



Trabajo Final de Graduación

POSICIONAMIENTO INSTITUCIONAL DE RYE EN GRANDES
EMPRESAS DE LA CIUDAD DE CÓRDOBA



PIETRARELLI GABRIELA

Licenciatura en Relaciones Públicas e Institucionales

CÓRDOBA 2011



RESUMEN

El presente trabajo de aplicación profesional tiene como objetivo evaluar el posicionamiento de RYE en las grandes empresas de la Ciudad de Córdoba. RYE es una organización recientemente creada que brinda servicios de animación de eventos y recreación empresarial.

Para tal fin se realizó una investigación de campo mediante el uso de dos técnicas: entrevistas en profundidad y análisis de contenido. Las primeras se realizaron a una muestra de las grandes empresas de la ciudad de Córdoba para conocer sus características, sus hábitos de información, sus expectativas, los atributos que valoran de proveedores de servicios de animación de eventos y recreación empresarial y para identificar la posición que ocupa tanto RYE como la competencia en sus mentes. El análisis de contenido se realizó para evaluar los soportes de comunicación de RYE y para conocer los atributos que proyecta la competencia.

Una vez consumada la investigación se arribó a un diagnóstico en el que se concluye que RYE no ocupa ningún lugar en la mente de su público de interés y en consecuencia se desarrolló un plan de comunicación desde las Relaciones Públicas e Institucionales para modificar dicha situación.

El plan de intervención consiste en un conjunto de programas que, en suma, apuntan a lograr el objetivo final de posicionar a RYE en las grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

ABSTRACT

This professional application work has the aim to assess the institutional positioning of RYE in Córdoba's large companies. RYE is a young organization of event animation and business recreation.

To this end, a field research was done using two techniques: interviews and content analysis. A sample of companies were interviewed to know which place RYE and the competition has on their minds; also to know the characteristics and the information habits these organizations have, their expectations and attributes they value of these kind of services. Content analysis was done to evaluate RYE communicational supports and to know the attributes the competition projects.

Once the research was finished, the diagnosis was that RYE has no place in public minds and consequently a Public Relation plan was developed.

The communicational plan has a set of programs that aim to achieve RYE positioning in Córdoba large companies.

ÍNDICE

1 INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO	
1.1 Introducción	6
1.2 Presentación de la empresa	8
1.3 Tema	16
1.4 Justificación del tema	17
1.5 Objetivos de indagación	18
1.6 Marco teórico	16
1.6.1 Organización y Comunicación	19
1.6.2 Las relaciones públicas y el posicionamiento	20
1.6.3 Comunicación Corporativa	23
1.6.4 Imagen Corporativa	25
1.6.5 Públicos de las Organizaciones	29
1.6.6 Recreación Empresarial	30
1.7 Diseño metodológico	32
1.7.1 Instrumentos de recolección de datos	35
1.8 Análisis e interpretación de datos	38
1.9 Consideraciones finales del trabajo de campo	46
2 PLAN DE INTRVENCIÓN	48
2.1 Análisis de factibilidad	49
2.2 Objetivos de intervención	51
2.3 Programas de comunicación	52
2.3.1 Regular los elementos visuales de RYE	53
2.3.2 Presentar y promocionar a RYE	58
2.3.3 Fomentar la implementación de la recreación empresarial	84
2.4 Cronograma de actividades	90
2.5 Cash Flow	91
2.6 Evaluación general	92
2.7 Evaluación final del plan	93
2.7 Conclusión final	95
2.8 Bibliografía	96
3 ANEXO	98

1. INVESTIGACIÓN Y DIAGNÓSTICO

1.1 INTRODUCCIÓN

Una organización necesita adaptarse a las exigencias del mercado para poder sobrevivir en un contexto cambiante y competitivo, pero principalmente debe estar presente en la mente de sus clientes actuales y potenciales de manera que se diferencie de otras opciones para que al momento de contratar elijan a ésta y no a la competencia. Para lograr este objetivo, la misma debe posicionarse institucionalmente en sus públicos de interés.

Con el objeto de realizar el trabajo final de graduación de la carrera de Relaciones Públicas e Institucionales, se eligió a RYE, una empresa dedicada a la animación de eventos y a la recreación empresarial, para evaluar su posicionamiento actual en su público de interés y en base a ello, proponer un plan estratégico de comunicación.

La primera parte del presente trabajo está conformada por las instancias necesarias para llegar a un diagnóstico de la situación actual de la organización en materia de comunicación institucional, la segunda contiene una propuesta de intervención para solucionar el problema o necesidad diagnosticada.

En la primera fase, denominada “investigación y diagnóstico”, se presenta la empresa, su historia, su constitución y sus servicios; también se hace un pequeño análisis del sector para conocer el mercado en el cual está inserta la organización en cuestión. Seguidamente se presenta el tema del trabajo y su respectiva justificación. Luego se plantean los objetivos que guiarán esta primera etapa de investigación, e inmediatamente se proporciona, en el marco teórico, una visión integradora del tema y de todos aquellos conceptos presentes a lo largo del trabajo para lograr una correcta interpretación del mismo.

Posteriormente, se describe cómo se realiza la investigación, las técnicas e instrumentos de recolección de información, la población estudiada y el criterio con el cual se selecciona una muestra de la misma. Finalmente, se presentan los resultados obtenidos y se hace un análisis de éstos, lo que determinará la problemática o necesidad que posee la organización.

En la segunda etapa del trabajo, denominada “plan de intervención”, se presenta una propuesta para modificar la situación actual de la organización a través de la implementación de un plan de comunicación que, desde las Relaciones Públicas e Institucionales, se gestionará con el objetivo de lograr posicionar a RYE en su público objetivo. El plan se basará en la vinculación

de los intereses, expectativas y atributos relevantes para el público objetivo con aquello que RYE desea proyectar, como así también en la diferenciación de ésta en relación a la competencia.

Las Relaciones Públicas e Institucionales, en su función de gestionar la comunicación entre la organización y sus públicos, de mantener el vínculo y de actuar sobre la imagen que éstos se forman de aquella, es indispensable para lograr el posicionamiento institucional.

1.2 PRESENTACIÓN DE LA EMPRESA

RYE es una empresa cordobesa recientemente creada, que se dedica a la animación de eventos y a la recreación empresarial.

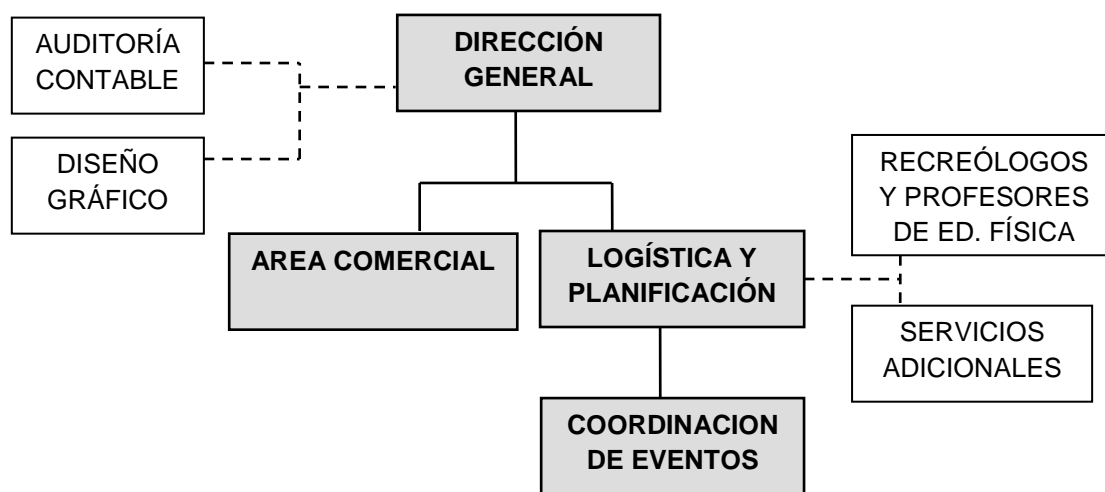
A partir de la necesidad de cada cliente, planifican, coordinan y ejecutan eventos recreativos que comprenden juegos cooperativos, juegos de integración, jornadas al aire libre y espectáculos de teatro, música y circo.

La empresa inició su actividad a principios del año 2008 animando cumpleaños infantiles, luego, comenzó a expandir sus servicios incluyendo animación de eventos en general (fiestas de fin de año, festejo del día del niño, del día de la familia, aniversarios, etc) y recientemente, recreación empresarial.

En una oportunidad, un cliente le solicitó un presupuesto para organizar una jornada recreativa para el personal de su empresa con motivo de integrarlos, sacarlos de la rutina laboral, fomentar el trabajo en equipo y la cooperación; así fue como RYE comenzó a ingresar en el campo de la recreación empresarial y a desarrollar la propuesta.

RYE ha trabajado para Bagley, el Colegio Gabriel Taborín, el Sindicato de Petroleros, el Consejo de la Mujer, Nueva Tribu, Soprts Complements, Metalúrgica Roma, Nextel, Blackberry, Club La Tablada, Denti's, Bunge y en más de 30 cumpleaños infantiles a domicilio.

Su pequeña estructura está conformada por dos, una se encarga de la dirección general y del área comercial, y la otra del área de logística y planificación. Ambas coordinan los eventos. La gestión contable y el diseño gráfico son contratados externamente, al igual que los recreólogos, los profesores de educación física y los servicios adicionales que se subcontratan para los eventos (murga, circo, títeres, shows musicales, servicio de catering, sonido, etc).



Visión:

Si bien RYE no tiene formalmente definida su visión, las propietarias afirman que su objetivo es convertirse en la empresa referente en animación de eventos y recreación empresarial en la ciudad de Córdoba.

Misión:

Brindar un servicio profesional de animación y recreación de eventos, logrando la satisfacción y conformidad de cada uno de sus clientes.

