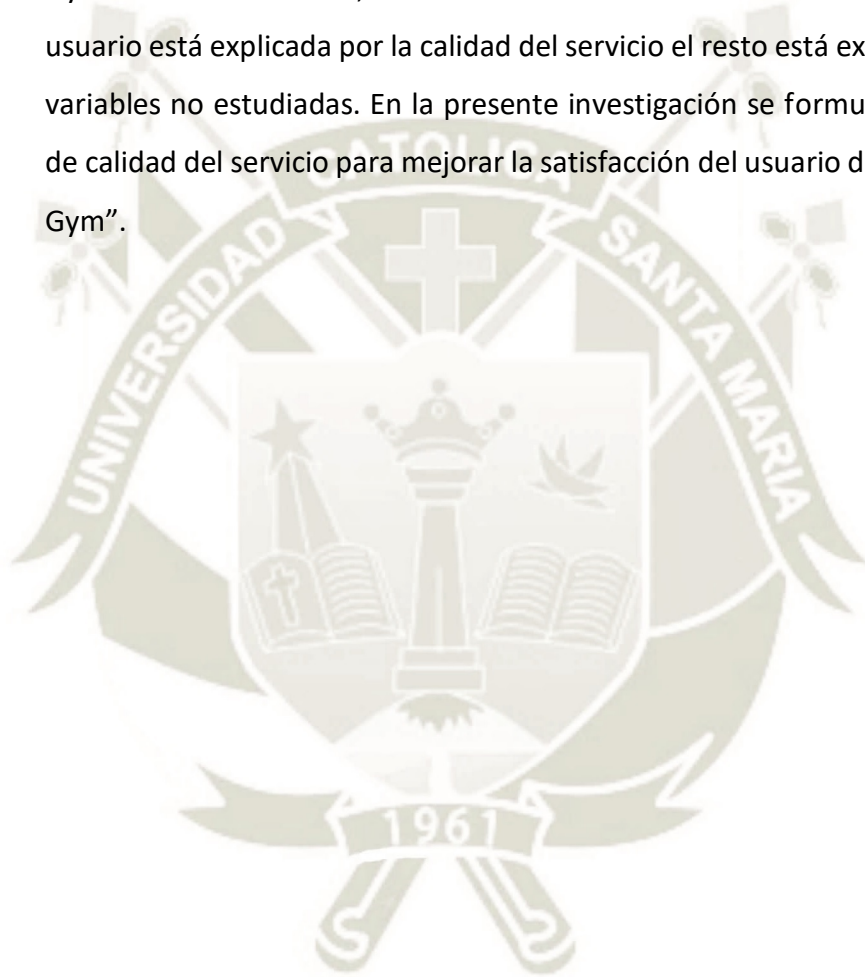
Este trabajo de investigación corresponde a la identificación del problema que se suscita en el GAD Municipal del Cantón Pujilí por las festividades de

Cantonización, basado en una investigación de campo para generar una propuesta. La población con la que se va a trabajar son las: autoridades y los habitantes del Cantón Pujilí. El objeto de esta investigación es determinar los requerimientos para una buena planificación en la organización de festividades. El objetivo que se busca alcanzar es regularizar errores mediante normas, reglas de protocolo que se deben aplicar en los diferentes eventos a desarrollarse. Del total de población se establecerá una muestra para la elaboración de un instrumento basado en un Manual de Protocolo que ayudará al Presidente del Comité de fiestas y sus vocales en una correcta planificación como es: la decoración, las normas de protocolo en una sesión solemne, elección de reina y desfile folklórico, basados en las críticas, sugerencias de quienes participan y disfrutan de estos eventos formales, sociales, culturales y deportivos. El 100% de autoridades entrevistadas manifiestan que es necesario un Manual de Protocolo para la organización de eventos de las Festividades del Cantón Pujilí, el 97% de personas encuestados están de acuerdo con la propuesta planteada ya que les ayudará a conocer mejor las reglas de protocolo en los diferentes actos solemnes que se realizan las autoridades del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Pujilí.

5.2.4 TESIS: INFLUENCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL GIMNASIO IRON GYM HUANCAYO-2013, BLANCA MAGDA CONDOR SALINAS Y FRANKLIN DURAND GONZALES, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ, PERÚ, HUANCAYO 2013.

Actualmente se ha observado en el gimnasio “Iron Gym” una disminución de usuarios inscritos durante el año 2011 y 2012, así mismo se han presentado mayores quejas sobre el servicio que brinda la empresa, viéndose afectada así la satisfacción del usuario. En la presente investigación el problema general formulado ha sido: ¿De qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en el gimnasio Iron Gym?; el objetivo general formulado ha sido: Determinar de qué manera la calidad del servicio influye en la satisfacción de los usuarios en el gimnasio Iron Gym; el tipo de investigación

utilizado ha sido: descriptivo – explicativo; los métodos de investigación utilizados han sido: el método científico, deductivo - inductivo y analítico – sintético; los instrumentos utilizados en la presente investigación han sido: de la variable independiente el SERVPERF y de la variable dependiente fue la escala de actitud de satisfacción del cliente; y la conclusión general a la que se arribó ha sido: la calidad del servicio influye en la satisfacción del usuario del gimnasio Iron Gym de manera directa, es decir el 89.1% de la variación de la satisfacción del usuario está explicada por la calidad del servicio el resto está explicado por otras variables no estudiadas. En la presente investigación se formularon estrategias de calidad del servicio para mejorar la satisfacción del usuario del gimnasio “Iron Gym”.





CAPÍTULO II

PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

II. PLANTEAMIENTO OPERACIONAL

1. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

1.1 Técnica

La técnica a emplear para la recolección de datos de la presente investigación será la encuesta.

1.2 Instrumento de recolección de datos

Se utilizará el instrumento de Cuestionario de preguntas.

2. CAMPO DE VERIFICACIÓN

2.1 Ámbito de localización

El ámbito de localización es la Provincia de Arequipa, Región Arequipa.

2.2 Unidades de estudio

2.2.1 Universo

Las unidades están comprendidas por una población de 11 312 agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa obtenido de acuerdo a Sistema de colegiados.

Fuente: Oficina de Bienestar Social del Colegio de Abogados de Arequipa

2.2.2 Muestra

La muestra es probabilística y considera el 5% de margen de error con un nivel de confianza de: 95%

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)e^2 + z^2pq}$$

n = Tamaño de la muestra z = Nivel de significancia, asociado a un nivel de confianza del 95%, cuyo valor es 1.96

p = Probabilidad de éxito; que se conoce por estudios anteriores o similares.

q = 1-p

N = Tamaño de la población

e = error de muestreo

El tamaño de la muestra es: 372

3. ESTRATEGIA DE RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

3.1 Criterios y procedimientos de recolección de datos


- Diseño del instrumento.
- Realizar una prueba piloto antes de aplicarlo para mejorar el instrumento.
- Formular pregunta filtro.
- Elaborar un cronograma de aplicación del instrumento de acuerdo a la distribución de la muestra por sectores previamente establecidos.
- Capacitar a 4 colaboradores para la aplicación.
- Coordinación con representantes del Colegio de Abogados de Arequipa.
- La técnica será al azar simple.
- Aplicación de instrumento.

3.2 Procesamiento de la información

- Tabulación de datos.
- Sistematización de los datos en Ms. Excel.
- La información se procesará en el software SPSS.
- Cruce de variables.
- Elaboración de tablas y gráficos.
- Interpretación de tablas y gráficos.
- Elaboración de conclusiones y recomendaciones.

4. CRONOGRAMA

Semana	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Actividad																
Elaboración del proyecto		X	X	X	X											
Desarrollo del proyecto				X	X	X										
Recolección de datos						X	X									
Conclusiones y sugerencias									X	X	X	X				
Elaboración de informe													X	X	X	X



CAPÍTULO III

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

ESTADÍSTICA DE FIABILIDAD

Alfa de Crombach

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.705	31

El Alfa de Crombach en nuestro caso indica que los datos recolectados en la encuesta aplicada **SON SATISFACTORIOS**, considerando que el Alfa de Crombach tiene un rango de 0 a 1.

VARIABLE NÚMERO 1: EVENTOS ACADÉMICOS

TABLA N° 1A

NOMBRE DEL EVENTO

Nombre del evento	<i>f</i>	%
Excelente	34	9.1
Buena	298	80.1
Regular	40	10.8
Mala	0	0.0
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

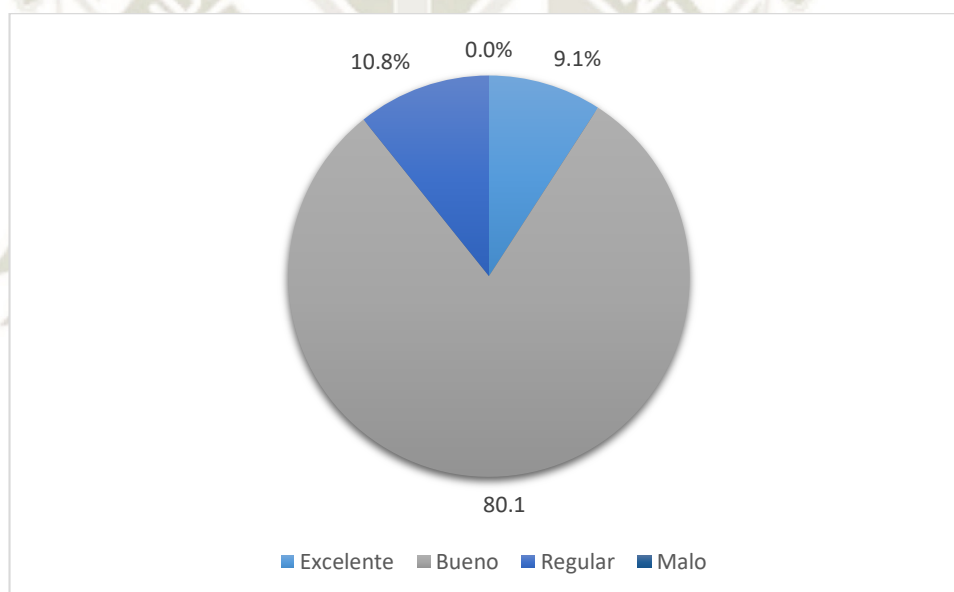
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL NOMBRE DEL EVENTO?** los encuestados respondieron: el 80.1% es buena, 10.8% regular, 9.1% excelente y mala 0%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los nombres que se ponen a los eventos académicos es buena. Sin embargo, un menor porcentaje considera que nombre del evento es regular y nadie opina que es mala.

Esto significa que el nombre que se da a los eventos académicos, capta la atención y crea interés en los agremiados.

GRÁFICO N° 1A

NOMBRE DEL EVENTO



Fuente: elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 1B

FECHA DEL EVENTO

Fecha del evento	<i>f</i>	%
Excelente	44	11.8
Bueno	258	69.4
Regular	63	16.9
Malo	7	1.9
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

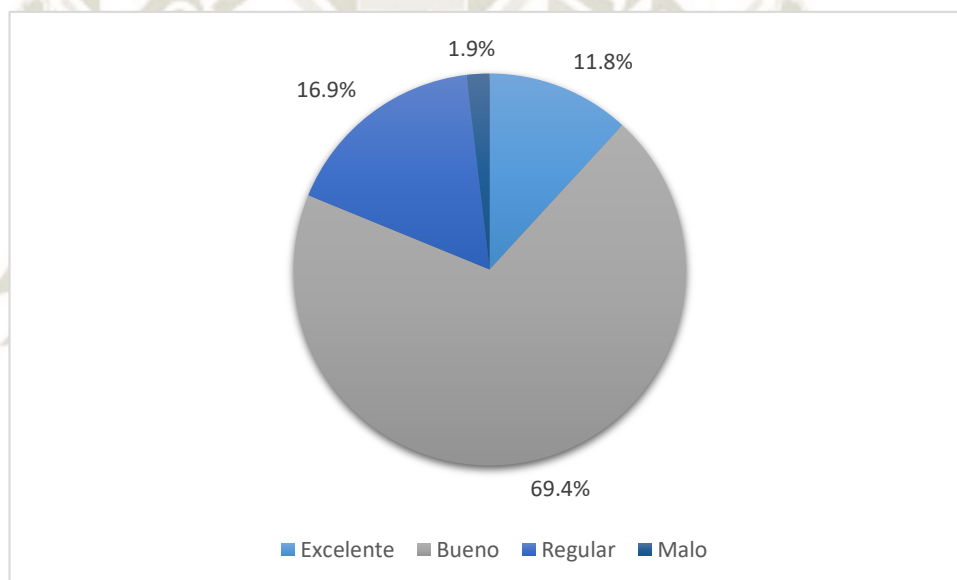
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO A LA FECHA DEL EVENTO?** los encuestados respondieron: el 69.4% es buena, 16.9% regular, 11.8% excelente y malo 1.9%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que las fechas que se programan para la realización de los eventos académicos es buena. No obstante, la minoría considera que la fecha que se programa es regular y en un porcentaje significativo es malo.

De esto se deduce que las fechas que se programan para los eventos académicos son convenientes de acuerdo a la disponibilidad de los agremiados para asistir.

GRÁFICO N° 1B

FECHA DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 1C

LUGAR DEL EVENTO

Lugar del evento	<i>f</i>	%
Excelente	114	30.6
Bueno	204	54.8
Regular	53	14.2
Malo	1	0.3
Total	372	100.0

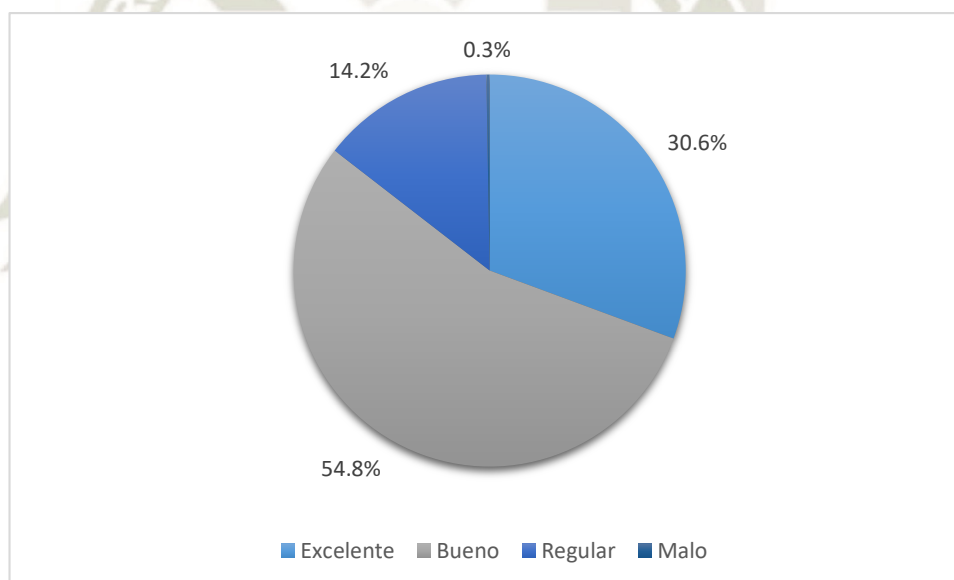
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL LUGAR DEL EVENTO?** los encuestados respondieron: el 54.8% es buena, 30.6% excelente, 14.2% regular y malo 0.3%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los lugares donde se realizan los eventos académicos es buena. Sin embargo, la minoría considera que los lugares donde se realizan es regular y en un porcentaje mínimo es malo.

De esto se deduce que los lugares que se eligen para desarrollar los eventos académicos son apropiados para los agremiados por asistir.

GRÁFICO N° 1C
LUGAR DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 1D

HORA DEL EVENTO

Hora del evento	<i>f</i>	%
Excelente	24	6.5
Bueno	273	73.4
Regular	61	16.4
Malo	14	3.8
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

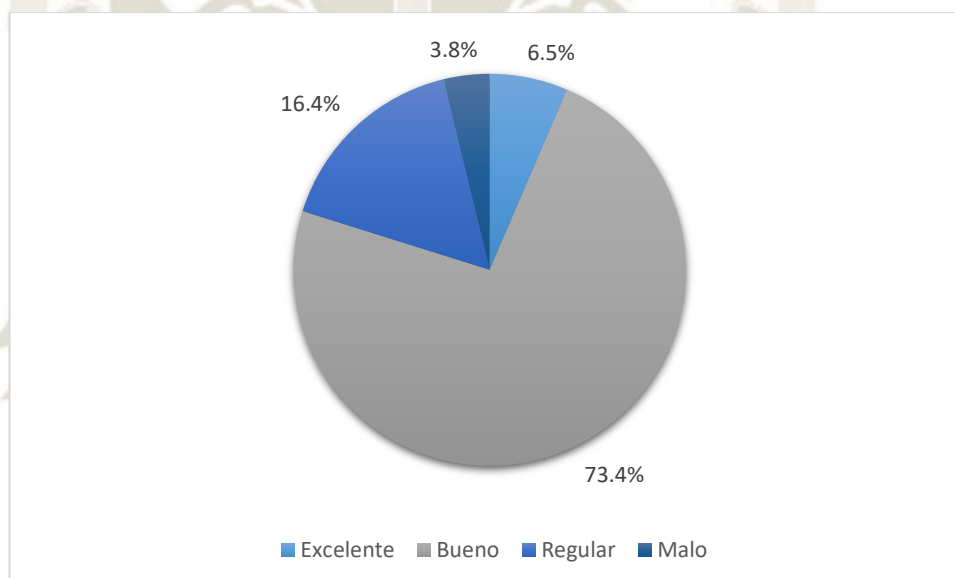
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL LUGAR DEL EVENTO?** los encuestados respondieron: el 73.4% es buena, 16.4% regular, 6.5% excelente y malo 3.8%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la hora del evento que se programa para la realización de los eventos académicos es bueno. No obstante, la minoría considera que la hora que se programa es regular y en un porcentaje significativo es malo.

De esto se deduce que la hora que se programan para los eventos académicos son convenientes y adecuados de acuerdo a los horarios libres que disponen los abogados para asistir.

GRÁFICO N° 1D

HORA DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 1E

SISTEMA DE INSCRIPCIÓN DEL EVENTO

Sistema de inscripción del evento	<i>f</i>	%
Excelente	37	9.9
Bueno	213	57.3
Regular	120	32.3
Malo	2	0.5
Total	372	100.0

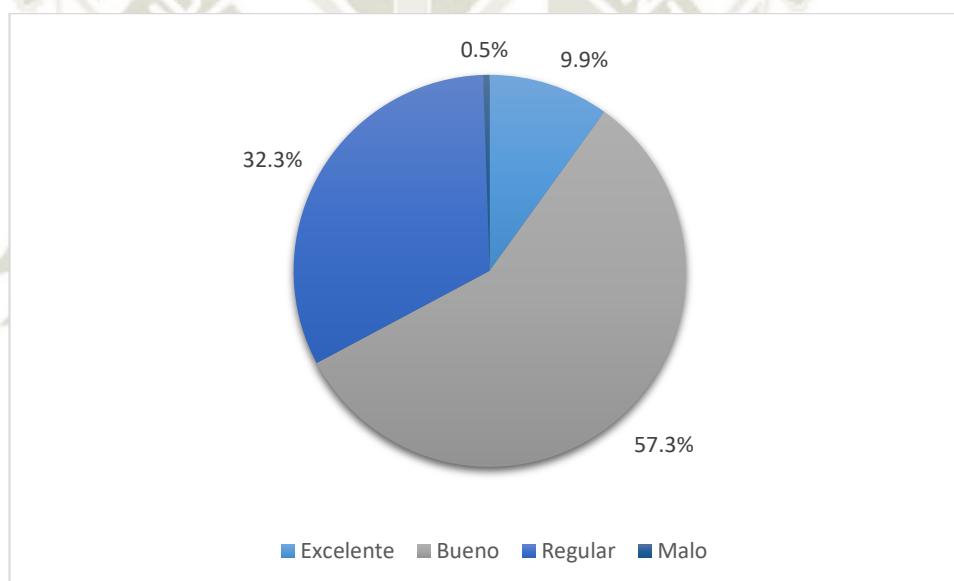
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL SISTEMA DE INSCRIPCIÓN DEL EVENTO?** los encuestados **respondieron:** el 57.3% es buena, 32.3% regular, 9.9% excelente y malo 0.5%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el sistema de inscripción que se brinda para los eventos académicos es bueno, la minoría considera que el sistema de inscripción es regular y en un porcentaje significativo es malo.

De esto se infiere que los sistemas de inscripción implementado para los eventos académicos son aceptables para los agremiados, sin embargo, aún se cuenta con un porcentaje notable que opina que aún presenta dificultades considerables, punto que se debe tener en cuenta para mejorar este sistema de inscripción.

GRÁFICO N° 1E
SISTEMA DE INSCRIPCIÓN DEL EVENTO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 1F

ASISTENCIA AL EVENTO

Número de asistentes al evento	<i>f</i>	%
Excelente	28	7.5
Bueno	272	73.1
Regular	72	19.4
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

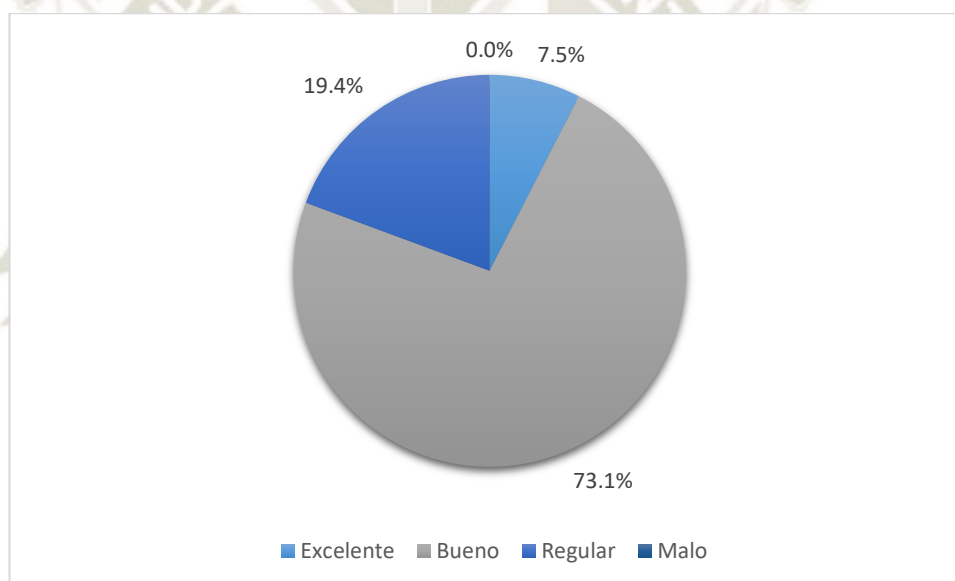
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA INFORMACIÓN QUE LE BRINDAN SOBRE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO A LA ASISTENCIA AL EVENTO?** los encuestados respondieron: el 73.1% es buena, 19.4% regular, 7.5% excelente y malo 0%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el número de asistentes que acuden a los eventos académicos es bueno, la minoría considera que el número de asistentes es regular y ninguno que es malo.

De esto se infiere que, para los agremiados, el número de asistentes que acuden a los eventos académicos es apropiado, tienen buena asistencia y acogida.

GRÁFICO N° 1F
NÚMERO DE ASISTENTES AL EVENTO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 2

**¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS TEMAS ELEGIDOS PARA DE LOS EVENTOS
ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**

¿Cómo considera usted los temas elegidos para de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	9	2.4
Bueno	294	79.0
Regular	69	18.5
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

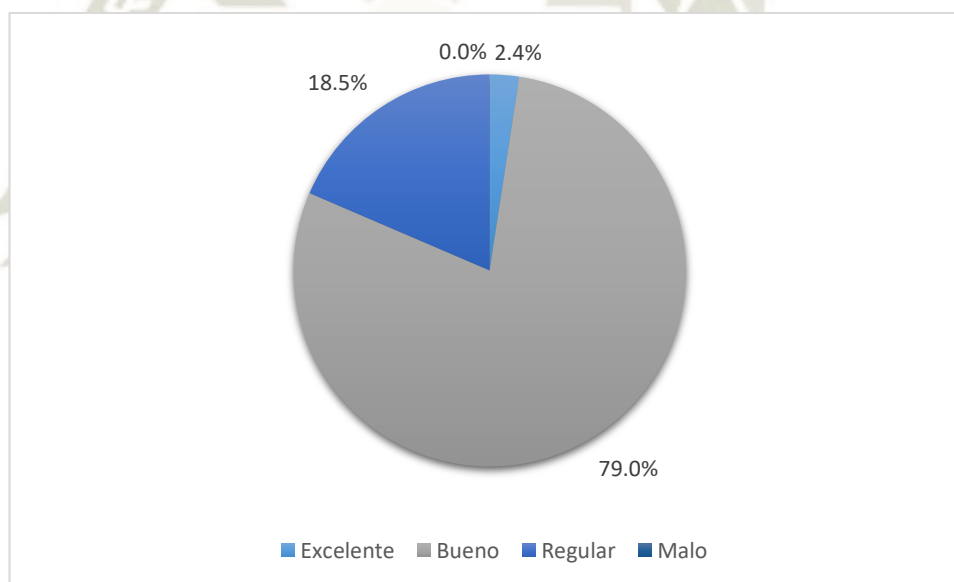
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS TEMAS ELEGIDOS PARA DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?** los encuestados respondieron: el 79% es buena, 18.5% regular, 2.4% excelente y malo 0%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los temas elegidos para los eventos académicos son buenos. Sin embargo, un menor porcentaje califica la elección de los temas de manera regular y nadie califica como malo.

Por esto se concluye que, los temas elegidos los eventos académicos, son de gran interés para los agremiados, sin embargo, tenemos un porcentaje considerable que lo considera regular, por lo que se debe evaluar qué otros temas de interés en las materias de derecho no se han tratado aún.

GRÁFICO N° 2

**¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS TEMAS ELEGIDOS PARA DE LOS EVENTOS
ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 3

¿CÓMO CONSIDERA USTED A LOS EXPOSITORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera usted a los expositores de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	38	10.2
Bueno	263	70.7
Regular	69	18.5
Malo	2	0.5
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

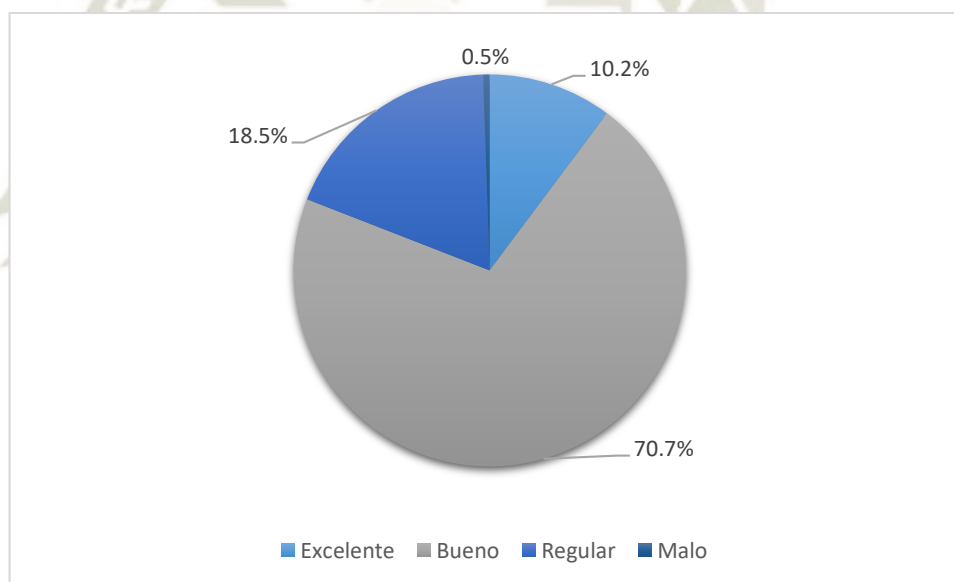
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED A LOS EXPOSITORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?** los encuestados respondieron: el 70.7% es buena, 18.5% regular, 10.2% excelente y malo 0.5%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los expositores que dictan las ponencias en los eventos académicos son buenos. Sin embargo, un menor porcentaje califica a los expositores de manera regular y un porcentaje significativo como malo.