Servicios que ofrece:

➤ Animación de eventos:

Planificación y coordinación de actividades recreativas y de animación para eventos de diversa índole:

- Eventos empresariales (fiestas de fin de año, fiesta del día de la familia, del día del niño, de la primavera, aniversarios, día de campo, etc).
- Eventos sociales en general.
- Cumpleaños niños/adultos

Este servicio incluye juegos recreativos, juegos de postas, títeres, inflables, circo, murga, magia, mimo, shows musicales, painting, globología, kermés, karaoke y sonido dependiendo del objetivo del evento y del presupuesto del cliente.

➤ ***Recreación empresarial***

Planificación y coordinación de dinámicas y juegos orientados a fomentar en las empresas la integración, el trabajo en equipo, la creatividad, el dinamismo, el liderazgo, la cooperación, el sentido de pertenencia, la motivación, la confianza y la diversión.

Las dos modalidades de trabajo son: jornadas al aire libre y entrenamiento organizacional; en la primera se trabajan aspectos más generales y superficiales, y en la segunda problemáticas puntuales a nivel individual, grupal y organizacional.

Isologoipo:



Información de contacto:

Página Web institucional: www.ryeventos.com.ar

E-mail Institucional: ryeventos@hotmail.com

Teléfono: 0351 152111010

Análisis del sector

Se presume que las empresas realizan un promedio de 10 eventos por año entre fiestas, eventos corporativos, actividades vivenciales y capacitaciones para sus miembros. En los últimos años ha crecido la cantidad de eventos al mismo tiempo que ha aumentado la calidad de los mismos, ya que la demanda exige cada vez más creatividad, sofisticación y diversidad en los servicios. El crecimiento también se manifiesta en la entrada de nuevos actores al mercado de eventos, ya sea en calidad de organizadores, animadores o proveedores de otros servicios relacionados.

A continuación se exponen algunos artículos que evidencian el crecimiento del mercado de los eventos así como la importancia que se le otorga, cada vez más, a las actividades vivenciales y capacitaciones dirigidas a los miembros de las organizaciones.



25 de Abril de 2011

¡Suscríbete a nuestro blog!

: Los eventos empresariales ya mueven \$ 2.400 millones

NEGOCIOS & MERCADOS : EL RUBRO TIENE SU PICO DE DEMANDA CON LAS FIESTAS CORPORATIVAS DE FIN DE AÑO

Los eventos empresariales ya mueven \$ 2.400 millones

Con 100.000 encuentros organizados, se estima que el sector crece al 20% anual.



Aunque no la pasó mal bailando hasta las seis de la mañana con la música en vivo de La Mosca y Los Sultanes en La Rural, un gerente de Accenture asegura que se divirtió más el año pasado, cuando la empresa de consultoría decidió contratar para la fiesta de fin de año a Roberto Pettinato. Después de traer en años anteriores a Diego Torres o Soledad, en Ternium-Siderar optaron esta vez por un show de Fito Paez para agasajar a su personal.

eventos y capacitación

Cada vez más, las empresas deciden abrir sus puertas para realizar eventos dentro de sus plantas industriales

Una planta industrial puede ser el epicentro de una gran cantidad de eventos corporativos como el Family Day, "nuestros hijos nos visitan", la Fiesta de Fin de Año de la compañía y hasta visitas de la comunidad. En todos los casos, la realización del evento en la planta le otorgará un gran valor agregado, porque en definitiva "estamos invitando gente a casa".

recursos de sonido para no perder de vista los ruidos propios de las máquinas), definir qué sectores aportan realmente valor para visitar y cuales no, y muchos otros factores que se deben tener en cuenta, según el tipo de planta de que se trate.

La organización del evento debe tener

Programas especiales para reforzar competencias en ventas

Ante la crisis, se imponen fórmulas para fortalecer a los equipos de venta: coaching, teatro y actividades vivenciales.

Christian Watson
ESPECIAL PARA CLARIN

En momentos difíciles los esfuerzos de las compañías se centran en mantener sus niveles de ventas. Es así que proliferan distintas opciones de capacitación orientadas a fortalecer al personal de las áreas comerciales desde técnicas vivenciales.

CINE Y TEATRO

Dramatización

Uno de los ejes centrales del programa Ventagonistas es una representación teatral. Fernando Cánepa explica que la dramatización juega un papel fundamental: "Permite ver, de una manera metafórica, la actitud del vendedor ante determinadas dificultades que genera la crisis económica en las ventas. Y revela cómo un cambio de mirada puede aportar una solución posible".



Recursos Humanos

HERRAMIENTAS ANTI CRISIS

Cómo motivar para vender más

Cuáles son los mejores mecanismos que disponen las compañías para que sus vendedores optimicen sus recursos en un contexto turbulento. La importancia del trabajo en equipo frente al individualismo.

El último semestre de noticias y comportamientos en este globalizado "escenario país", da cuenta de la existencia de una crisis que aún no ha mostrado su real dimensión, pero sí puso en situación de alerta y de expectativa. Para el mundo empresario local esto implica una paradoja. Por un lado, en el área de compras se plantea: "esperar a ver qué pasa", y la consigna es "no gastar o invertir hasta conocer el verdadero alcance de la crisis". Pero las empresas deben seguir vendiendo y esperar que su fuerza de ventas pueda cumplir - y hasta incrementar - los objetivos, mientras ellas mismas frenan las decisiones de adquirir cualquier producto o servicio.

¿Se puede salir de esta encrucijada? ¿Hay herramientas nuevas para consolidar a los equipos de ventas, y capacitarlos para sortear este contexto de parálisis? ¿Se puede motivar y fortalecer al área comercial para que salga "a la cancha" y consiga resultados a pesar del contexto? Claro que sí. Pero

como decía Einstein: "No podemos resolver problemas pensando de la misma manera que cuando los creamos". O sea que hay que comenzar por cambiar la forma de pensar.

OPORTUNIDAD. Miedo, cambio y crisis son hoy conceptos omnipresentes, que "flotan en el ambiente" más allá de la situación real que tengan las compañías. Por ende, cualquier propuesta de capacitación o motivación debería considerar este contexto como una "verdad dada". Es decir, como una condición del escenario. Pero también -no por remanido menos cierto- como una oportunidad.

La realidad es que 2008 será un año incómodo, en el que van apareciendo

una cantidad de situaciones que bien podrían tomarse como obstáculos externos, determinismos inmanejables e inamovibles: la crisis financiera internacional, la recesión global, las cotizaciones, las retenciones y tantas otras, que podrían servir para entrar en "el tranquilizador estado" de saber que la responsabilidad no "es nuestra". Finalmente, las empresas deberán



TEAM. Las compañías realizan actividades orientadas a trabajar cambios de actitud





Como se puede observar en los artículos anteriores se le da mucha importancia, y cada vez más, a los eventos corporativos así como a las actividades destinadas a motivar al personal, fomentar el trabajo en equipo, la comunicación, el liderazgo, etc. En la ciudad de Córdoba, la oferta de servicios de organización, animación de eventos y recreación empresarial es bastante acotada:

- ERA eventos, organización y animación de fiestas.
- Asterisco producciones, organización de eventos corporativos.
- MDB Grupo Creativo, diseño, organización, gestión y ejecución de todo tipo de eventos.
- Del sur entretenimientos, entretenimiento para empresas y PYMES.
- RYE, animación de eventos y recreación empresarial.

La mayoría de las empresas ofrecen organización y animación de eventos, mientras que el servicio de recreación empresarial (basado en actividades lúdicas que contribuyen al desarrollo integral de las personas, fomentan la integración, el trabajo en equipo, la comunicación, ayudan a generar sentido de pertenencia y motivación), es ofrecido sólo por RYE.

“Las diferentes disciplinas que abordan el tema del hombre en las organizaciones han arrojado luces sobre el qué y el cómo hacer para propiciar las condiciones que fomenten la

capacidad productiva de las empresas, considerando como factor esencial en los procesos de mejoramiento global, el del individuo y el colectivo que las componen.” (Rico A. 1998:1).

Las empresas necesitan gestionar adecuadamente su capital humano tanto para beneficio propio como para fomentar el desarrollo de sus miembros, y en este sentido la recreación empresarial se constituye en una excelente estrategia que sólo RYE ofrece en el mercado de Córdoba.

1.3 TEMA

Posicionamiento institucional de RYE, Recreación y Eventos, en grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

1.4 JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

Considerando el objetivo de RYE: convertirse en un referente en animación de eventos y recreación empresarial en la ciudad de Córdoba, el propósito de este trabajo final de graduación es desarrollar un plan estratégico de comunicación para posicionar a la misma en un público determinado.

Para lograr el objetivo planteado es necesario, en primera instancia, definir cuál es el concepto que la empresa desea proyectar y hacia qué público; luego, identificar cuáles son las características de aquel, los atributos que valora así como las expectativas e intereses de contratar un servicio como tal; posteriormente, es preciso conocer cuál es la propuesta de la competencia y en última instancia, desarrollar un plan de comunicación.

El objetivo de posicionarse institucionalmente implica que el público al cual apunta, frente a la necesidad de contratar un servicio de animación de eventos o recreación empresarial, le dé prioridad a RYE y no a otra empresa con una oferta similar. En otras palabras, posicionarse implica ocupar un lugar concreto y definitivo en la mente del público al cual se dirige determinada oferta u opción. Para esto, es necesario identificar los criterios adecuados para comunicarse con ese público así como la forma en que la mente absorbe, procesa y almacena la información que recibe (Ries y Trout, 1989).

Es el profesional de Relaciones Públicas quien se especializa en ello, identificando las características, los intereses, las expectativas y los atributos que el mismo valora, para luego comunicar un mensaje apropiado, en el momento adecuado y en las circunstancias precisas.

Las Relaciones Públicas se han convertido en un “arte imprescindible” (Barquero Cabrero, 1996:185) para cualquier organización que persiga una buena relación con sus públicos, ya que amplían el conocimiento que se tiene de la empresa, permiten que se crea en ella y que se la aprecie y distinga de otras.