Por esto se concluye que, para los agremiados, los expositores que dictan las ponencias en los eventos académicos, son aceptables y dominan el tema a exponer. No obstante, el mínimo porcentaje que los considera como regulares debe tomarse en cuenta para una elección mucho más exigente de los expositores.

GRÁFICO N° 3

¿CÓMO CONSIDERA USTED A LOS EXPOSITORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 4.1

NÚMERO DE EXPOSITORES

Número de expositores	<i>f</i>	%
Excelente	50	13.4
Bueno	235	63.2
Regular	87	23.4
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

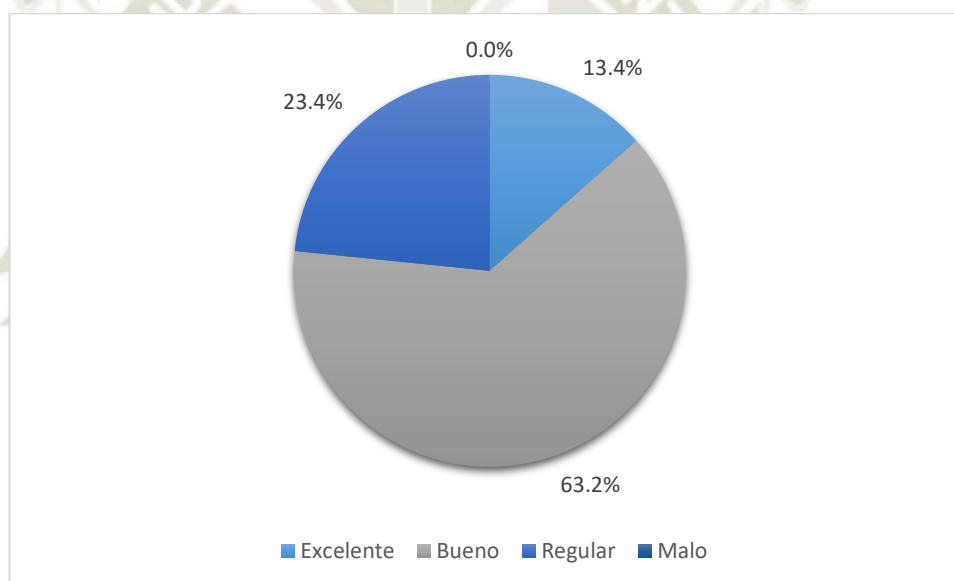
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA EL PROGRAMA ELABORADO PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL AL NÚMERO DE EXPOSITORES?** los encuestados respondieron: el 63.2% es buena, 23.4% regular, 13.4% excelente y malo 0%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el número de expositores que se convocan para los eventos académicos es bueno. Sin embargo, un menor porcentaje opina que el número de expositores convocados es poco adecuado.

Por esto se deduce que, el número de expositores que se convoca para los eventos académicos es adecuado, se percibe distintas opiniones respecto a los temas para los agremiados. Sin embargo, por contar con un porcentaje mínimo pero importante el cuál no lo consideran adecuado, es necesario evaluar el número de expositores de acuerdo a la capacidad del evento y los objetivos con este.

GRÁFICO N° 4.1
NÚMERO DE EXPOSITORES



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 4.2

DURACIÓN DE PONENCIAS

Duración de ponencias	<i>f</i>	%
Excelente	20	5.4
Bueno	191	51.3
Regular	114	30.6
Malo	47	12.6
Total	372	100.0

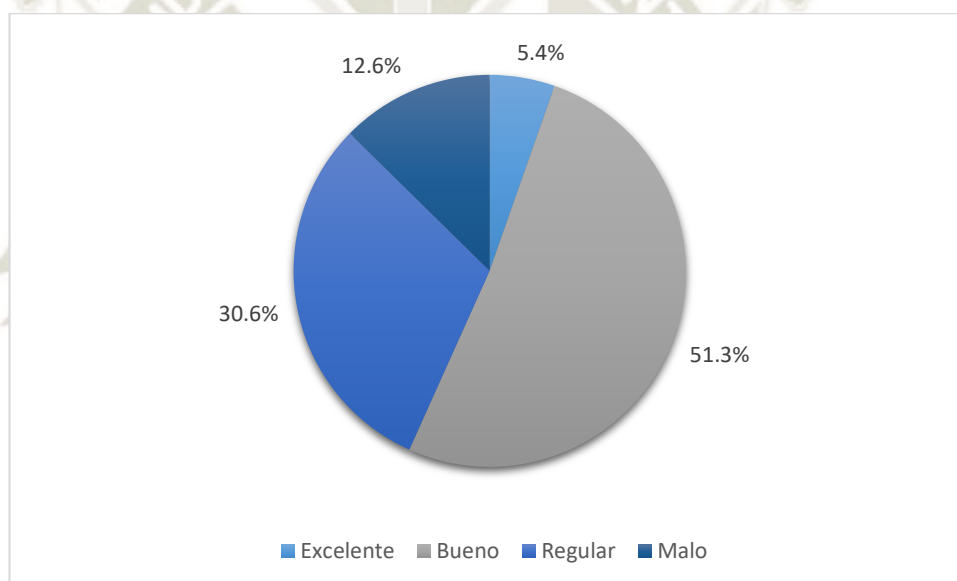
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA EL PROGRAMA ELABORADO PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO A LA DURACION DE LAS PONENCIAS?** los encuestados respondieron: el 51.3% es buena, 30.6% regular, 12.6% malo y excelente 5.4%.

De acuerdo a los resultados, vemos que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa opinan que la duración de las ponencias que se programan para los eventos académicos es buena. Sin embargo, un menor porcentaje opina que no es suficientemente adecuada y un porcentaje significativo que no es adecuada.

Por esto se infiere que, la duración de las ponencias es apropiada porque tienen un espacio adecuado para la explicación detallada y ordenada de estas. Sin embargo, se debe hacer un seguimiento del cumplimiento de la duración de estas puesto que un porcentaje considerable opina que la duración es poco adecuada.

GRÁFICO N° 4.2
DURACIÓN DE PONECIAS



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 4.3

TEMARIO

Temario	<i>f</i>	%
Excelente	46	12.4
Bueno	224	60.2
Regular	98	26.3
Malo	4	1.1
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

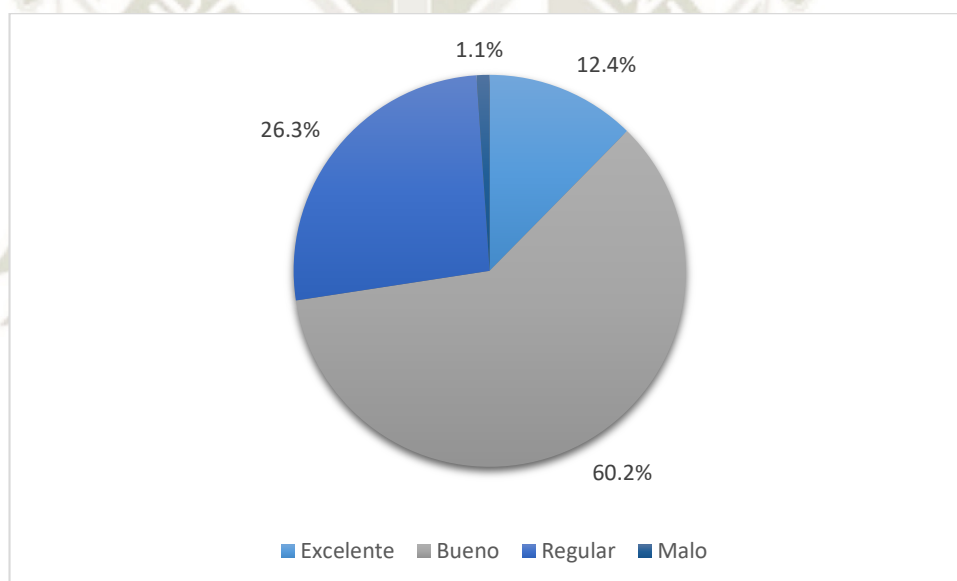
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA EL PROGRAMA ELABORADO PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL TEMARIO?** los encuestados respondieron: el 60.2% es buena, 26.3% regular, 12.4% excelente y malo 1.1%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el temario que se elabora para los eventos académicos es bueno. Sin embargo, un menor porcentaje califica el temario regular, y un porcentaje significativo como malo.

Por esto se infiere que, para los agremiados, el temario está bien implementado académicamente, los subtemas guardan coherencia uno del otro. Sin embargo, se debe tener en cuenta que un porcentaje importante expresa desacuerdo respecto a esto, por lo que se debe analizar con mayor profundidad los temas a tocar dentro del evento guardando la temática de este.

GRÁFICO N° 4.3

TEMARIO



Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

TABLA N° 4.4

PUNTUALIDAD INICIO Y FINAL

Puntualidad inicio y final	<i>f</i>	%
Excelente	0	0.0
Bueno	105	28.2
Regular	237	63.7
Malo	30	8.1
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA EL PROGRAMA ELABORADO PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO A LA PUNTUALIDAD AL INICIO Y FINAL?** los encuestados respondieron: el 63.7% es regular, 28.2% es buena, 26.3% regular, 12.4% excelente y malo 1.1%.

De acuerdo a los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la puntualidad en el inicio y final de los eventos académicos es regular. Aunque un porcentaje mínimo considera que la puntualidad de inicio y final de los eventos es buena.

Por esto podemos deducir que, la puntualidad en el inicio y final de los eventos académicos son irregulares puesto que no se cumple con la hora establecida en el programa que se entrega. De esta manera genera una mala imagen para la organización del evento.

GRÁFICO N° 4.4
PUNTUALIDAD INICIO Y FINAL

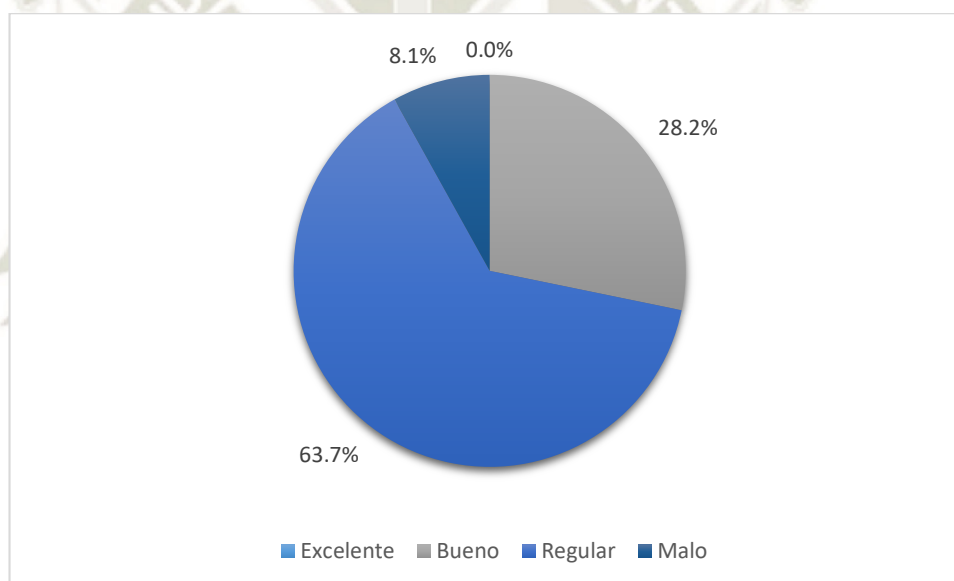


TABLA N° 4.5

TIEMPO DE BREAK

Tiempo de break	<i>f</i>	%
Excelente	1	0.3
Bueno	238	64.0
Regular	125	33.6
Malo	8	2.2
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

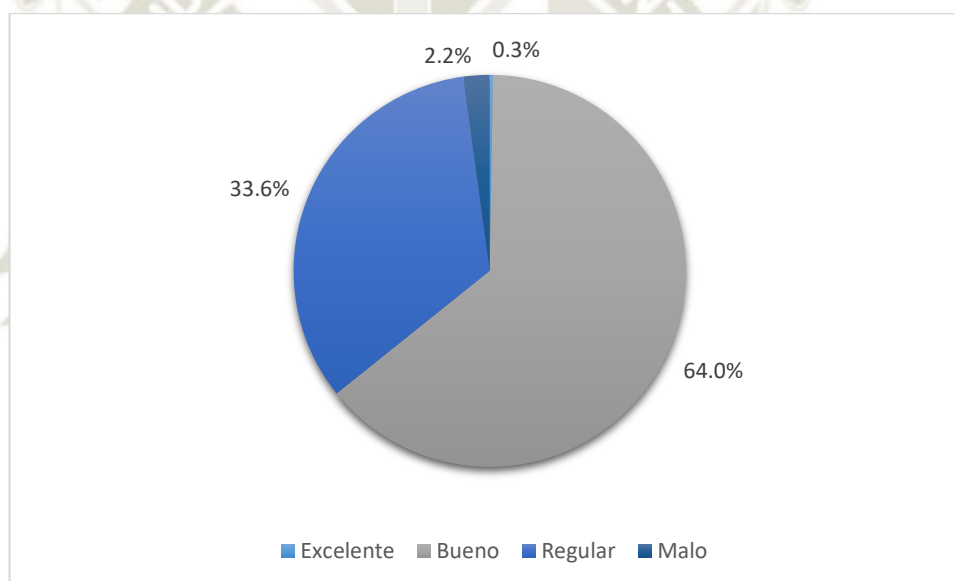
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA EL PROGRAMA ELABORADO PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, EN CUANTO AL TIEMPO DE BREAK?** los encuestados respondieron: el 64% es bueno, 33.6% es regular, 2.2% malo y excelente 0.3%.

Por los resultados se observa que el mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el tiempo de break que se programa es bueno. Sin embargo, un porcentaje importante considera que el tiempo que se programa es regular, y un porcentaje significativo como malo.

Por esto se concluye que, el tiempo de break que se establece en el programa de los eventos académicos es adecuado de acuerdo a la duración de ponencias establecidas y necesidades de los asistentes.

GRÁFICO N° 4.5

TIEMPO DE BREAK



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 5

¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS AUSPICIOS CON QUE SE CUENTA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera usted los auspicios con que se cuenta en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	f	%
Excelente	24	6.5
Bueno	204	54.8
Regular	123	33.1
Malo	21	5.6
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

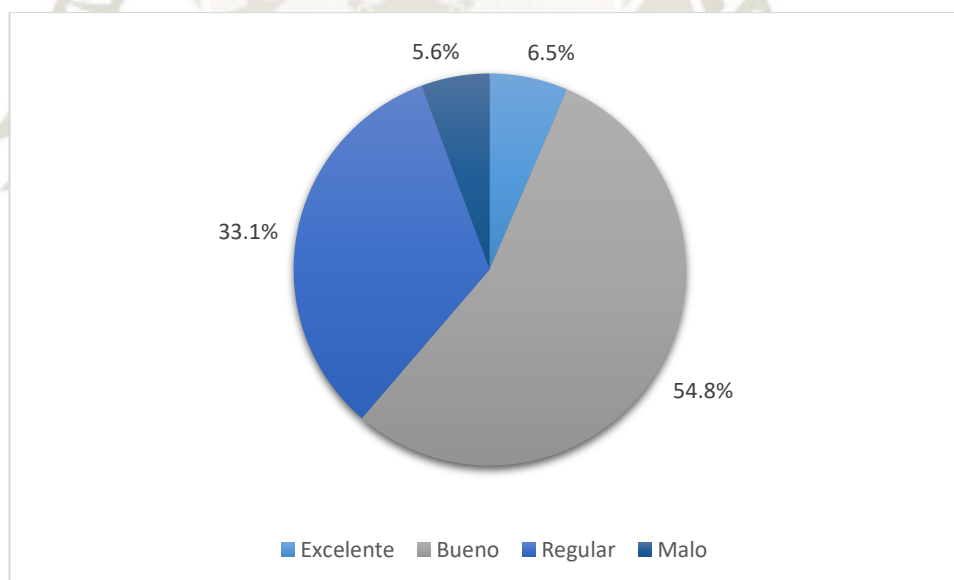
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS AUSPICIOS CON QUE SE CUENTA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 54.8% es buena, 33.1% regular, 6.5% excelente y malo 5.4%.

De acuerdo a los resultados, se observa que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los auspicios con que se cuentan en los eventos académicos son buenos. Aunque la minoría opina que no son suficientemente convenientes y un porcentaje significativo que es malo.

Por esto se evidencia que, los auspicios con que se cuentan en los eventos académicos es adecuado, pudiendo ser por el prestigio de empresas y la contraprestación que se hace en favor a los agremiados.

GRÁFICO N° 5

¿CÓMO CONSIDERA USTED LOS AUSPICIOS CON QUE SE CUENTA EN LOS EVENTOS
ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 6A

LOGOTIPO

Logotipo	<i>f</i>	%
Excelente	130	34.9
Bueno	200	53.8
Regular	42	11.3
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

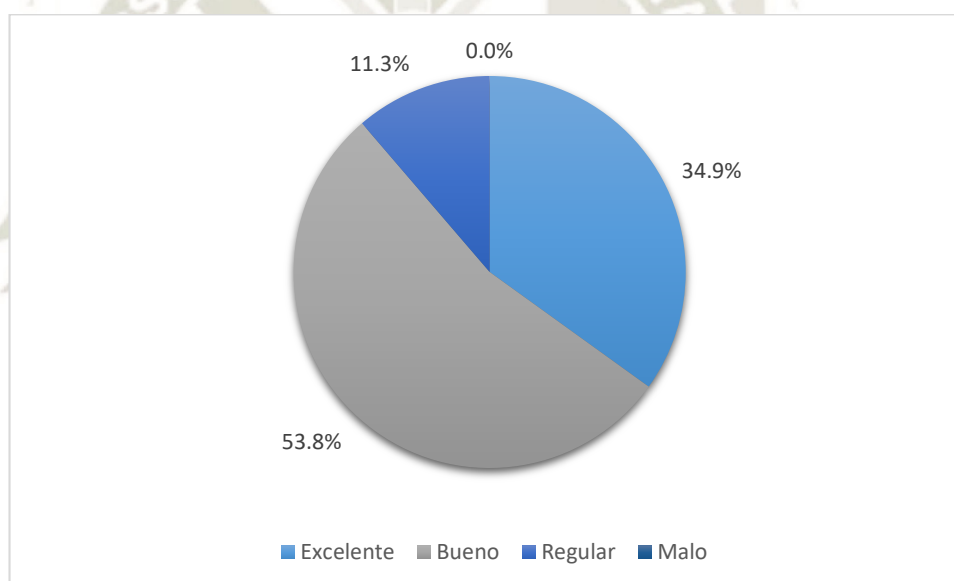
Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA LA LÍNEA GRÁFICA UTILIZADA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO AL LOGOTIPO?**, los encuestados respondieron: el 53.8% es bueno, 34.9% excelente, 11.3% regular y malo 0%.

Según los resultados, podemos observar que el un mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que los logotipos que se elaboran para los eventos académicos son buenos. No obstante, un mínimo porcentaje lo considera de manera regular.

Por esto deducimos que, los logotipos que se diseñan para los eventos académicos son llamativos y captan la atención de los agremiados.

GRÁFICO N° 6A
LOGOTIPO



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 6B

TIPOGRAFÍA

Tipografía	<i>f</i>	%
Excelente	100	26.9
Bueno	228	61.3
Regular	44	11.8
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

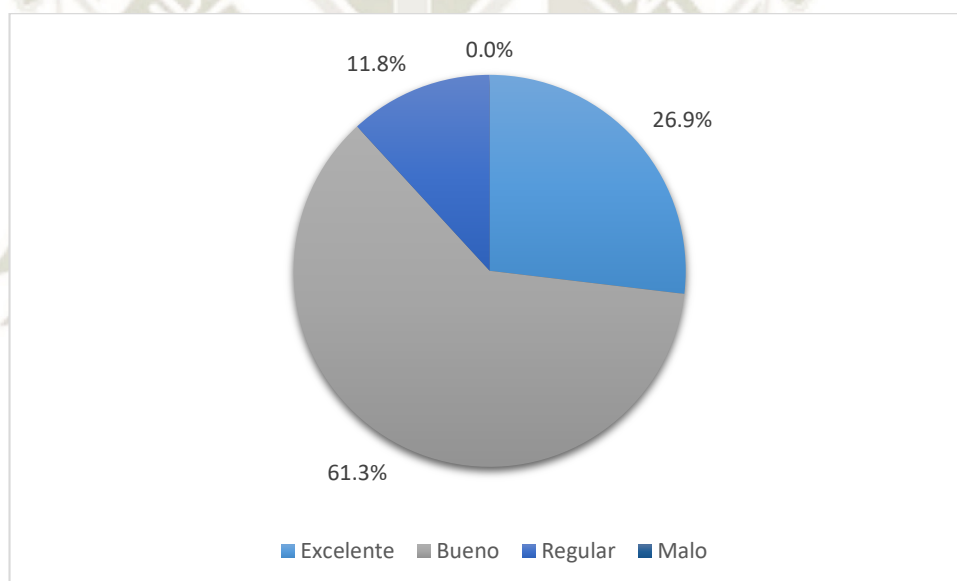
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA LA LÍNEA GRÁFICA UTILIZADA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO A LA TIPOGRAFÍA?**, los encuestados respondieron: el 61.3% es bueno, 26.9% excelente, 11.8% regular y malo 0%.

De acuerdo a los resultados, se observa que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la tipografía que se elige para la imagen de los eventos académicos son buenos. Aunque una minoría considera que no son suficientemente apropiados y ninguno opina que son malos.

Por esto se infiere que, la imagen de los eventos académicos en cuanto la tipografía, generan una personalidad gráfica llamativa para los agremiados.

GRÁFICO N° 6B

TIPOGRAFÍA



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 6C

COLOR

Color	<i>f</i>	%
Excelente	125	33.6
Bueno	188	50.5
Regular	59	15.9
Malo	0	0.0
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

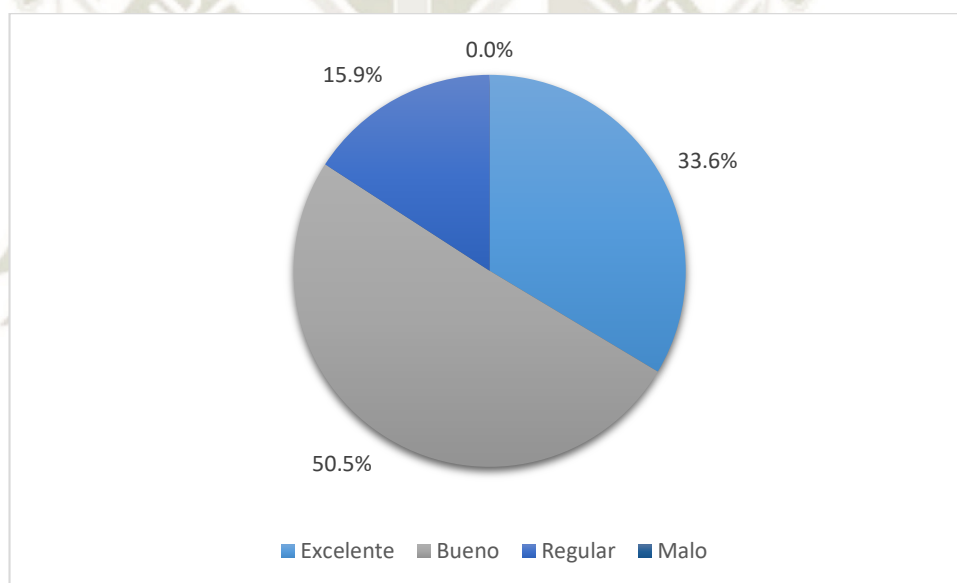
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA LA LÍNEA GRÁFICA UTILIZADA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO AL COLOR?**, los encuestados respondieron: el 50.5% es bueno, 33.6% excelente, 15.9% regular y malo 0%.

Según los resultados obtenidos, se observa que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la imagen gráfica de los eventos académicos en cuanto los colores son buenos. Aunque una minoría considera que no son excelentes y ninguno opina que son malos.

De acuerdo a esto se deduce que, la imagen de los eventos académicos en cuanto a los colores que se utilizan, evocan reacciones o percepciones positivas de estos.

GRÁFICO N° 6C

COLOR



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 7A

IMPRESOS (VOLANTES, AFICHES, BROCHURES)

Impresos (volantes, afiches, brochures)	<i>f</i>	%
Excelente	8	2.2
Bueno	161	43.3
Regular	121	32.5
Malo	82	22.0
Total	372	100.0

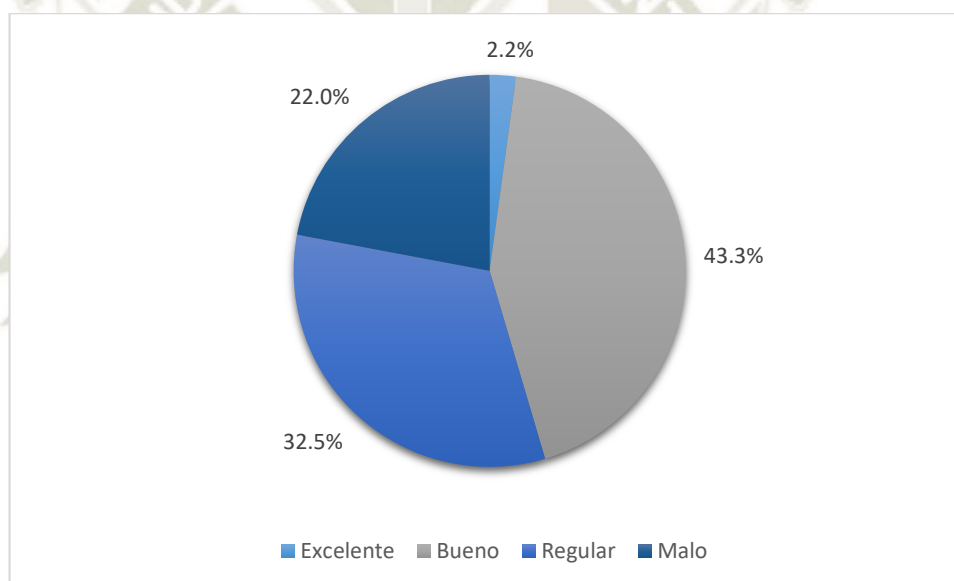
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO LOS IMPRESOS (VOLANTES, AFICHES, BROCHURES)?**, los encuestados respondieron: el 43.3% es bueno, 32.5% regular, 22% malo y excelente 2.2%.

De acuerdo a los resultados, se observa que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la publicidad impresa realizada para los eventos académicos es buena. Aunque una minoría considera que no son regular y ninguno opina que son malos.

De acuerdo podemos inferir que, la difusión de publicidad impresa que se realiza tiene un alcance regular para los agremiados. Se debe evaluar los puntos principales de mayor recurrencia de los abogados para la distribución de publicidad impresa.