Creando y gestionando correctamente estrategias y tácticas comunicacionales es posible que un producto, servicio o marca ocupe una posición privilegiada en un público específico, es

por ello que esta disciplina, en su función de dirigir y gestionar la comunicación entre la organización y sus públicos (Gruning y Hunt,2000), tienen un rol fundamental en el proceso de posicionamiento.

1.5 OBJETIVOS DE INDAGACIÓN

1.5.1 Objetivo General:

Evaluar el posicionamiento institucional de RYE en grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

1.5.2 Objetivos específicos

1. Conocer la notoriedad de RYE y de su competencia en el público de interés.
2. Identificar los atributos que el público valora y/o valoraría de empresas proveedoras de estos servicios.
3. Detectar el interés y las expectativas que el público objetivo tiene respecto de contratar estos servicios.
4. Reconocer los hábitos de información del público objetivo de RYE.
5. Identificar los atributos que las empresas competidoras proyectan y los servicios que ofrecen.
6. Determinar los atributos con los que RYE desea ser identificada.
7. Analizar y evaluar las acciones de comunicación externa implementadas por RYE para comunicarse con su público de interés.

1.6 MARCO TEÓRICO

1.6.1 Organización y Comunicación

Una organización puede definirse como un sistema social, con formas, normas y pautas de relación que le dan continuidad a sus procesos y le permiten mantenerse y crecer en su contexto (Etkin, 2000). A su vez, es un sistema abierto en constante transformación ya que está inserto en un sistema más amplio compuesto por otros sistemas con los que interactúa permanentemente generando influencia mutua.

En esa interacción se dan procesos comunicativos voluntaria o involuntariamente, ya que, como decía Paul Watzlawick, uno de los teóricos de la Escuela de Palo Alto, “no se puede no comunicar”, siempre estamos comunicando por más que no queramos. La comunicación, entendida como un proceso de transferencia de información de un emisor a un receptor, va a estar presente existan o no estructuras diseñadas dentro de la organización para gestionarla (Avilia Lammertyn, 1997), y el hecho de que no existan podría derivar en situaciones críticas para la misma.

De acuerdo con lo expuesto por Capriotti, las organizaciones son seres vivos que evolucionan, cambian y viven en un entorno determinado con el cual se relacionan, siendo influidas por él e influyendo en él simultáneamente. Como tales, necesitan comunicarse por sí mismas, buscando su integración tanto económica como social con ese entorno por los siguientes motivos: (1992)

- Toma de conciencia social: la organización es un ser social que interactúa con el entorno, con lo cual necesita expresarse como tal.
- Aceleración y masificación del consumo: se vuelve más difícil para el público registrar las diferencias entre la gran cantidad de ofertas que se le presentan.
- Saturación del ecosistema comunicativo: el público recibe una gran cantidad de información sobre productos y servicios, y al ser ésta tan abundante, debe seleccionar solo alguna de ella ya que no es capaz de asimilarla en su totalidad.

En una publicación posterior, el autor vuelve a tratar el tema actualizando los motivos anteriores y agregando los nuevos rasgos del mercado actual que obligan a que las organizaciones se readapten al entorno (1999):

- Saturación de la oferta de productos y servicios: existe una oferta amplísima de productos y servicios que no tienen mucha diferencia entre unos y otros. Tanta oferta no permite recordar o identificar todas las opciones que hay en el mercado.
- Cambios cualitativos en los públicos: aumento en el nivel de formación y mayor acceso a la información hacen que el público sea más exigente y esté más capacitado para analizar los mensajes y los argumentos, así como para evaluar las alternativas que se les presentan. A su vez tienen diferentes expectativas a cerca de lo que debe hacer o cómo debe actuar una organización.

Estos aspectos de la realidad actual, hacen que las organizaciones deban asumir nuevas responsabilidades sociales y preocuparse más por formar actitudes favorables de los públicos hacia la organización.

1.6.2 Las Relaciones Públicas y el Posicionamiento

Las Relaciones Públicas, según Grunig, tienen un papel fronterizo dentro de las organizaciones ya que funcionan en el límite exterior de las mismas, ayudándoles a comunicarse con sus públicos externos así como con sus públicos internos (2000).

Entendemos a las Relaciones Públicas como la “dirección y gestión de la comunicación entre la organización y sus públicos” (Gruning y Hunt, 2000:52) con el objetivo de informar a estos últimos sobre sí misma y al mismo tiempo buscando que “se adquiera confianza en ella, familiarizándose con sus características y consecuentemente prestigiándola” (Mercado, 2001:54).

De acuerdo con Billorou, las Relaciones Públicas tienen determinadas características que la convierten en la disciplina más adecuada para cumplir con el objetivo planteado de posicionar a RYE en su público de interés. Además, como indica Trout y Rivkin, si bien una estrategia de posicionamiento requiere de la tarea conjunta de varias disciplinas que se fortalezcan entre sí, es fundamental que se comience por un plan de Relaciones Públicas. (1996)

En primer lugar, esta disciplina trabaja con audiencias individualizadas, estableciendo un trato personalizado con cada uno de los individuos que forman parte de ellas, buscando siempre lograr actitudes favorables hacia la empresa.

Por otra parte, las Relaciones Públicas tienen la capacidad para lograr una selectividad absoluta del público al que se desea llegar, y son las más efectivas cuando se busca actuar sobre núcleos muy pequeños o personas determinadas ya que el canal que utiliza es personal, de carácter frecuente y constante a través del tiempo. Al establecer relaciones personales se facilita la transmisión de información a partir de la cual el receptor puede extraer el concepto que se quiere posicionar (1992)

Otra característica a destacar de las Relaciones Públicas es su capacidad para fijar posicionamiento a partir de su actuación sobre la imagen corporativa (Capriotti, 1992).

“El principal desafío hoy es llamar la atención de la gente. Los consumidores están presionados por tiempo, y mucho trabajo duro para evitar los mensajes publicitarios”.... “El desafío es encontrar nuevas formas de captar la atención y posicionar una marca en la mente del consumidor. Las relaciones públicas y el marketing boca-oreja, están jugando un papel creciente dentro del marketing mix para construir y mantener las marcas.” (Kotler, 2008:117)

En este fragmento se evidencia cómo las Relaciones Públicas adquieren un rol cada vez más protagónico en las organizaciones, planificando y gestionando la comunicación con los públicos.

Cuando se habla de posicionamiento se hace referencia al conjunto de actividades que se instrumentan para lograr ocupar un lugar en la mente de potenciales clientes. Posicionamiento es “lo que se hace en la mente de los clientes” (Ries y Trout, 1989:14). Implica lograr, a través de acciones comunicacionales, que un determinado producto, servicio, marca, empresa o persona ocupe una posición valiosa y privilegiada en la mente de los destinatarios de los mensajes (Ries y Trout, 1989).

Para lograr este objetivo, primero, se debe conocer al cliente, sus intereses, sus expectativas, los atributos que valora y la posición que ocupa tanto la organización como la competencia en ellas (Ries y Trout, 1989); luego, desarrollar un plan de comunicación, basado en lo anterior, y finalmente dirigirse al destinatario con un mensaje que revista valor para éste, de manera propicia y en el momento correcto.

Ries y Trout afirman que en la “selva de la comunicación de hoy, el único medio para destacar es saber escoger, concentrándose en pocos objetivos, practicando la segmentación. En una palabra, conquistando posiciones” (1989:2). Es decir, al encontrarnos en una sociedad sobrecomunicada, los consumidores sólo aceptan aquello que encaja con sus conocimientos, expectativas, intereses y experiencias anteriores; por ello se insiste en la importancia de conocer al público para poder elaborar una estrategia de comunicación efectiva.

Siguiendo con estos autores, la mente del público no se puede cambiar, por lo cual hay que encontrar un modo de penetrar en ellas vinculando el concepto con el cual se pretende posicionar a la organización con aquello que ya existe (Ries y Trout, 1989) y con los atributos que éste espera de la organización y de la competencia, es decir, con el conjunto de expectativas concretas que emergen del sistema de intereses que movilizan a ese grupo de interés. (Scheinsohn, 1997)

Los atributos son aquellas características o rasgos que el público considera relevantes del servicio, que valora y espera, y que van a ser determinantes al momento de la elección de una u otra propuesta. Conociendo esos atributos se puede identificar cuál es la imagen que tienen los consumidores de la organización, de sus productos o servicios, y luego, en base a eso, diseñar acciones comunicacionales y mensajes de valor para el grupo de interés para ocupar así una posición privilegiada en la mente de éstos.

Con respecto a la competencia, es necesario identificarla y conocer la posición que ésta ocupa en la mente del público para así poder desarrollar una estrategia de diferenciación. “Hay que proporcionar una razón para que el público nos elija a nosotros en lugar de a nuestros competidores” (Trout y Rivkin, 1999:55). La mejor forma de que el público se entere y acepte como buena esa razón, según estos autores, es utilizando una palabra o un conjunto de palabras simples y sencillas que permitan ocupar un lugar diferencial y preferente en la mente de los clientes, “el campo de batalla de los negocios” (Trout y Rivkin, 1999:55). Esto demuestra la importancia de gestionar adecuadamente la comunicación en una organización, ya que como indica Rojas Orduña “una comunicación eficaz es un elemento diferenciador en un mundo cada vez más competitivo e hipercomunicado” (2005:59).

Según Scheinsohn (1997), para posicionar a una institución, primero debemos conocer y definir el Mindset Actual, el Mindset Ideal y el Mindset Meta. El autor denomina Mindset a la

posición mental que ocupa la compañía en cada uno de los públicos, la cual está determinada por los atributos que los mismos le asignan.

- Mindset Actual es la posición que ocupa la empresa y la competencia en un momento dado, a partir de los atributos que les son asignados.
- Mindset Ideal, es el máximo satisfactor representado por los atributos esperados por el público, es a lo cual estos aspiran.
- Mindset Meta, representa la intención, por parte de la empresa, de ubicarse en una posición determinada en la mente del público. Es el máximo grado de compatibilización posible entre el mindset actual y el mindset ideal, “sobre la base de las limitaciones y potencialidades existentes” (1997:137).

Una vez identificadas las posiciones, se deben realizar acciones de comunicación corporativa que logren instaurar el Mindset Meta en la mente de los públicos.

1.6.3 Comunicación Corporativa

Se entiende por Comunicación Corporativa a todo lo que la organización “dice” (Capriotti, 1999:29) a sus públicos, ya sea enviando mensajes por medio de algún canal de comunicación como por medio de su conducta misma. Según Capriotti, ésta se sustenta en base a las siguientes premisas:

- Todo comunica: toda manifestación de la organización, tanto conductual como comunicacional, comunica e influye en la imagen que el público se forma de la misma, lo que implica que ningún aspecto puede quedar librado al azar.
- La comunicación corporativa es generadora de expectativas: todo lo que comunique una organización transmite aquello que se puede esperar de los productos y servicios pero también lo que se puede esperar de la organización en sí. Estas expectativas generadas en el público influirán en el grado de satisfacción con respecto a la organización, por lo que es importante tenerlo en cuenta al momento de diseñar acciones comunicativas.

- La comunicación corporativa debe estar integrada: las acciones comunicacionales deben estar orientadas hacia un mismo objetivo para que exista una coherencia y para lograr una reafirmación mutua entre todas ellas.

La Comunicación Corporativa se divide en interna y externa. La primera representa a la comunicación puertas adentro, es decir, a los procesos comunicacionales que involucran al grupo de personas que conforman una institución y que están directamente vinculados a ella. La segunda, en la cual se focaliza el presente trabajo, es “aquella que se realiza para conectar a la institución con aquellos grupos de personas que, si bien no pertenecen a la organización, se vinculan a ellas por algún interés común” (Avilia Lammertyn, 1997:190), y tiene como objetivo que éstos últimos se formen una opinión y una imagen favorable de la misma.

La comunicación externa puede llevarse a cabo a través de diversas “acciones outdoor” (Avilia Lammertyn, 1997:191), es decir, tácticas de comunicación dirigidas a los grupos de interés externos que a continuación se presentan: (Avilia Lammertyn, 1997)

- Publicidad institucional: implica el envío de contenidos sobre la organización, su actividad, su personal, sus valores, la diferencia en relación a otras empresas, entre otros. Abarca avisos en TV, gráfica, radio, vía pública, inserts e Internet, y algunos de los beneficios que se obtienen con su eficiente aplicación son: ayudar en la penetración de nuevos conceptos, ideas o productos en la mente de las personas, aumentar la comprensión que tiene el público de la organización, generar una opinión favorable en los públicos de interés, etc.
- Presentaciones institucionales: es la presentación de la institución ante públicos especiales y puede ser a través de videos, folletos institucionales, stands y exhibidores, audiovisuales o infomerciales.
- Papelería y diseño institucional: esta acción incluye publicaciones, tarjetas, formularios y todos aquellos sitios en donde se aplica el isologotipo de la organización.
- Prensa: esta acción implica brindar información valiosa a la prensa a través de herramientas como la gacetilla, el video gacetilla, los advertorials, los artículos periodísticos, las carpetas de prensa, las solicitadas y los avisos editoriales.

- Imagen asociada: hace referencia a la implementación de acciones en busca de que determinados grupos de interés asocien determinados temas o eventos a la organización. Incluye la publicidad de causa, las donaciones, los patrocinios y las acciones de bien público.
- Publicaciones segmentadas: son publicaciones cuyo contenido y distribución se orienta sólo a un segmento particular del público de la empresa. El boletín informativo o “Newsletter” (Avilia Lammertyn, 1997:202), la memoria y el balance son ejemplos de publicaciones segmentadas.
- Organización de eventos: incluye congresos, exposiciones, aniversarios, inauguraciones, visitas guiadas por la institución entre otros.
- Acciones directas: éstas abarcan desde los correos electrónicos dirigidos a los grupos de interés de la organización, hasta el “Lobbying” (Avilia Lammertyn, 1997:204), los regalos empresariales y “Outplacement” (Avilia Lammertyn, 1997:205).

1.6.4 Imagen Corporativa

Como se mencionó anteriormente, las organizaciones comunican voluntaria o involuntariamente, e inevitablemente se va formando una imagen de éstas en los públicos, influenciada además por información proveniente del entorno y de la competencia.

La imagen corporativa es la representación visual que el público tiene de la organización como resultado de la suma de comportamientos de la misma, y es un elemento clave en el proceso de posicionamiento ya que sobre ella se deberá actuar para lograr ocupar un lugar distintivo en la mente.

Capriotti la define como “la estructura mental de la organización que se forman los públicos, como resultado del procesamiento de toda la información relativa a la organización” (1999:29).

El autor desglosa el concepto para su análisis, entendiendo por “estructura mental de la organización” (1999:29), al conjunto de atributos y rasgos que se le otorgan a la misma. Por otro lado, entiende por “resultado del procesamiento de información” (1999:30), al proceso de elaboración de toda la información que recibe el receptor, en función de sus conocimientos

previos, que dará como resultado la estructura mental de la empresa, es decir, la imagen corporativa.

Siguiendo con este autor, la imagen corporativa está integrada por los atributos, rasgos o características con las que las personas identifican a la organización. A su vez, esos atributos, también definidos por el autor como creencias sobre la compañía, van a ser determinantes al momento de evaluarla y de relacionarse con ella. (Capriotti, 1999) Se puede considerar que la Imagen corporativa representa en gran medida el Mindset Actual del que habla Scheinsohn, el que debe tener el mayor grado de compatibilización posible con el Mindset Ideal, y para lograrlo es necesario trabajar sobre la imagen.

No es posible actuar directamente sobre la imagen corporativa, pero sí indirectamente, sobre los recursos de comunicación de la organización a través de los cuales ésta se expresa y que van a permitir transmitir el Mindset Meta. Para ello Capriotti propone un modelo de actuación sobre la Imagen corporativa que resulta de gran utilidad para la consecución del objetivo del presente trabajo (1992):

1- En primer lugar es necesario investigar la imagen actual de la organización en función del índice de notoriedad, de contenido y de motivación.

El **índice de notoriedad** es el conocimiento que el público tiene de la existencia de la organización, y una de las formas de averiguarlo es solicitando al público que nombre las organizaciones que conoce de determinado sector (método de notoriedad espontánea).

Por su parte, el índice de contenido es la dirección e intensidad de la imagen, determinada por las actitudes de los públicos con respecto a una organización. En cuanto al índice de motivación, es el que marca aquellos aspectos o atributos que el público considera prioritarios, correspondiente a lo que Scheinsohn denomina Mindset Ideal (1997). Para conocerlo se debe indagar sobre los aspectos que se consideran más relevantes al momento de valorar una empresa. (1992)

Conociendo estos tres índices se podrá conocer la Imagen actual de la organización.

2- En segundo lugar, se debe definir la **Identidad Corporativa** si es que aún no lo está. La misma es considerada como el conjunto de rasgos y atributos que definen la esencia de la

organización (Villafañe, 1998). Es cómo ésta desea ser identificada por el público, por lo tanto, la actuación sobre la imagen se debe basar en su identidad.

3- En tercer lugar se debe actuar directamente sobre la Imagen, planificando los recursos de comunicación con los que cuenta la organización para proyectar su identidad, en base a tres sistemas de actuación: (Capriotti, 1992)

- **Sistema de Identidad visual:** conformado por los elementos visuales identificatorios que expresan la identidad de la organización y buscan el reconocimiento por parte del público y la diferenciación.

Los elementos fundamentales de este sistema son:

- *Símbolo:* figura icónica que representa a la organización y la diferencia de las demás. A través de éste se transmiten los atributos de la organización, por consiguiente, al momento de diseñarlo, se deben considerar aspectos como el grado de abstracción, su relación con la organización y el estilo del diseño.
- *Logotipo:* nombre de la empresa escrito de con una tipografía particular. Éste junto con el símbolo son los elementos identificatorios de la organización por excelencia, aunque el primero tiene la ventaja de ser vocalizable.
- *Colores identificatorios:* son el conjunto de colores que identifican la organización
- *Tipografía:* es e modelo de grafía elegido por la organización para ser identificada

Estos elementos gráficos deben ser respetados y cuidados en todas las comunicaciones de la organización ya que es lo que los receptores perciben de ella para luego formar una imagen en sus mentes. (Capriotti, 1992) Para ello, es necesario contar con un Manual de Identidad Visual en donde se plasmen estos elementos y se instruya sobre su uso.

El Manual de Identidad visual es una herramienta que permite garantizar el respeto de la identidad de una organización en cada una de sus comunicaciones.

- **Sistema de acciones Institucionales:** incluye todas las acciones que la organización desarrolla para comunicar su identidad, “buscando actuar sobre los rasgos organizadores centrales de los públicos, que permitan la formación de la

imagen deseada”. (Capriotti: 1992:129) Son las acciones comunicacionales necesarias para llegar al mindset meta que Scheinsohn menciona, buscando compatibilizar el mindset actual y el mindset ideal.

- **Sistema de comunicación de marca y/o producto:** implica la existencia de una coherencia en la política comunicativa de la organización de manera tal de “lograr un efecto acumulativo positivo en la formación de la imagen” (Capriotti: 1992:133). Tanto la comunicación de marca como la de los productos y servicios deben seguir la misma dirección para que los mensajes que los receptores reciban sean coherentes entre sí.

De acuerdo con Villafañe, es necesario actuar de forma sinérgica de manera tal de optimizar los resultados globales de todas las acciones comunicativas, logrando una armonía en la imagen que los públicos se forman de la organización. (1998)

Siguiendo con este autor, la función principal de la imagen corporativa es la de expresar visualmente la identidad de la misma, y de ésta se desprenden cuatro funciones más:

- De identificación: es decir, permite que a partir de ésta el público la reconozca, sepa quién es, qué hace y cómo.
- De diferenciación: logra que sea percibida diferente a la competencia.
- De memoria: permite el recuerdo en la mente del público, siempre y cuando sea armónica, simple, original y redundante.
- Asociativa: vincula los elementos visuales con la identidad de la organización.