GRÁFICO N° 7A
IMPRESOS (VOLANTES, AFICHES, BROCHURES)



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 7B

PÁGINA WEB

Página web	f	%
Excelente	137	36.8
Bueno	190	51.1
Regular	43	11.6
Malo	2	0.5
Total	372	100.0

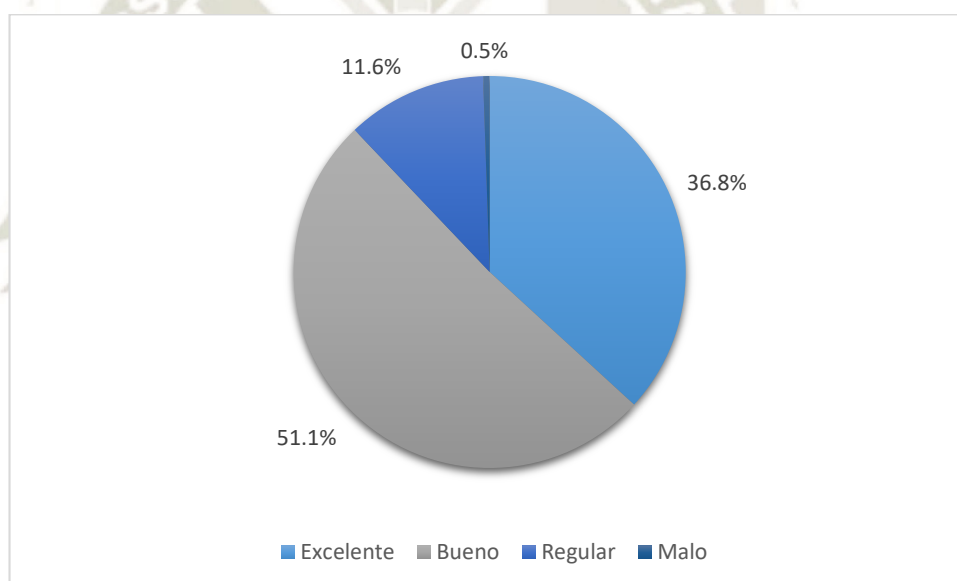
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO LA PÁGINA WEB?**, los encuestados **respondieron**: el 51.1% es bueno, 36.8%excelente, 11.6%regular y malo 0.5%.

Por los resultados, se puede observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran la publicidad realizada a través de la página web es buena. Sin embargo, un menor porcentaje considera que es excelente y un porcentajes significativo lo califica como regular.

Por esto se deduce que, la difusión de publicidad a través de la página web es llamativa y contiene información completa de los eventos académicos que organiza el Colegio de Abogados.

GRÁFICO N° 7B
PÁGINA WEB



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 7C

MAILING (CORREO ELECTRÓNICO)

Mailling (correo electrónico)	<i>f</i>	%
Excelente	26	7.0
Bueno	83	22.3
Regular	128	34.4
Malo	135	36.3
Total	372	100.0

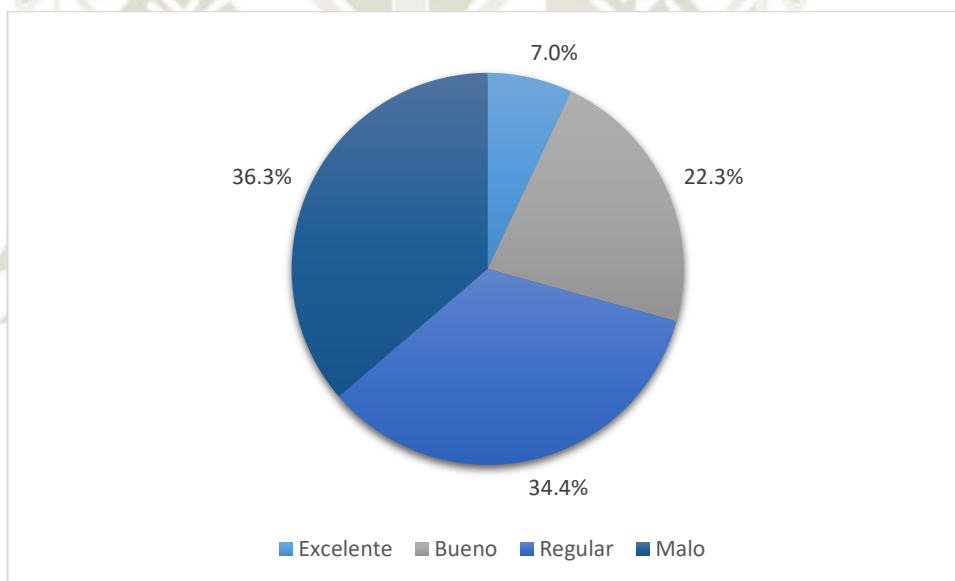
Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

De acuerdo a la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO AL SERVICIO DE MAILLING?**, los encuestados **respondieron**: el 36.3% es malo, 34.4% regular, 22.3% bueno y malo 7%.

De acuerdo a la tabla, se observa que el mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran la publicidad realizada a través del servicio de mailling regular y mala. Aunque se observa que un porcentaje menor pero no muy distante lo considera buena.

Se infiere que, la publicidad realizada a través del servicio de mailling no tiene mucho alcance para todos los agremiados o no se realiza con una frecuencia regular.

GRÁFICO N° 7C
MAILING (CORREO ELECTRÓNICO)



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 7D

FACEBOOK

Facebook	<i>f</i>	%
Excelente	210	56.5
Bueno	141	37.9
Regular	20	5.4
Malo	1	0.3
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

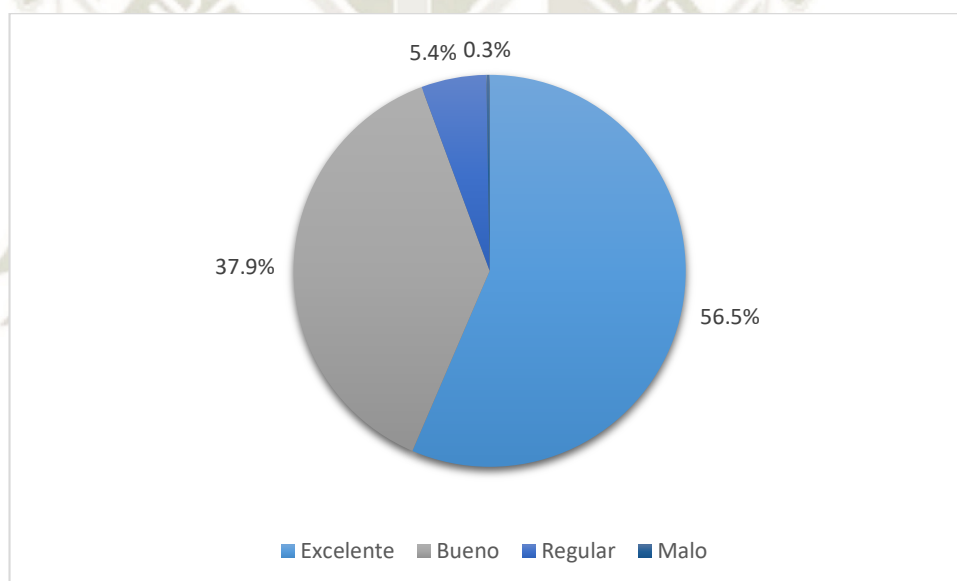
De acuerdo a la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO A FACEBOOK?**, los encuestados respondieron: el 56.5% es excelente, 37.9% es bueno, 5.4% regular, y malo 0.3%.

Según los resultados, se observa que el mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran la publicidad realizada a través del Facebook es excelente. Sin embargo, una minoría considera que la publicidad a través de Facebook es regular.

Se concluye que, la publicidad realizada a través de Facebook es uno de los medios más concurridos por los agremiados, con contenido de información más completa en cuanto a eventos académicos.

GRÁFICO N° 7D

FACEBOOK



Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

TABLA N° 7E

INSTAGRAM

Instagram	f	%
Excelente	23	6.2
Bueno	141	37.9
Regular	193	51.9
Malo	15	4.0
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

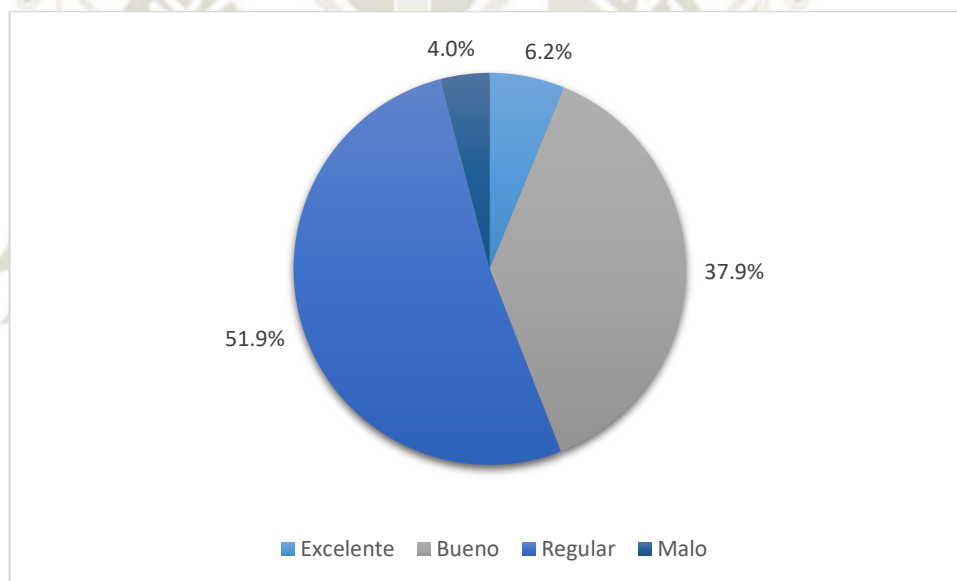
De acuerdo a la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO A INSTAGRAM?**, los encuestados **respondieron**: el 51.9% es bueno, 37.9% es bueno, 6.2% excelente, 4% malo.

De acuerdo a los resultados, podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la publicidad realizada a través del Instagram es regular. Sin embargo, un porcentaje considerable opinan que la publicidad a través de Instagram es buena.

Se deduce que, la publicidad realizada a través de Instagram no tiene suficiente alcance o no es de uso continuo de los agremiados.

GRÁFICO N° 7E

INSTAGRAM



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 7F

PRENSA ESCRITA

Prensa escrita	<i>f</i>	%
Bueno	3	0.8
Regular	59	15.9
Malo	310	83.3
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

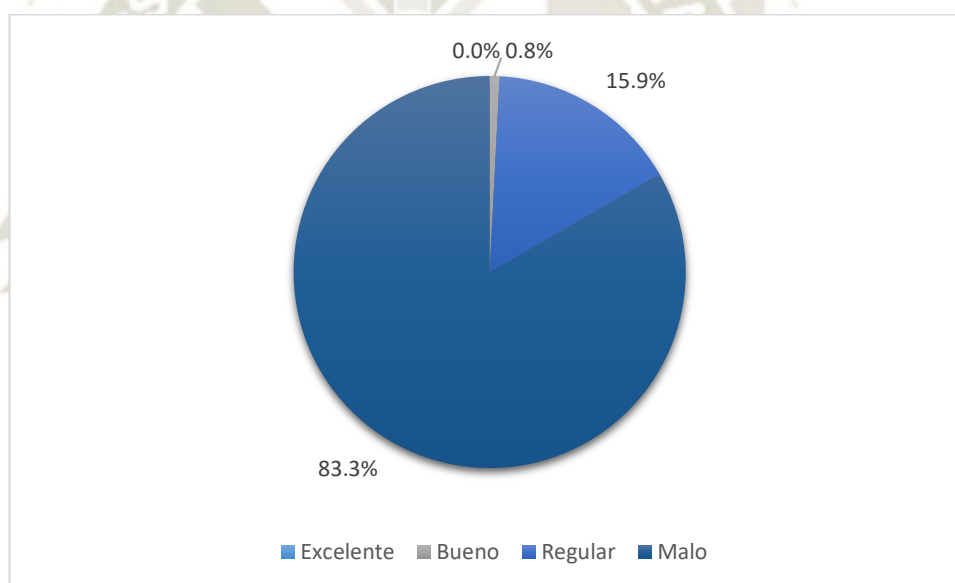
De acuerdo a la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED LA PUBLICIDAD REALIZADA PARA LA DIFUSIÓN DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA EN CUANTO A PRENSA ESCRITA?**, los encuestados **respondieron**: el 83.3% malo, 37.9% es bueno, 6.2% excelente, 4% malo.

De acuerdo a los resultados, podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que la publicidad realizada a través del Instagram es regular. Sin embargo, un porcentaje considerable opinan que la publicidad a través de Instagram es buena.

Se deduce que, la publicidad realizada a través de Instagram no tiene suficiente alcance o no es de uso continuo de los agremiados.

GRÁFICO N° 7F

PRENSA ESCRITA



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 8

¿CÓMO PERCIBE USTED AL EQUIPO TÉCNICO QUE TENEMOS PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo percibe usted al equipo técnico que tenemos para los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	2	0.5
Bueno	140	37.6
Regular	194	52.2
Malo	36	9.7
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

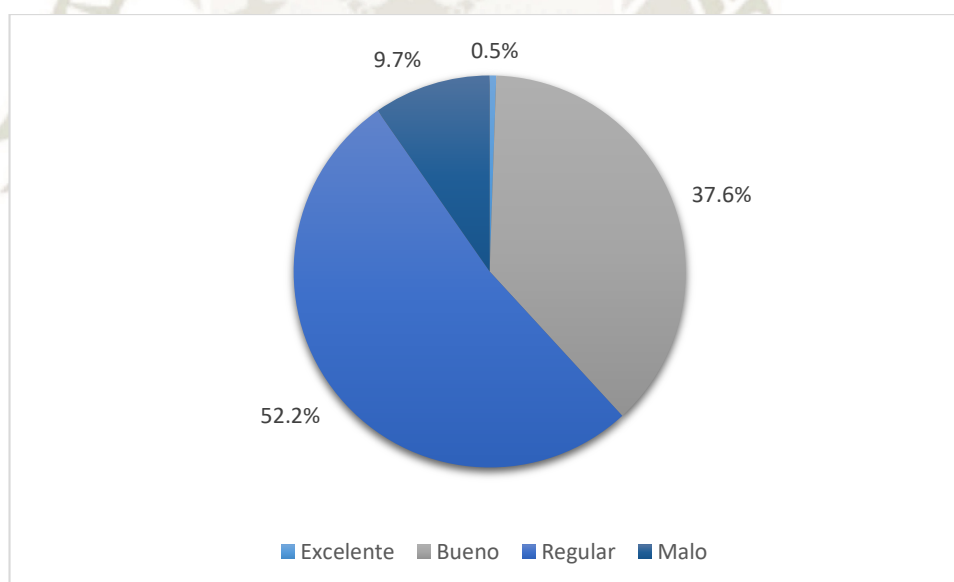
Ante la pregunta **¿CÓMO PERCIBE USTED AL EQUIPO TÉCNICO QUE TENEMOS PARA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 52.2% es regular, 37.6% bueno, 9.7% malo y excelente 0.5%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa opina que el equipo técnico que se tiene en los eventos académicos es regular. Sin embargo, un menor porcentaje lo considera bueno y un porcentaje simbólico lo considera malo.