Previamente se mencionó, que una característica de la realidad actual es la saturación del ecosistema comunicativo, lo cual afecta en la capacidad de los individuos de retener la información que recibe, dificultando la posibilidad de diferenciar los distintos productos y servicios que se le ofrecen. En este sentido, la actuación sobre la imagen corporativa es la base para lograr una posición privilegiada en la mente del público, y las Relaciones Públicas, el medio.

1.6.5 Públicos de las organizaciones

De acuerdo con Josep Chias, el mercado no es un todo homogéneo, sino que está formado por muchos individuos con gustos, costumbres y exigencias diversas, y de ese conjunto de individuos, las empresas deben seleccionar su público objetivo al cual se orientarán todas sus acciones. (2008)

“Un público es un colectivo de consumidores, definido y seleccionado entre muchos otros, en el que se produce un alto nivel de homogeneidad en lo relativo a su comportamiento.” (Chias, 2008:21)

Cuando hablamos de públicos de la organización nos referimos a grupos de individuos unidos por un interés común en relación con la organización. (Capriotti, 1992)

El hecho de pertenecer a un público, implica que los miembros de éste reaccionarán de una manera similar ante un mismo estímulo, por el hecho de poseer intereses en común.

Como indica Capriotti (1992), tanto el interés común como la reacción común vienen determinados por vínculos mentales que se originan por compartir un mismo “status” y desempeñar un mismo “rol” en relación con la organización.

Avilia Lammertyn clasifica los públicos en internos, mixtos y externos según su proximidad, pertenencia o intereses para con el objetivo final de la organización: (1999)

Internos: están estrechamente vinculados y compenetrados con los propósitos de la organización e integran su plantilla de colaboradores permanentes. Se subdividen en gerencia, mandos medios, operación.

Mixtos: si bien no están estrechamente vinculados a los designios de la organización, tienen cercana relación con su misión específica, aunque no integran su plantilla de colaboradores permanentes.

Externos: son aquellos que influyen en la vida organizacional desde una posición de interés relativo: consumidores, instituciones intermedias sin estrecha relación, periodismo especializado y periodismo general, otros líderes de opinión, etc.

Para analizar los públicos de una organización se debe estudiar la estructura, la infraestructura y las características de cada uno de ellos. (Capriotti, 1999:170)

La estructura está conformada por el conjunto de públicos con los que una organización se relaciona o puede potencialmente hacerlo, por lo tanto es necesario identificarlos para luego establecer cuáles son aquellos claves para la misma, es decir, aquellos que con su actuación pueden afectar el funcionamiento de la organización.

Otro de los aspectos a analizar es la infraestructura de los públicos, lo que implica conocer cómo se informa cada uno sobre la empresa, sobre sus productos o servicios o sobre el sector en general.

En cuanto a las características, se deben analizar datos sociodemográficos (edad, sexo, formación, ocupación), estilo de vida (características de la forma o estilo de vida que lo caracteriza), creencias y actitudes, intereses buscados (intereses que tiene el público en relación con la organización y con sus productos o servicios) y nivel de implicación (en qué medida es importante para el público la relación con la organización o sus productos o servicios.)

También es importante conocer los hábitos de información del público, es decir, a qué medios de comunicación tiene mayor acceso, cuáles usa con mayor frecuencia, qué actitud tiene hacia los medios o soportes de información y qué estrategia de obtención de información tienen (buscadores activos o pasivos de información). (Capriotti, 1999:170)

1.6.6 Recreación empresarial

Se considera adecuado definir el concepto de Recreación Empresarial por su relevancia en el desarrollo del presente trabajo.

No existe una definición terminada del concepto, sin embargo, luego de indagar diversas fuentes, se puede decir que se trata de dinámicas y juegos en grupo, orientados a fomentar la integración, la cooperación, la creatividad, el liderazgo, a potenciar el trabajo en equipo y la confianza, a motivar, a reforzar valores, asumir diferentes roles y a divertir.

En un artículo publicado por la Fundación Colombiana de Tiempo Libre y Recreación, se habla del aporte de la recreación en el bienestar social empresarial a través de la generación de escenarios y condiciones en el ambiente laboral, que favorecen tanto el desarrollo de la creatividad, la identidad y la participación de los empleados, como el nivel de eficiencia, eficacia y efectividad en el desempeño laboral de los mismos, y al desarrollo y fortalecimiento de valores organizacionales, compromiso organizacional y sentido de pertenencia e identidad frente a la empresa.

Las organizaciones no pueden abstraerse de la responsabilidad social que tienen sobre el desarrollo integral de las personas que las componen y hacen posibles (Rico A. 1998), y en este sentido, la recreación empresarial, contribuye a ello, al mismo tiempo que repercute positivamente en las organizaciones.

1.7 DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño metodológico en la presente investigación es de campo, pues la información es recolectada directamente de las fuentes por medio del trabajo del investigador quien produce sus propios datos en su encuentro con la realidad. Estos últimos, al ser obtenidos directamente de la experiencia, se denominan datos primarios.

La investigación es de carácter exploratorio ya que no se cuenta con material o documentación previa del tema.

Se utilizan métodos y técnicas cualitativas de manera tal de hacer un análisis exhaustivo y profundo de la realidad estudiada. Estas técnicas son: entrevistas en profundidad y análisis de contenido. A continuación se presenta una ficha para cada técnica, detallando las especificaciones de cada una.

Ficha técnica 1

Diseño	Campo
Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica	Entrevista en profundidad
Instrumento	Guía de pautas
Población	-100 Grandes empresas de Cba. -RYE
Criterio Muestral	No probabilístico - Intencional
Muestra	-10 Encargados de RRHH de grandes empresas -Directora general de RYE

Para obtener información tanto del público de interés como de la empresa en cuestión, la técnica utilizada es la entrevista en profundidad. La misma consiste en una conversación flexible y dinámica entre el entrevistador y el entrevistado, que busca captar y comprender el modo en que los informantes piensan y actúan. Las personas entrevistadas son los gerentes o encargados de recursos humanos de las empresas que conforman la muestra, y la directora general de RYE.

Para la ejecución de las entrevistas se utiliza una guía de pautas que consiste en un listado de temas a tratar durante la misma que sirven para orientar al entrevistador.

La población está conformada por RYE y por las grandes empresas de la ciudad de Córdoba (aquellas que poseen más de 100 empleados) que, según el registro brindado por el Ministerio de Industria, Comercio y Trabajo de la provincia, suman un total de cien industrias.

De las 100 empresas que conforman la población del público objetivo se toma una muestra, es decir un subgrupo de la misma, de 10 de ellas a través de un criterio muestral opinático o intencional (Vieytes, 2004), que consiste en seleccionar intencionalmente las unidades supuestamente más típicas o características para lograr el mayor grado de representatividad posible.

Este tipo de muestreo es no probabilístico ya que no todas las unidades de análisis que conforman la población tienen la misma probabilidad de formar parte de la muestra y por consiguiente, los resultados no son generalizables.

Ficha técnica 2

Diseño	Campo
Tipo de investigación	Exploratoria
Metodología	Cualitativa
Técnica	Análisis de contenido
Instrumento	Grilla de observación
Corpus de análisis	-Sitio Web y carpeta Institucional de RYE -Sitios Web de las 5 empresas competidoras

Para analizar las estrategias de comunicación externa que posee RYE y para conocer los atributos que proyecta la competencia y los servicios que ofrece, se utiliza la técnica de análisis de contenido.

En el primer caso, se hace un análisis de los soportes de comunicación de RYE (sitio Web y carpeta institucional), utilizando una grilla de observación como instrumento para

recolectar la información. La misma indica cuáles son los elementos a observar en cada uno de los soportes: elementos de identidad visual presentes, contenido, canales de difusión, información de contacto y atributos proyectados. Se entiende por canales de difusión la distribución (en el caso de las carpetas) y la difusión (en el caso del sitio Web) de los mismos.

En el segundo caso se analizan los sitios Web de la competencia para lo cual también se hace uso de una grilla que indica los elementos a observar, en este caso: atributos y valores proyectados, y servicios ofrecidos.

1.7.1 Instrumentos de recolección de datos

1.7.1.1 Entrevista en profundidad a gerentes/ encargados de RRHH de grandes empresas.

A través de esta entrevista se pretende conocer el grado de conocimiento que el público de interés tiene de RYE y de su competencia, identificar los atributos que valoran y su interés por los servicios de animación y recreación, como también conocer cuáles son sus hábitos de información.

Guía de pautas

1. Descripción de su trabajo

- 1.1 Día habitual de trabajo
- 1.2 Funciones y responsabilidades

2. Aspectos sobre la empresa

- 2.1 Actividad de la empresa
- 2.2 Áreas/Departamentos
- 2.3 Cantidad de empleados

3. Eventos

- 3.1 Eventos que realiza la empresa durante el año
- 3.2 Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)

4. Recreación empresarial

- 4.1 Conocimiento de recreación empresarial.
- 4.2 Lugar / importancia que le otorgan a la integración, cooperación, confianza, trabajo en equipo y liderazgo
- 4.3 Actividades que realizan para fomentar lo anterior

5. Interés del servicio

- 5.1 Conocimiento de empresas que ofrezcan servicios de animación de eventos y recreación empresarial
- 5.2 Atributos que se valoran o valorarían de una empresa proveedora de tales servicios
- 5.3 Intereses y expectativas de contratar estos servicios

6. Hábitos de información

- 6.1 Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia
- 6.2 Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)

1.7.1.2 Entrevista a la directora general de RYE.

Por medio de esta entrevista se pretende identificar las estrategias de comunicación implementadas por RYE y conocer los atributos y características que conforman su identidad corporativa.

Guía de pautas

Aspectos de la empresa

1. Actividad de la empresa
2. Inicios de su actividad
3. Estructura de la empresa
4. Visión y misión
5. Servicios que ofrece

Públicos

6. Clientes actuales
7. Públicos de interés

Aspectos comunicacionales

8. Publicidad – medios utilizados / estrategias de comunicación externa

Atributos

9. Atributos que caracterizan e identifican a RYE

1.7.1.3 Análisis de contenido

Grilla de observación del sitio Web de RYE

	Isologotipo	Tipografía	Gama cromática	Atributos proyectados	Contenido	Información de contacto	Canales de difusión
Sitio Web							

Grilla de observación de la Carpeta Institucional de RYE

	Isologotipo	Tipografía	Gama cromática	Atributos proyectados	Contenido	Información de contacto	Canales de difusión
Carpeta							

Grilla de observación para el análisis de sitios Web de la competencia

EMPRESA	Actividad de la empresa	Atributos proyectados	Servicios ofrecidos

1.8 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

A continuación se presenta el análisis de los datos recolectados en base a los objetivos de indagación planteados al comienzo de esta investigación.

1. *Notoriedad de RYE y de su competencia en el público de interés.*

Para conocer la notoriedad tanto de RYE como de su competencia en el público objetivo, se indagó sobre el conocimiento de proveedores de servicios de animación de eventos y recreación empresarial a una muestra de 10 empresas de las 100 que forman parte de aquel.

Menos de la mitad de los entrevistados dicen conocer a empresas proveedoras del servicio de animación de eventos, y una mínima parte de ellos hizo mención de los nombres de esos proveedores, sin destacar atributo alguno de ellos: Era Eventos, Asterisco Producciones y MDB Grupo Creativo.

Por otro lado, los entrevistados no conocen ninguna empresa que ofrezca el servicio de recreación empresarial, sin embargo, algunos de ellos mencionaron consultoras de recursos humanos que dentro de su propuesta incluyen actividades recreativas... *“no conozco empresas que hagan recreación empresarial, pero sí conozco y tengo ofrecimiento de consultoras de Recursos Humanos que su actividad principal es la capacitación, y a partir de la capacitación surgen otras actividades, como anexas, que colaboran a lograr el éxito o la premisa final”*.

Se puede decir a partir de estos resultados, que la notoriedad de RYE en el público objetivo es nula ya que la misma no fue nombrada por ninguno de los entrevistados. En cuanto a la competencia, es baja, ya que sólo una pequeña porción de éstos afirmó conocer proveedores de animación de eventos, mientras que ninguno de recreación empresarial.

Esto habla de una escasa o ineficiente actuación sobre la imagen tanto de RYE como de su competencia, ya que ninguna ocupa una posición destacada en la mente del público, pero es sin duda, una ventaja para RYE en el proceso de posicionamiento.

2. Atributos que el público valora y/o valoraría de empresas proveedoras de servicios de estas características.

El segundo objetivo de indagación planteado, fue el de identificar los atributos que el público valora y/o valoraría de empresas proveedoras de los servicios de animación de eventos y recreación empresarial, esto sería en palabras de Scheinsohn, Mindset Ideal, y en palabras de Capriotti, índice de motivación. Para su consecución se indagó a los entrevistados, acerca de las características y atributos que consideran relevantes y/o valoran al momento de contratar un servicio de tales características.

	ARCOR	BAUEN EFACEC	METALURGICA ROMA	LA LACTEO	FIAT
Atributos valorados	Calidad, profesionalismo y experiencia.	Cumplimento, calidad en la prestación de los servicios e innovación.	Experiencia, responsabilidad y seriedad.	Seriedad, predisposición y cumplimiento.	Seriedad, confiabilidad, innovación.

	MATRICERIA AUSTRAL	BUSTOS Y BELTRAN	AGUAS CORDOBESAS	QUILMES	RENAULT
Atributos valorados	Experiencia y profesionalismo.	Confiabilidad y cumplimiento.	Experiencia resultados, responsabilidad, seriedad, calidad de la propuesta e innovación.	Confiabilidad, buena predisposición, calidad del servicio.	Experiencia, cumplimiento y profesionalismo.

Los atributos más mencionados fueron profesionalismo, seriedad, cumplimiento, experiencia, calidad e innovación. Se puede decir, que muchos de los atributos nombrados forman parte de uno, el profesionalismo. Un servicio profesional implica garantizar resultados con calidad, de manera seria y responsable.

Por lo tanto, los atributos valorados por el público de interés se pueden resumir en: -
Profesionalismo, experiencia e innovación.

Estos atributos son la base para el proceso de posicionamiento. En función a ellos se va a estructurar la comunicación dirigida hacia el público objetivo, de manera tal de transmitir mensajes que tengan valor para el mismo y que permitan posicionar a RYE en sus mentes.

3. Intereses y expectativas del público seleccionado al contratar un servicio de estas características.

Para la consecución de este objetivo se indagó al público en cuestión acerca de qué intereses y expectativas tienen al contratar un servicio de animación de eventos y recreación empresarial.

En relación a los intereses de contratar un servicio de tales características en general los entrevistados coincidieron en que sí están interesados en servicios de animación de eventos para determinadas ocasiones como el día del niño, el día del trabajador, el festejo de fin de año, el aniversario de la empresa, etc. Sin embargo no sucedió lo mismo con respecto al interés por el servicio de recreación empresarial y, profundizando un poco más en las entrevistas, se pudo detectar que el desinterés por el mismo pasa por el desconocimiento.

Al indagar sobre el concepto o conocimiento de recreación empresarial se pudo detectar que los entrevistados no tienen una clara noción del mismo, algunas de las respuestas fueron: “...fomentar espacios que tengan que ver con la recreación, con el ocio, con divertirse y pasarla bien”, “me suena a trabajos outdoor de la alta gerencia, pero no conozco mucho”, “actividades para conocernos entre todos”, “lo tengo categorizado como organización de eventos empresariales”, “Conozco poco, me parece interesante pero no he tenido experiencia”.

En otras de las preguntas realizadas a los entrevistados, se indagó sobre el lugar o la importancia que le otorgan al fomento de la integración, el trabajo en equipo, la cooperación, la comunicación entre las partes, el liderazgo y la motivación. La mayoría de los entrevistados coincidieron en que son cuestiones muy significativas... “es fundamental la cooperación, el trabajo en equipo y demás porque es algo indispensable para llegar a buen puerto. Desde la empresa se intenta velar por este tipo de cosas porque el trabajo en la planta implica un trabajo en equipo sí o sí”...

Evidentemente, la cuestión no pasa por el desinterés del servicio de recreación empresarial, sino por el desconocimiento del mismo y de su función en las organizaciones. Su implementación, precisamente, contribuye a fomentar la integración, el trabajo en equipo, la cooperación, la comunicación, el liderazgo y la motivación entre otras cosas.

En cuanto a las expectativas de contratar un servicio de tales características los entrevistados mencionaron que, en relación a la animación de eventos, esperan que la gente pase un buen momento y se divierta.

En el caso de la recreación empresarial, varios mencionaron que les interesaría conocer más al respecto ya que no tienen claro de qué se trata, pero en términos generales esperarían que la actividad “le sume”, que haya una demostración de los resultados obtenidos y que el objetivo que se quiere lograr con la actividad se logre.

Se puede decir, por un lado, que existe interés por los servicios que RYE ofrece, sin embargo, resulta sumamente necesario informar y capacitar sobre Recreación Empresarial.

Por otro lado, la diversión, como una de las expectativas expresadas por el público, forma parte del mindset ideal al igual que los atributos antes identificados, por lo que también deberá ser incluida en la comunicación hacia el público de interés, ya que para lograr una posición valiosa en la mente de éste, es necesario vincular aquello que se quiere posicionar con aquello que está en la mente.

4. Hábitos de información del público objetivo

Para cumplir con este objetivo de indagación, fue necesario preguntar a los entrevistados por los medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia. Además, se indagó sobre su estrategia de obtención de información, en el sentido de si son buscadores activos o pasivos al momento de buscar información sobre proveedores.

En cuanto a los medios de comunicación más utilizados, los entrevistados respondieron en su mayoría, que el correo electrónico y el teléfono son los medios de mayor uso. Algunos, también hicieron referencia al contacto personal.

En relación a las estrategias de obtención de información, se pudo detectar que, en su mayoría, los entrevistados tienen una actitud pasiva al momento de buscar información sobre algún proveedor ya que acostumbran a evaluar las propuestas que les presentan:

- *"Para elegir un proveedor lo primero que hacemos es fijarnos en las propuestas que nos traen, pero no salimos generalmente a buscar".*

- *"En general y por suerte recibo muchísimas ofertas y siempre me baso en eso, cuando tengo que elegir siempre tengo dos o tres opciones y las voy conociendo, veo. Y si no, busco en Internet".*

- *"Cuando tenemos que buscar un proveedor para un evento generalmente recurrimos a las propuestas que nos traen, es usual que nos traigan carpetas institucionales con diversas propuestas, o nos llaman por teléfono...no solemos salir a buscar nosotros".*

- *"Cando comienza el año nos mandan un mail con las actividades que realizan, y nosotros cuando tenemos la necesidad de hacer un evento las convocamos. "*

Se puede comprobar a partir de estas afirmaciones, que el público no tiene mucha necesidad de salir a buscar información sobre proveedores ya que los mismos les acercan propuestas. En los casos en que las mismas no sean de su interés, sí acuden a Internet como medio para obtener información y referencias.

Esta información es fundamental para la consecución del objetivo general del presente trabajo, ya que es necesario conocer cuáles son los medios más adecuados para comunicarse con el público objetivo y las costumbres de éstos al momento de buscar información, para lograr una posición en la mente de éstos.

5. Atributos que las empresas competidoras proyectan y servicios que ofrecen.

Como fue mencionado en el marco teórico, se debe proporcionar una razón para que el público elija a RYE en lugar de a sus competidores, por ello es necesario conocer los servicios que estos últimos ofrecen y los atributos que proyectan para diferenciarse de ellos y lograr una posición valiosa en la mente de los públicos.