Podemos inferir, que el equipo técnico, no permiten el completo desenvolvimiento del evento, es apropiado para los eventos académicos que se organizan, sea por el alcance auditivo, visual, entre otros, a todos los asistentes. Por ello es recomendable tener una sesión de prueba para asegurar el funcionamiento óptimo el día del evento.

GRÁFICO N° 8

¿CÓMO PERCIBE USTED AL EQUIPO TÉCNICO QUE TENEMOS PARA LOS EVENTOS
ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 9

¿CÓMO CONSIDERA EL MATERIAL DE APOYO QUE SE ENTREGA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera el material de apoyo que se entrega en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	4	1.1
Bueno	91	24.5
Regular	198	53.2
Malo	79	21.2
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

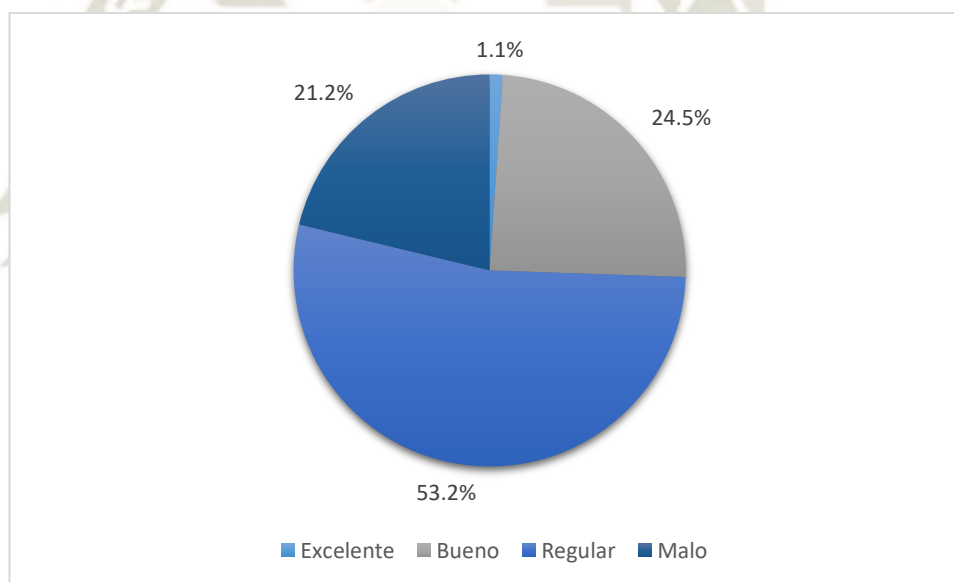
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED EL MATERIAL DE APOYO QUE SE ENTREGA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 53.2% es regular, 24.5% bueno, 21.2% y malo 1.1%.

De acuerdo a los resultados podemos observar que la un poco más de la mitad de los agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa opinan que el material de apoyo que se entrega en los eventos académicos es regular, un menor porcentaje considera que no es conveniente, sin embargo, un porcentaje similar considera que el material de apoyo es bueno.

De esto podemos deducir, que el material de apoyo que se brinda en los eventos académicos es considerado en su mayoría poco suficiente para los agremiados. Se debe evaluar los materiales brindados de acuerdo a las necesidades.

GRÁFICO N° 9

¿CÓMO CONSIDERA EL MATERIAL DE APOYO QUE SE ENTREGA EN LOS EVENTOS
ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 10

¿CÓMO CONSIDERA USTED EL PERSONAL DE ATENCIÓN EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera usted el personal que apoya los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	6	1.6
Bueno	180	48.4
Regular	147	39.5
Malo	39	10.5
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

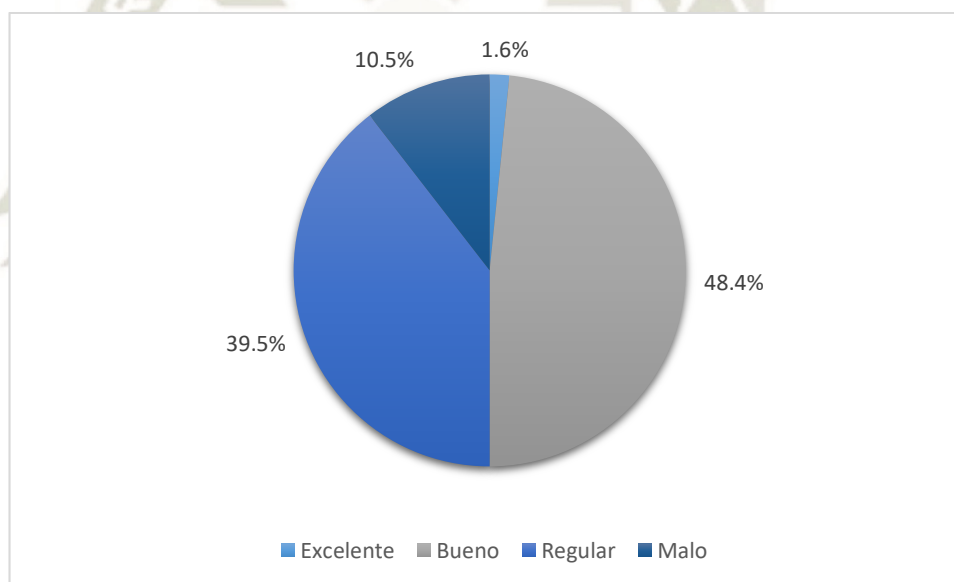
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED EL PERSONAL DE ATENCIÓN EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 48.4% es bueno, 39.5% regular, 10.5% malo y excelente 1.6%.

Por los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el personal de atención para los eventos académicos es idóneo. Aunque la minoría considera que el personal de atención es poco aceptable y un porcentaje significativo como malo.

De esto se concluye, que el personal de atención en los eventos académicos brinda una buena atención, en cambio un porcentaje importante no proyecta totalmente una buena imagen de los eventos académicos.

GRÁFICO N° 10

¿CÓMO CONSIDERA USTED EL PERSONAL QUE APOYA LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 11

¿CÓMO CALIFICARÍA LOS COFFEE BREAK QUE SE BRINDA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo calificaría los coffee break que se brinda en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	0	0.0
Bueno	56	15.1
Regular	142	38.2
Malo	174	46.8
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

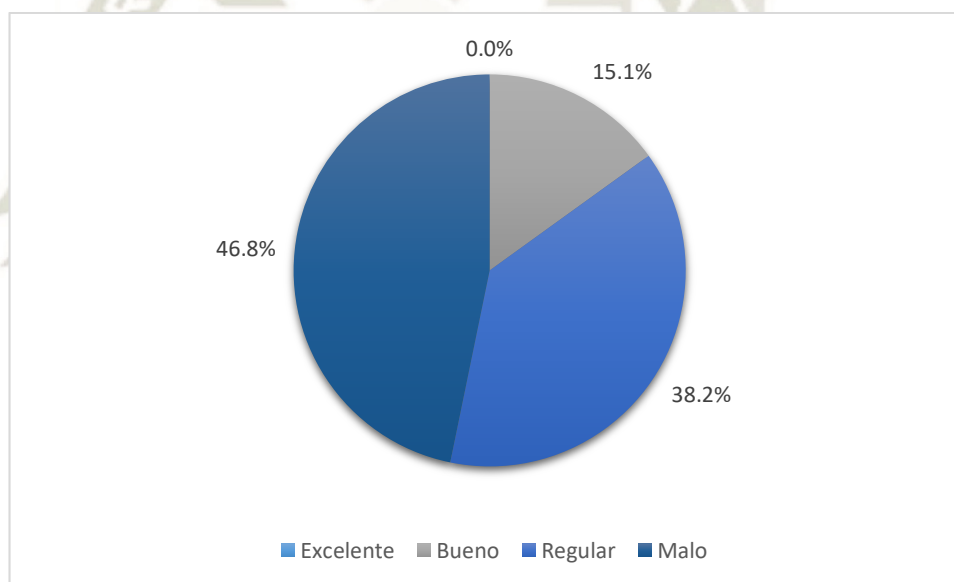
Ante la pregunta **¿CÓMO CALIFICARÍA LOS COFFEE BREAK QUE SE BRINDA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 46.8% es malo, 38.2% regular, 15.1% bueno y excelente 0%.

De acuerdo a los resultados podemos observar que la mayoría de agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa opinan que el coffee break que se brinda en los eventos académicos es malo. Seguido de este, observamos que un menor un porcentaje opina que es regular, ya la minoría que es bueno.

De esto se infiere que, el coffee break que se brinda en los eventos académicos genera una mínima comodidad o no genera la comodidad necesaria en cuanto a la calidad e higiene de los alimentos y bebidas, la cantidad suficiente o la logística que acompaña a esta como las mesas de descanso, entre otros.

GRÁFICO N° 11

¿CÓMO CALIFICARÍA LOS COFFEE BREAK QUE SE BRINDA EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 12

¿CÓMO CONSIDERA A LOS MODERADORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera a los moderadores de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	<i>f</i>	%
Excelente	4	1.1
Bueno	188	50.5
Regular	151	40.6
Malo	29	7.8
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

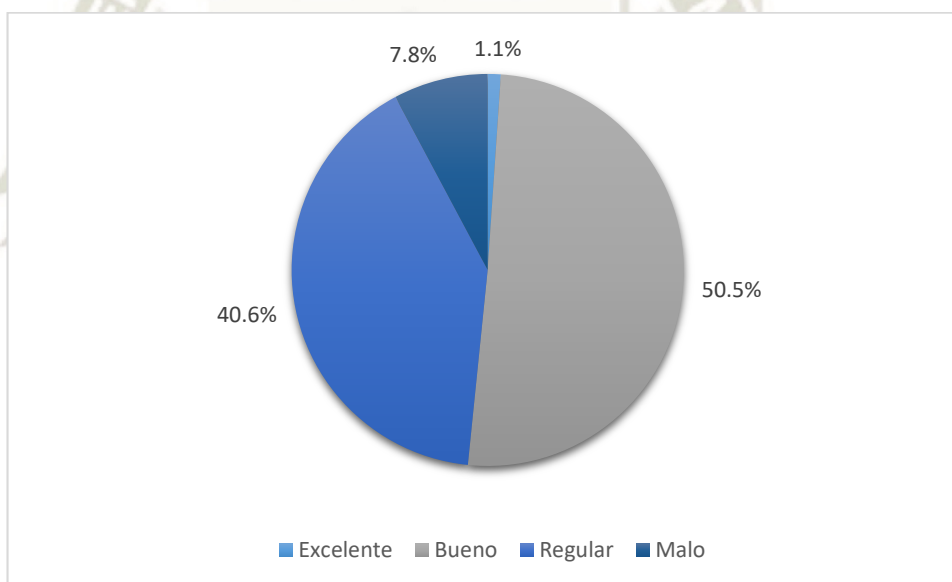
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA A LOS MODERADORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los **encuestados respondieron**: el 50.5% es bueno, 40.6% regular, 7.8% malo y excelente 1.1%.

De acuerdo a los resultados podemos observar que la mitad de porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa opinan que los moderadores elegidos para presentar los eventos académicos son buenos. Seguido de este, observamos que un menor porcentaje opina que los moderadores son regulares y un porcentaje significativo es malo.

De esto se deduce que, los moderadores que se escogen para los eventos académicos son adecuados, con buen timbre de voz, buena dicción, ecuanime y seguridad de sí mismos. Sin embargo, la mitad de porcentajes de encuestados consideran lo opuesto.

GRÁFICO N° 12

¿CÓMO CONSIDERA A LOS MODERADORES DE LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 13

¿CÓMO PERCIBE EL PRESUPUESTO INVERTIDO EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

Presupuesto	<i>f</i>	%
Excelente	7	1.9
Bueno	131	35.2
Regular	143	38.5
Malo	91	24.5
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración Propia, mayo 2019

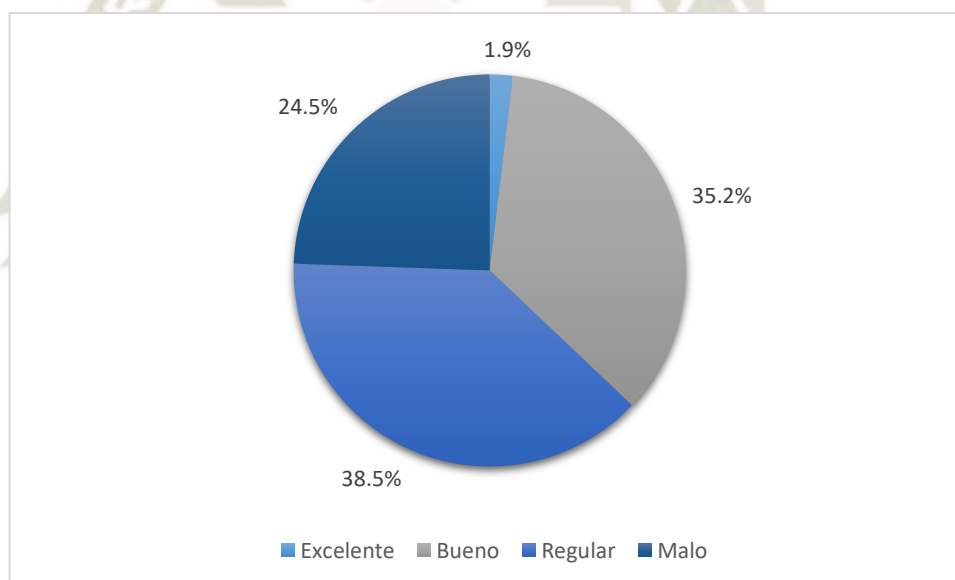
Ante la pregunta **¿CÓMO PERCIBE EL PRESUPUESTO INVERTIDO EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 38.5% es regular, 35.2% buena, 24.5% malo y excelente 1.9%.

Por los resultados podemos observar que un mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa opinan que el presupuesto invertido en los eventos académicos es regular. Seguido de este, observamos que un porcentaje casi similar lo considera bueno y un porcentaje notable lo considera malo.

De esto se deduce que, el presupuesto invertido para los eventos académicos según la percepción de los agremiados en los eventos académicos es inadecuado. Por ello se debe analizar lo que se brinda en el desarrollo de los eventos académicos.

GRÁFICO N° 13

¿CÓMO PERCIBE EL PRESUPUESTO INVERTIDO EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 14

¿CÓMO CONSIDERA USTED EL COSTO QUE INVIERTE EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?

¿Cómo considera usted el costo que invierte en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?	f	%
Excelente	29	7.8
Bueno	134	36.0
Regular	185	49.7
Malo	24	6.5
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

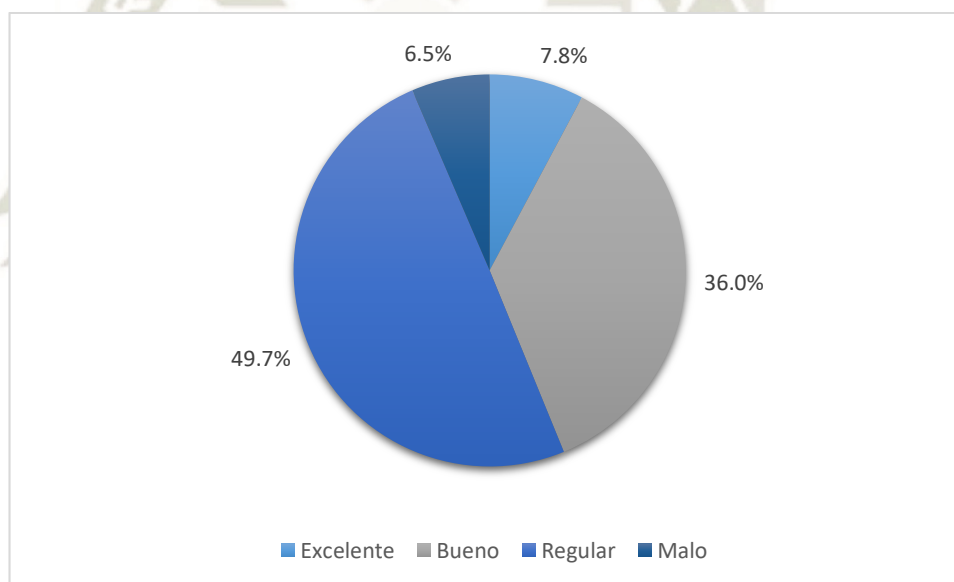
Ante la pregunta **¿CÓMO CONSIDERA USTED EL COSTO QUE INVIERTE EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?**, los encuestados respondieron: el 49.7% es regular, 36.0% bueno, 7.8% excelente y malo 6.5%.

De acuerdo a los resultados, podemos observar que la mayoría de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa consideran que el costo que se invierte para los eventos académicos es regular. Un porcentaje menor pero cercano, lo califica como bueno, y mínimos porcentajes como excelente y malo.

Se concluye que, el costo invertido para los eventos académicos es considerado poco aceptable por los agremiados, por esto se debe analizar los costos de acuerdo a lo que incluye la inversión de este; como el tipo de evento, la duración, la calidad de expositores, materiales, entre otros factores que justifiquen dicha inversión.

GRÁFICO N° 14

¿CÓMO CONSIDERA USTED EL COSTO QUE INVIERTE EN LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

VARIABLE NÚMERO 2: SATISFACCIÓN DE CLIENTE

TABLA N° 1

¿LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, LOGRÓ SATISFACER SUS NECESIDADES EN CUANTO AL SERVICIO BRINDADO?

Niveles de satisfacción	<i>f</i>	%
Complacido	41	11.0
Satisfecho	218	58.6
Insatisfecho	113	30.4
Total	372	100.0

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Ante la pregunta **¿LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE AREQUIPA, LOGRÓ SATISFACER SUS NECESIDADES EN CUANTO AL SERVICIO BRINDADO?**, los encuestados respondieron: el 58.6% está satisfecho, 30.4% insatisfecho y complacido 11%.

De acuerdo a los resultados, podemos observar que un mayor porcentaje de agremiados encuestados del Colegio de Abogados de Arequipa se sienten satisfechos con la organización de eventos académicos, la minoría se sienten insatisfechos y un porcentaje significativo se sienten complacidos.

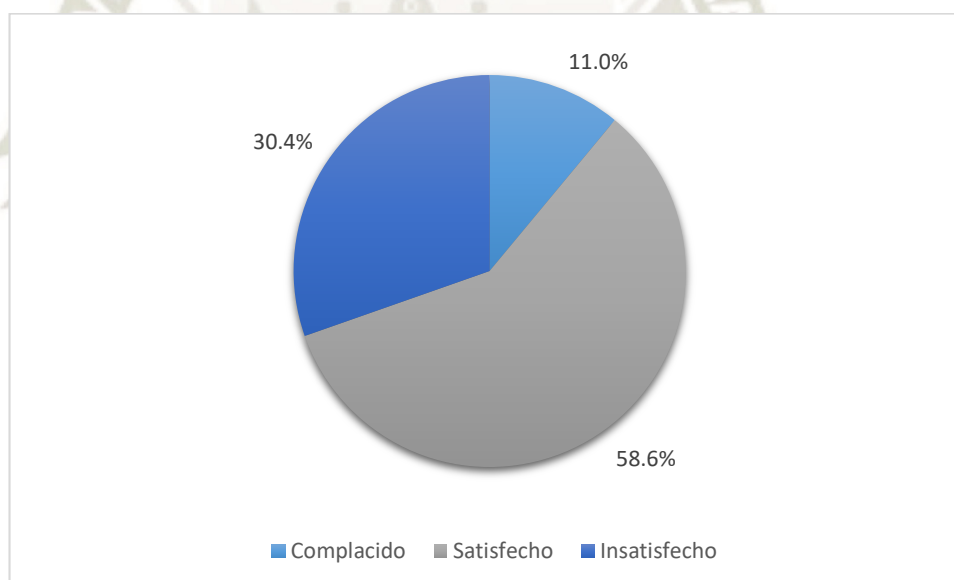
Se puede deducir que, de acuerdo a los niveles de satisfacción del cliente, la organización de eventos académicos cubre las necesidades y está dentro de las expectativas que tienen los agremiados respecto a este. Así mismo debemos resaltar que un porcentaje considerable no sienten que la organización de los eventos académicos logre satisfacer sus necesidades o expectativas. sin embargo, un mínimo porcentaje considera que ha logrado sobrepasar las expectativas y necesidades.

Analizando del total de agremiados en el Colegio de Abogados de Arequipa con el porcentaje de insatisfacción obtenida de la encuesta podemos inferir que es una importante cantidad de insatisfacción por la organización de eventos académicos. En este caso se debe evaluar las áreas que presentan algún tipo de falencia para potenciarlas y disminuir este porcentaje.



GRÁFICO N° 1

¿LOS EVENTOS ACADÉMICOS ORGANIZADOS POR EL COLEGIO DE ABOGADOS DE
AREQUIPA, LOGRÓ SATISFACER SUS NECESIDADES EN CUANTO AL SERVICIO
BRINDADO?



Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLAS DE CRUCE DE VARIABLES

TABLA N° 1

RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS EN CUANTO EL ÁREA ACADÉMICA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CRUCE DE VARIABLES		TECNICA O ACADEMICA				Total	
		EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALO		
NIVELES DE SATISFACCION DEL CLIENTE	Complacido	Recuento	9	26	6	0	41
		% del total	2.4%	7.0%	1.6%	0.0%	11.0%
	Satisfecho	Recuento	21	156	36	5	218
		% del total	5.6%	41.9%	9.7%	1.3%	58.6%
	Insatisfecho	Recuento	14	76	21	2	113
		% del total	3.8%	20.4%	5.6%	0.5%	30.4%
Total	Recuento	44	258	63	7	372	
	% del total	11.8%	69.4%	16.9%	1.9%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

PUEBRA DE CHI - CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,212 ^a	6	0.400
Razón de verosimilitud	6.314	6	0.389
Asociación lineal por lineal	1.162	1	0.281
N de casos válidos	372		

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 2

**RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS
EN CUANTO EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN Y DIFUSIÓN Y LA SATISFACCIÓN DEL
CLIENTE**

CRUCE DE VARIABLES			COMERCIALIZACION Y DIFUSIÓN				Total
			EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA	
NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Complacido	Recuento	5	23	10	3	41
		% del total	1.3%	6.2%	2.7%	0.8%	11.0%
	Satisfecho	Recuento	12	129	68	9	218
		% del total	3.2%	34.7%	18.3%	2.4%	58.6%
	Insatisfecho	Recuento	7	52	45	9	113
		% del total	1.9%	14.0%	12.1%	2.4%	30.4%
Total	Recuento	24	204	123	21	372	
	% del total	6.5%	54.8%	33.1%	5.6%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

PUEBRA DE CHI – CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	9,667 ^a	6	0.139
Razón de verosimilitud	9.272	6	0.159
Asociación lineal por lineal	4.679	1	0.031
N de casos válidos	372		

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 3

RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS
EN CUANTO EL ÁREA LOGÍSTICA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CRUCE DE VARIABLES			LOGISTICA				Total
			EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA	
NIVELES DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Complacido	Recuento	1	14	23	3	41
		% del total	0.3%	3.8%	6.2%	0.8%	11.0%
	Satisfecho	Recuento	1	97	102	18	218
		% del total	0.3%	26.1%	27.4%	4.8%	58.6%
	Insatisfecho	Recuento	0	29	69	15	113
		% del total	0.0%	7.8%	18.5%	4.0%	30.4%
	Total	Recuento	2	140	194	36	372
		% del total	0.5%	37.6%	52.2%	9.7%	100.0%

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

PUEBRA DE CHI – CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	15,798 ^a	6	0.015
Razón de verosimilitud	15.351	6	0.018
Asociación lineal por lineal	6.874	1	0.009
N de casos válidos	372		

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 4

**RELACIÓN ENTRE LA PERCEPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS
EN CUANTO EL ÁREA FINANCIERA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

CRUCE DE VARIABLES			FINANZAS				Total
			EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA	
¿Los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa, logró satisfacer sus necesidades?	Complacido	Recuento	4	19	9	9	41
		% del total	1.1%	5.1%	2.4%	2.4%	11.1%
	Satisfecho	Recuento	2	83	85	48	218
		% del total	0.5%	22.4%	22.9%	12.9%	58.8%
	Insatisfecho	Recuento	1	29	48	34	112
		% del total	0.3%	7.8%	12.9%	9.2%	30.2%
Total		Recuento	7	131	142	91	371
		% del total	1.9%	35.3%	38.3%	24.5%	100.0%

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

PUEBRA DE CHI – CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	25,546^a	6	0.000
Razón de verosimilitud	19.746	6	0.003
Asociación lineal por lineal	10.761	1	0.001
N de casos válidos	372		

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

TABLA N° 5

CRUCE DE VARIABLES AGRUPADAS

CRUCE DE VARIABLES		VARIABLE AGRUPADA				Total	
		ORGANIZACIÓN DE EVENTOS ACADÉMICOS					
		Excelente	Bueno	Regular	Malo		
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Complacido	Recuento	9	26	6	0	41
		% del total	2.4%	7.0%	1.6%	0.0%	11.0%
	Satisfecho	Recuento	21	156	36	5	218
		% del total	5.6%	41.9%	9.7%	1.3%	58.6%
	Insatisfecho	Recuento	14	76	21	2	113
		% del total	3.8%	20.4%	5.6%	0.5%	30.4%
Total	Recuento	44	258	63	7	372	
	% del total	11.8%	69.4%	16.9%	1.9%	100.0%	

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

PUEBRA DE CHI – CUADRADO

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,212 ^a	6	0.400
Razón de verosimilitud	6.314	6	0.389
Asociación lineal por lineal	1.162	1	0.281
N de casos válidos	372		

Fuente: Elaboración propia, mayo 2019

Una prueba de chi-cuadrado es una prueba de hipótesis que compara la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos. Se utiliza para probar la independencia de dos variables entre sí, mediante la presentación de los datos en tablas de contingencia.

Cada una de estas pruebas cuenta con la opción *Alfa* (α); este valor hace referencia al nivel de confianza que deseamos que tengan los cálculos de la prueba; es decir, si queremos tener un nivel de confianza del 95% (0.95), el valor de alfa debe ser del 5% (0.05), lo cual corresponde al complemento porcentual de la confianza.

Las hipótesis planteadas en la investigación son las siguientes:

- **Hipótesis nula (H_0):** *Es probable que la organización de eventos académicos no influya de manera positiva y significativa en la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.*
- **Hipótesis alternativa (H_1):** *Es probable que la organización de eventos académicos influya de manera positiva y significativa en la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.*

De acuerdo a los resultados se muestra que el valor de “**significación asintótica (bilateral)=p**” es de 0.40 siendo mayor que 0.05 de alfa o nivel de significación. Es por ello que se acepta la hipótesis nula (H_0) y rechazamos la hipótesis alternativa (H_1).

Se demuestra que:

La organización de eventos académicos no influye de manera positiva con la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.

Por esto deducimos que, la organización de eventos académicos si influye, pero de manera negativa en la satisfacción del cliente de acuerdo a la percepción de los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa.

Para realizar un análisis más profundo aún, señalaremos los porcentajes más altos de calificación según los indicadores. Los porcentajes mayores de calificación son:

- En cuanto el **área académica**, del total de encuestados, el 69.4% lo califica como bueno.
- En cuanto el **área de comercialización y comunicación**, el 54.8% lo califica como bueno.
- En cuanto el **área logística**, el 52.2% lo califica como regular.
- En cuanto el **área financiera**, no hay un porcentaje que sobrepase el 50% del total de encuestados, el mayor porcentaje es del 38.3% que califica como regular.