Por medio de la técnica de análisis de contenido, y utilizando una grilla de observación, se analizaron los sitios Web de la competencia para identificar los atributos y valores que proyectan y los servicios que ofrecen.

Se pudo identificar que en general, la competencia ofrece organización, animación y entretenimiento de eventos de diversa índole, como aniversarios, día de la familia, día del niño, fiestas de fin de año, encuentros deportivos o días de campo. Dichos servicios son comunes al de animación de eventos que presta RYE; sin embargo, el servicio de recreación empresarial es exclusivo de ésta última.

Este aspecto es muy valioso para posicionar a RYE en su público objetivo, ya que tiene la ventaja sobre la competencia, de ofrecer un servicio exclusivo.

Con respecto a los atributos y valores proyectados por la competencia, se pudo identificar que la responsabilidad, el respeto, el profesionalismo, la experiencia, la calidad y calidez, la personalización, el disfrute, la honestidad, la seriedad y la creatividad son los más reiterados; lo que demuestra una gran vinculación con aquello que el público valora.

En este sentido, para diferenciar a RYE de su competencia, es necesario enfocarse en estructurar la comunicación en base a los atributos más relevantes para el público, es decir, profesionalismo, experiencia, innovación y diversión, destacando además la ventaja competitiva en relación al servicio de recreación empresarial.

6. Análisis de las acciones de comunicación externa implementadas por RYE

Para la consecución de este objetivo, se utilizó una grilla de observación que permitió evaluar los soportes de comunicación de RYE en relación a los siguientes elementos: isologotipo, tipografía, gama cromática, atributos proyectados, contenido, información de contacto y canales de difusión.

RYE posee sólo dos soportes de comunicación institucional: sitio Web y carpeta institucional. Al analizar los mismos, se obtuvo un resultado que tiene relación directa con la notoriedad nula de RYE en el público de interés.

En cuanto a la carpeta institucional, se aprecia una armonía en cuanto a los elementos de identidad visual presentes, pero, como primera observación, no aparece reflejado claramente ningún atributo o valor que refleje la identidad de la organización; por otro lado, el contenido de la carpeta es muy precario ya que no se realiza una descripción de los servicios, sino que sólo se los nombra. Por último, no existe una política de distribución de las carpetas, se entregan sólo en ocasiones que se considera oportuno.

Con respecto al sitio Web, los elementos de identidad visual no están bien cuidados, ya que, por un lado, el isologotipo aparece en color blanco con un fondo verde, mientras que el logo original de RYE es verde con fondo blanco; por otro lado, hay variaciones en las tonalidades de los verdes que aparecen en la página de inicio, como también en la tonalidad de verde de la tipografía de los textos, títulos y fondos.

En cuanto a los atributos proyectados en el sitio Web, se puede detectar la experiencia (a través de la presencia de fotos de eventos realizados y de los clientes) y el profesionalismo (cuando se manifiesta que el equipo de RYE está formada por profesionales especializados).

Por otro lado, en relación al contenido, el mismo está desactualizado; en primer lugar, en la sección servicios, sigue vigente “recreación y animación en centros turísticos”, mientras que las propietarias han decidido no ofrecerlo más, y enfocarse exclusivamente en la animación de eventos y en la recreación empresarial. En segundo lugar, la página “fotos” y “nuestros clientes”, se actualizó por última vez en el año 2009, por lo que se considera necesaria una reactualización.

También se observa que la descripción que se expone de los servicios es muy acotada, principalmente la relativa al servicio de recreación empresarial. Se considera fundamental brindar información completa del mismo, ya que, como se detectó previamente, el público objetivo tiene poco conocimiento de su existencia y de su función, y también por que será el elemento principal para diferenciar a RYE de su competencia.

Finalmente, en relación a la difusión de este soporte, la dirección del sitio está presente únicamente en el dorso de la carpeta institucional, es decir, no existe otro medio por el cual se difunda el mismo; si además se tiene en cuenta que las carpetas institucionales se entregan muy ocasionalmente, es evidente que las estrategias comunicacionales implementadas por RYE, no hayan tenido efecto alguno en el público objetivo.

7. Conocer los atributos con los que RYE desea ser identificada.

Se realizó una entrevista a la directora de RYE para identificar aquellos rasgos y atributos que definen la esencia de la empresa, su identidad corporativa, y que en gran parte conforman el Mindset Meta.

Ella afirma que RYE brinda un servicio profesional basado en el cumplimiento de los trabajos, la calidad en la prestación del servicio y la demostración de resultados a través de informes que resumen las actividades realizadas y las respuestas de los participantes en relación a las mismas.

Por otro lado, expresa que RYE tiene vasta experiencia en el rubro, y que poseen material visual y audiovisual de los diversos trabajos realizados que testimonian su experiencia.

Finalmente, afirma que la principal herramienta de trabajo que utilizan es el juego, y que éste tiene como atributo inherente el de divertir, por tal motivo, considera que la diversión es otro de los aspectos que caracterizan a RYE.

Se puede inferir entonces que los atributos que identifican a RYE son profesionalismo, experiencia y diversión, los cuales se condicen con aquellos que el público objetivo valoraría de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial, es decir, con el Mindset Ideal.

Habiendo detectado todo lo anterior, se debe trabajar ahora sobre el Mindset Meta a través del diseño e implementación de acciones comunicacionales que logren posicionar a RYE en su público de interés.

1.9 CONSIDERACIONES DEL TRABAJO DE CAMPO

Llegada esta instancia, luego de haber analizado la información recolectada y cumplimentado los objetivos de indagación planteados, se está en condiciones de elaborar un plan de comunicación para posicionar a RYE como referente en la prestación de servicios de animación de eventos y recreación empresarial en grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

A continuación se destacan los aspectos más relevantes del diagnóstico anteriormente desarrollado.

En primer lugar, el hecho de que la notoriedad de RYE sea nula demuestra la real necesidad de llevar adelante un plan de comunicación para lograr ocupar un lugar en la mente del público. El plan se estructurará en base al Mindset ideal, compuesto por los atributos valorados, las expectativas e intereses de éste, de manera tal de que todo aquello que se comunique sea congruente con lo que está en sus mentes: profesionalismo, experiencia, innovación y diversión.

Para lograr una posición valiosa, es necesario diferenciarse de la competencia, y en este sentido, si bien la misma proyecta muchos valores y atributos que se condicen con aquello valorado por el público, RYE tiene un elemento diferenciador y exclusivo: el servicio de recreación empresarial.

Se pudo detectar, que el público en cuestión otorga un importante valor al fomento de la integración, la cooperación, el trabajo en equipo y el liderazgo en sus recursos humanos, sin embargo, desconocen que la recreación empresarial es una alternativa para lograrlo. Por tal motivo, si bien se puede considerar como una ventaja diferencial el hecho de que sólo RYE ofrezca este servicio, es esencial realizar una fuerte campaña informativa para lograr que el público de interés tenga una clara noción sobre recreación empresarial.

Cuando se indagó sobre el conocimiento de proveedores del servicio de recreación empresarial, los entrevistados nombraron algunas consultoras de Recursos Humanos ya que éstas incluyen, como complemento de las capacitaciones, actividades recreativas sin especializarse en ello. Sería conveniente ofrecer la propuesta de recreación empresarial a consultoras de Recursos Humanos para que las mismas tercericen este servicio, lo que al mismo tiempo colaboraría con el objetivo de posicionarse como referente en la prestación del mismo.

Por otro lado, los actuales soportes de comunicación con que cuenta RYE no fueron estratégicamente diseñados ni implementados. Se observan falencias en relación a los elementos de identidad visual, al contenido y a la difusión de los mismos, por lo que se considera necesario realizar una actuación sobre la imagen corporativa en base a los elementos con los que RYE desea ser asociada y diseñando acciones comunicacionales que transmitan adecuadamente su identidad, en consonancia con las expectativas, intereses y atributos relevantes para el público.

Estas acciones comunicacionales se diseñarán e implementarán además, en función de los hábitos de información del público objetivo, es decir, por un lado, teniendo en cuenta que la vía telefónica, virtual y personal son las más adecuadas para abordarlo; y en segundo lugar, considerando que tienen una actitud generalmente pasiva para buscar información, ya que acostumbran a recibir propuestas y contratar aquellas que más se adapten a sus necesidades e intereses.

Finalmente, se pudo detectar que los atributos y valores con los que RYE desea ser identificada son el profesionalismo, la experiencia y la diversión, lo que evidencia una concordancia casi total con aquello que el público valora; sin embargo, al analizar los soportes comunicacionales de RYE, se pudo ver que ninguno de ellos es proyectado, lo que delata una falencia en ese aspecto. Se considera necesario hacer cambios al respecto, destacando los atributos identificatorios de RYE en todas las acciones comunicacionales a realizar.

Se concluye esta etapa de investigación y diagnóstico reafirmando que las grandes empresas de la ciudad de Córdoba no conocen a RYE ya que evidentemente nunca realizó un trabajo de comunicación estratégico para lograrlo. A continuación, se presenta una propuesta desde las Relaciones Públicas e Institucionales con el objetivo de lograr posicionar a RYE en las grandes empresas de la ciudad de Córdoba a través de un plan de comunicación diseñado en base a la investigación realizada.

2. PLAN DE INTERVENCIÓN

2.1 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

Este análisis consiste en examinar los recursos disponibles de la organización para así poder desarrollar una propuesta coherente que apunte al cumplimiento del objetivo planteado considerando los recursos con que cuenta.

Factibilidad humana

Existe predisposición por parte de la empresa para colaborar en la realización y puesta en marcha de las acciones de comunicación.

La ejecución del plan estará a cargo de la persona que escribe el presente trabajo junto con la colaboración de los miembros de la empresa. Esto demuestra una alta factibilidad humana para llevar adelante el plan.

Factibilidad material y técnica

La empresa cuenta con todos los recursos técnicos y materiales necesarios como computadoras, Internet, teléfono, cámara de fotos, filmadora e impresora, los cuales serán útiles para la implementación del plan.