Esto quiere decir que las áreas que presentan mayor falencia de acuerdo a los porcentajes son la logística y financiera, es por ello que se debe desarrollar estrategias y actividades para mejorar estas áreas y tener una calificación positiva sobre la percepción del servicio que se brinda.

En cuanto al área académica y de comercialización y comunicación, tienen una calificación como buena en su mayoría, sin embargo, es un porcentaje que se puede mejorar tomando en cuenta que no hay una diferencia tan marcada con rangos de calificación menores.

Debemos entender que como organizadores de un evento se aspira a llegar a la complacencia de los asistentes y obtener una imagen positiva de la institución anfitriona. De acuerdo a este resultado se debe trabajar en todas las áreas para un mejor desempeño y llegar entre un 80% a 100% de calificación positiva y complacencia.

CONCLUSIONES

- PRIMERA:** La percepción que los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa tienen sobre organización de eventos académicos es buena según el rango de calificación. En cuanto la calificación por cada área, las más valoradas por los encuestados son el área académica y de comercialización y comunicación. Las áreas menos valoradas son el área logística y financiera. El área de mayor influencia positiva en la satisfacción del cliente es el área académica.
- SEGUNDA:** Los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa se sienten satisfechos en su mayoría con el servicio que brinda el Colegio de Abogados de Arequipa en cuanto a la organización de eventos académicos. Según el estudio de investigación se evidencia que el área académica es la más influyente en la satisfacción del agremiado.
- TERCERA:** A la luz de los resultados obtenidos en el presente estudio de investigación, se comprueba la hipótesis nula. Esto quiere decir que, la organización de eventos académicos percibida por los agremiados del Colegio de Abogados de Arequipa no influye positivamente en la satisfacción del cliente (0.400), Por lo que se demuestra que su influencia es negativa, quedando comprobado estadísticamente la influencia entre la variable independiente con la dependiente.

SUGERENCIAS

- PRIMERA** En cuanto al desempeño en las áreas dentro de la organización de eventos académicos se recomienda a la oficina eventos académicos del Colegio de Abogados de Arequipa, trabajar de manera enfocada por mejorar el área logística, pudiendo implementar material de apoyo más adecuado, capacitar al personal de atención con la finalidad que brinden información completa del evento y el buen trato con el asistente, brindar un coffee break de mejor calidad de acuerdo al tipo de evento académico, contratar los moderadores con el mismo nivel de profesionalismo para todos los eventos e implementar un equipo técnico moderno y de buen funcionamiento.
- SEGUNDA** En cuanto al desempeño en las áreas dentro de la organización de eventos académicos se recomienda a la oficina eventos académicos del Colegio de Abogados de Arequipa, trabajar de manera enfocada por mejorar el área financiera, como la elaboración de presupuesto tomando en cuenta los puntos falentes del estudio, evaluar las tarifas fijadas para los eventos tomando en cuenta la accesibilidad y la competencia directa.
- TERCERA** Se aconseja a la oficina de eventos académicos del Colegio de Abogados de Arequipa, trabajar de la mano con auspiciadores (empresas o instituciones prestigiosas) para darle jerarquía y mayor realce al evento, así como apoyo financiero o logístico. Las empresas auspiciadoras podrían realizar como parte de su publicidad BTLs, entre otros, dándole un plus a los eventos académicos, haciéndolo un evento más dinámico, asimismo apalancarse del prestigio de estas empresas para mejorar la imagen de la institución.
- CUARTA** Se sugiere a la oficina eventos académicos del Colegio de Abogados de Arequipa, respetar el programa establecido, como la hora de inicio, final, duración de las ponencias y espacios de break, debido que este es un punto importante de seriedad y prestigio que debe mantener una Institución como lo es el Colegio de Abogados de Arequipa.
- QUINTA** Cada evento debe ser único e irrepetible con el objetivo que el asistente no olvide la experiencia vivida y lo aprendido académicamente. Es por ello que se aconseja al Ilustre Colegio de Abogados de Arequipa que las oficinas de: eventos

académicos y marketing, diseñen estrategias creativas que cautiven al asistente de principio a fin. Recordar que la primera impresión es la que cuenta, esto quiere decir que el opening y closing del evento son fundamentales para formar en la mente de los asistentes una buena imagen de este y la institución anfitriona.



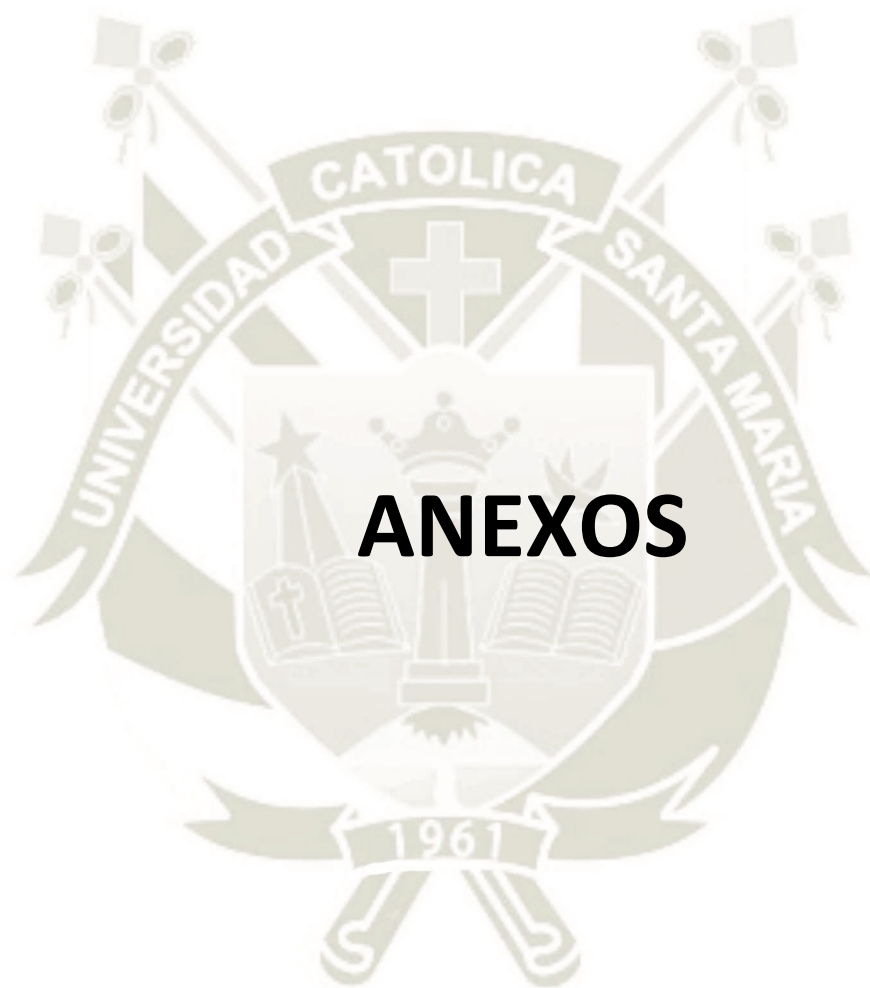
BIBLIOGRAFÍA

- Alarico C., Gómez A. (2003), Gerencia de relaciones públicas y protocolo, Caracas, Venezuela: CEC.
- Arceo Vacas, J.L. (1988), Fundamentos para la teoría y técnica de relaciones públicas, Barcelona, PPU.
- Berridge, G. (2007). Events Design and experience. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann. Reino Unido, Gran Bretaña.
- Caldevilla D., (2010), La cara interna de la comunicación en la empresa, Madrid, España: Visión libros.
- Castillo A. (2009). Relaciones públicas teoría e historia. Barcelona, España: UOC.
- Diplomado, módulo planificación eventos académicos 2019
- Diseño, planificación y gestión de eventos.
- Dominguez S. y Samudio C. (2012), Oficina de Imagen institucional IPS, Guía de Protocolo y organización de eventos, Paraguay.
- FUNDACIÓN UNIVERSITAS, Introducción a la organización de eventos. <https://rrppfu.files.wordpress.com/2012/08/lectura-n-1-introduccion-a-la-organizacion-de-eventos.pdf>
- Galmés, M. (2010). La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing. Modelo integrado y experiencial (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- González I., (2001). Protocolo Social, Caracas, Venezuela: Bellas Artes.
- Guía de protocolo y organización de eventos – Tec. Silvia Dominguez – Lic. Carlina Samudio, 2012. INSTITUTO DE PREVISIÓN SOCIAL – PARAGUAY
- <http://encino.colson.edu.mx/transparencia/Documentos/EstructuraOrganica/Procedimientos%20del%20Departamento%20de%20Difusion%20Cultural/DDCO04EventosAcademicosyCulturales.pdf>
- http://servicios.jusrionegro.gov.ar/inicio/web/rrhh/concursos_internos/2017/delegados_regionales_escuelas/doc/Guia_de_Protocolo_y_Organizacion_de_Eventos.pdf
- <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/apuntes-ceremonial-y-protocolo.pdf>
- <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/apuntes-eventos-i.pdf>
- <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/apuntes-planificacion-de-eventos.pdf>

- https://mimateriaenlinea.unid.edu.mx/dts_cursos_md/pos/MD/MM/AM/03/Satisfaccion_del_Cliente.pdf
- <https://www.yumpu.com/es/document/read/28036314/disenio-planificacion-y-gestion-de-eventos-ied-madrid>
- Jijena R. (2001), Organización de eventos, Ugerman.
- Jijena R. (2013), Organización de eventos problemas e imprevistos soluciones y sugerencias. Buenos Aires, Argentina: Ugerman.
- Jijena S. (2014), Cómo organizar eventos con éxito, Buenos Aires, Argentina: UGERMAN EDITOR
- Kotler P. & Armstrong (2002). Fundamentos de Marketing
- Kotler P. (2001). Dirección de mercadotecnia
- La organización de eventos. https://issuu.com/eemartinez/docs/programa_.
- Labariega P., (1989). Derecho diplomático, México: Trillas.
- Libro Institucional periodo 2015 – 2016, Colegio de Abogados de Arequipa
- Manual de Protocolo y Ceremonial de Instituciones Públicas y Privadas ARAGÓN CANDÍA, Jorge Isaac
- Manual de Relaciones Públicas EIZAGUIRRE CHADWICK, Manuel
- Martínez, R. y Suárez G.(2010), Organización de Eventos.: IES Siglo21.
- Muriel M., (1980), Comunicación institucional: enfoque social de las relaciones públicas, Quito, Ecuador: Epoca.
- Nieto, J. (1993), Ceremonias de la realeza. Propaganda y legitimación en la Castilla Trastámara, Madrid, España: Síntesis.
- Núñez I. Relaciones públicas organización eventos asesorías de relaciones públicas: RIL
- Nuñez I. (2003), Relaciones públicas, organización de eventos, asesorías de Relaciones Públicas, Chile: RIL editores
- Otero T. (2009), Protocolo y organización de eventos, Barcelona, España:UOC
- Pedrotti G. Ceremonial y protocolo. Argentina.
- Pedrotti G. Eventos I. Comunicación y marco introductorio. Argentina.
- Pedrotti G. Organización profesional de eventos. Argentina. <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/organizacic3b3n-profesional-de-eventos.pdf>
- Pedrotti G. Planificación de eventos. Argentina.
- Pedrotti G. Técnico en planificación y gestión de eventos. Argentina. <https://gpedrotti.files.wordpress.com/2011/08/apuntes-eventos-ii.pdf>

- Protocolo y Comunicación en la Empresa y los Negocios CUADRADO ESCLAPEZ, Carmen 2002
- Rojas O. (2012), Relaciones públicas y la eficacia de la influencia, Madrid, España: ESIC.
- Thompson I. (2005). La satisfacción del cliente
- Wilcox D., Cameron G., Xifra J. (2012). Relaciones Públicas estrategias y tácticas, Madrid, España: Pearson Educación S.A.
- Xifra J. (2007), Técnicas de las relaciones publicas, Barcelona, España: UOC.





ANEXOS

CUESTIONARIO

Estimado agremiado, la presente encuesta tiene por finalidad recoger datos respecto a la percepción en la organización de eventos académicos y la satisfacción del cliente. Agradeceremos responder con la mayor honestidad.

Sobre la organización de eventos académicos del Colegio de Abogados de Arequipa:

1. ¿Cómo considera usted la **información** que le brindan sobre los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa? Marque con una "X"

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Nombre				
Fecha				
Lugar				
Hora				
Sistema de inscripción				
Asistencia (número de asistentes)				

2. ¿Cómo considera usted los **temas elegidos** para de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

3. ¿Cómo considera usted a los **expositores** de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

4. ¿Cómo considera usted el **programa** elaborado para los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Nro. De expositores				
Duración de ponencias				
Temario				
Puntualidad inicio y final				
Espacio de break				

5. ¿Cómo considera usted los **auspicios** con que se cuenta en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

6. ¿Cómo considera que es la **identidad visual** utilizada en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa? Marque con una "X"

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Logotipo				
Tipografía				
Color				

7. ¿Cómo considera que la **publicidad realizada** la difusión para los eventos académicos organizados el Colegio de Abogados de Arequipa? Marque con una "X"

	Excelente	Bueno	Regular	Malo
Impresos (volantes, afiches, brochures)				
Página web				
Mailling (correos electrónicos)				
Facebook				
Instagram				
Prensa escrita				

8. ¿Cómo consideras el **equipo técnico** que tenemos en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

9. ¿Cómo consideras el **material de apoyo que se entrega** en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

10. ¿Cómo considera usted el **personal de atención** en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

11. De manera general ¿Cómo considera que es la **alimentación y bebidas (coffee break)** que se brinda en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

12. ¿Cómo considera a los **moderadores** de los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

13. De manera general ¿Cómo percibe el **presupuesto** invertido para los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

14. ¿Cómo considera el **costo que invierte** en los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa?

Excelente___ Buena___ Regular___ Mala___

15. ¿Los eventos académicos organizados por el Colegio de Abogados de Arequipa, logró **satisfacer sus necesidades** en cuanto al servicio brindado?

Complacido___ Satisfecho___ Insatisfecho___