Factibilidad política

En cuanto a la dimensión política, la factibilidad también es alta. La directora expresó la necesidad de implementar estrategias comunicacionales en pos de lograr un reconocimiento por parte del público de interés, ya que lo realizado hasta el momento fueron acciones no planificadas y realizadas sobre la marcha. Están dispuestos a llevar adelante un plan de comunicación para lograr su objetivo de ser la empresa referente en Córdoba de animación de eventos y recreación empresarial.

Factibilidad económica

La directora de RYE expresó que están decididamente dispuestos a invertir lo necesario para llevar adelante el plan de comunicación ya que quieren lograr su sueño de ser referentes en su actividad. Afirma que los últimos años han ahorrado una suma importante de dinero para destinar a éste fin.

FACTIBILIDAD	ALTA	MEDIA	BAJA
Humana	X		
Material y Técnica	X		
Política	X		
Económica	X		

2. 2 OBJETIVOS DE INTERVENCIÓN

2.2.1 Objetivo General

Posicionar institucionalmente a RYE en grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

2.2.2 Objetivos Específicos

- Sistematizar la identidad visual de RYE.
- Generar conocimiento de RYE en su público objetivo.
- Lograr el reconocimiento de las consultoras de Recursos Humanos de la Ciudad de Córdoba en relación al servicio de recreación empresarial de RYE.
- Promover la recreación empresarial.

2.3 PROGRAMAS DE COMUNICACIÓN

Para cumplir con los objetivos antes mencionados se implementarán 3 programas de comunicación desarrollados en base a las conclusiones arribadas en la primera parte del presente trabajo. Éstos son:

- 1- Regular los elementos visuales de RYE.
- 2- Presentar y promocionar a RYE.
- 3- Fomentar la implementación de la recreación empresarial.

Cada uno de estos programas estará compuesto por diversas acciones de comunicación que en su conjunto apuntarán a lograr el objetivo final de posicionar a RYE en las grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

- **Regular los elementos visuales de RYE.**

Acciones:

1. Diseño del manual de identidad visual de RYE.

- **Presentar y promocionar a RYE**

Acciones:

1. Rediseño y actualización de los soportes de comunicación con que cuenta RYE.
2. Reuniones de presentación institucional
3. Newsletter digital
4. Regalos empresariales
5. Jornadas recreativas
6. Desayunos de negocios con consultoras de Recursos Humanos

- **Fomentar la implementación de la recreación empresarial**

Acciones:

1. Ciclo de desayunos empresariales

2.3.1 Regular los elementos visuales de RYE

Objetivo del programa: Sistematizar la identidad visual de RYE

Acción 1: Diseño del manual de Identidad visual

Justificación y Descripción:

La identidad visual está compuesta por el conjunto de elementos que configuran la identidad de la organización, que permiten identificarla, diferenciarla, recordarla y asociarla. Estos elementos deben estar estructurados y sistematizados para hacer un correcto uso de los mismos, y la herramienta para ello es el manual de identidad visual.

Debido a las alteraciones detectadas en los soportes de comunicación en relación a determinados elementos visuales, se considera necesaria la elaboración de dicha herramienta para completar y sistematizar la identidad visual de RYE. La misma servirá como guía para gestionar adecuadamente su imagen.

En el manual se presenta el isologotipo, las tipografías, los colores corporativos y se establecen las normas de aplicación y uso de los mismos en los diferentes soportes de comunicación. También se expone la papelería institucional, la cual incluye membretes, tarjetas personales y sobres, y las comunicaciones electrónicas.

Se configurará de la siguiente manera:

- Índice
- Isologotipo, dimensiones y su aplicación.
- Tipografías corporativas y su aplicación.
- Restricciones
- Papelería institucional
- Comunicaciones electrónicas



MANUAL DE USO Identidad Corporativa



ISOLOGOTIPO.....	Pág 2
DIMENSIONES.....	Pág 3
COLOR DE FONDO.....	Pág 4
DIMENSIONES.....	Pág 5
TIPOGRAFÍA.....	Pág 6
RESTRICCIONES.....	Pág 7
APLICACIONES.....	Pág 8
PAPELERIA.....	Pág 9 - 11
COMUNICACIONES.....	Pág 12

INDICE







Esta identidad esta formado por un isologotipo simbolico compuesto por dos líneas curvas emulando una sonrisa y sobre ellas el nombre de la empresa y el rubro al que se dedica.

ISOLOGOTIPO

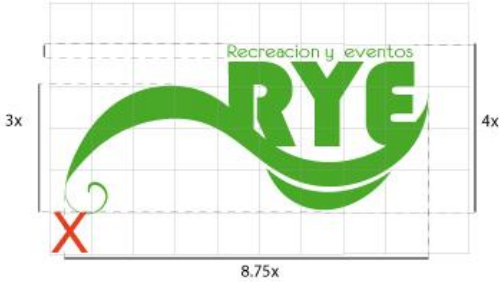
pág 2

Este isologotipo esta constituido sobre una reticula de 10 x 6 módulos uniformes representados por el espacio que ocupa la "X". Podemos observar las medidas del signo y las proporciones con respecto a los valores establecidos.

El logotipo ocupa 3 x 4 x

En total el isologotipo ocupa 8,75 x 4 x



DIMENSIONES

pág 3



El color con el cual se produce mayor contraste es con el blanco.

Nunca podrá utilizarse como color de fondo el verde y preferentemente tampoco el gris ya que reduciría en gran medida la legibilidad del signo.

El isologo puede cambiar su color, se recomienda solo variar por su contraste es decir por blanco sobre fondo verde. Sin embargo también puede variar cuando se lo utiliza para representar los servicios ofrecidos por la marca en este caso los colores permitidos serían el rojo y el azul



COLOR DE FONDO

pág 4



En la construcción del Isologotipo para la denominación del rubro se utiliza la tipografía Euroforence.

Para la redacción de textos complementarios y para lo referente a la papelería institucional, se establece como normal la utilización de la fuente Myriad Pro

Euroforence:
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TIPOGRAFÍA

pág 6

Tiempo:

- Diseño: Junio del 2011
- Aplicación: Julio del 2011

Recursos humanos:

- Consultor, diseñador gráfico, personal de imprenta.

Recursos materiales y técnicos:

- Computadora, material de impresión.

Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Impresión del manual	\$ 34	1	\$ 34
Honorarios del consultor de RPI y del diseñador ¹			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 34

Control:

- El control de esta táctica se hará una vez finalizado el plan a través de la observación de los diferentes soportes de comunicación, verificando el correcto uso y aplicación de los elementos visuales en base a las normas establecidas.

¹ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

2.3.2 Presentar y promocionar a RYE

Objetivo específico: Generar conocimiento de RYE en su público de interés.

Acción 1: Rediseño y actualización de los soportes de comunicación de RYE.

Justificación y Descripción:

El sitio Web y la carpeta institucional son los únicos soportes comunicacionales con que cuenta RYE, y luego del su análisis, se pudo identificar que los mismos presentan varias irregularidades.

Sitio Web

Por su parte, el sitio Web contiene información desactualizada en relación a los servicios que ofrece, manifiesta muy vagamente los intereses y atributos que el público en cuestión valora, no tiene una debida manutención, su difusión es muy limitada y no se observa una uniformidad en los elementos visuales presentes. Por tales motivos, se considera necesario realizar una intervención en dicho soporte ya que es un medio muy valioso a través del cual el público de interés puede conocer a la organización, sus propuestas, sus atributos y demás aspectos que configuran la identidad de RYE.

Se propone rediseñar el sitio incorporando mensajes que reflejen las expectativas y atributos valorados (profesionalismo, experiencia, innovación y diversión), eliminando información obsoleta, ampliando información sobre los actuales servicios y agregando una sección denominada “novedades”, en donde se informe sobre los desayunos empresariales, las jornadas recreativas u otra noticia que se precise comunicar.

Al mismo tiempo, se deberán retocar los elementos de identidad visual presentes en base a las normas de uso y aplicación definidas en el manual de identidad visual.

El diseñador gráfico estará a cargo de mantenerla acuatizada.



NOSOTROS

SERVICIOS

CLIENTES

CONTACTO

NOVEDADES

NOSOTROS

Somos un grupo de profesionales del área de educación física, recreación, recursos humanos, pedagogía y comunicación dedicados a la recreación empresarial y a la animación de eventos. Nuestra propuesta consiste en la planificación y coordinación de eventos recreativos en base a las necesidades de cada cliente.

Somos pioneros en recreación empresarial en Córdoba, brindando un servicio profesional, con amplia experiencia en el rubro, asegurando propuestas innovadoras y divertidas.





NOSOTROS

SERVICIOS

CLIENTES

CONTACTO

NOVEDADES



Recreación Empresarial



Animación de Eventos



NOSOTROS

SERVICIOS

CLIENTES

CONTACTO

NOVEDADES

Animación de Eventos


PROPUESTA

GALERIA

PROPUESTA

Ofrecemos el mejor y mas completo equipamiento para animar tu evento

- Coordinación general
- Profesores a cargo
- Juegos grupales de postas / Kermés
- Inflables gigantes (toboganes, canchas de futbol, juego de relevo, castillos)
- Jumping - toro mecánico
- Murga
- Show de Magia
- Espectáculo de títeres
- Show de danza (hip hop – salsa – tango – árabe)
- Espectáculo de circo (clowns, mimos, acrobacia en tela, malabares)
- Globología y painting
- Material didáctico
- Sonido
- Fotografía



NOSOTROS

SERVICIOS

CLIENTES

CONTACTO

NOVEDADES

Recreación Empresarial

PROPUESTA

GALERIA

Jornadas Recreativas al Aire Libre.

Tienen como objetivo trabajar aspectos personales y grupales, desarrollando y potenciando la flexibilidad, la disposición, la creatividad, la inteligencia emocional de cada individuo así como la comunicación, la integración, el trabajo en equipo y el liderazgo.

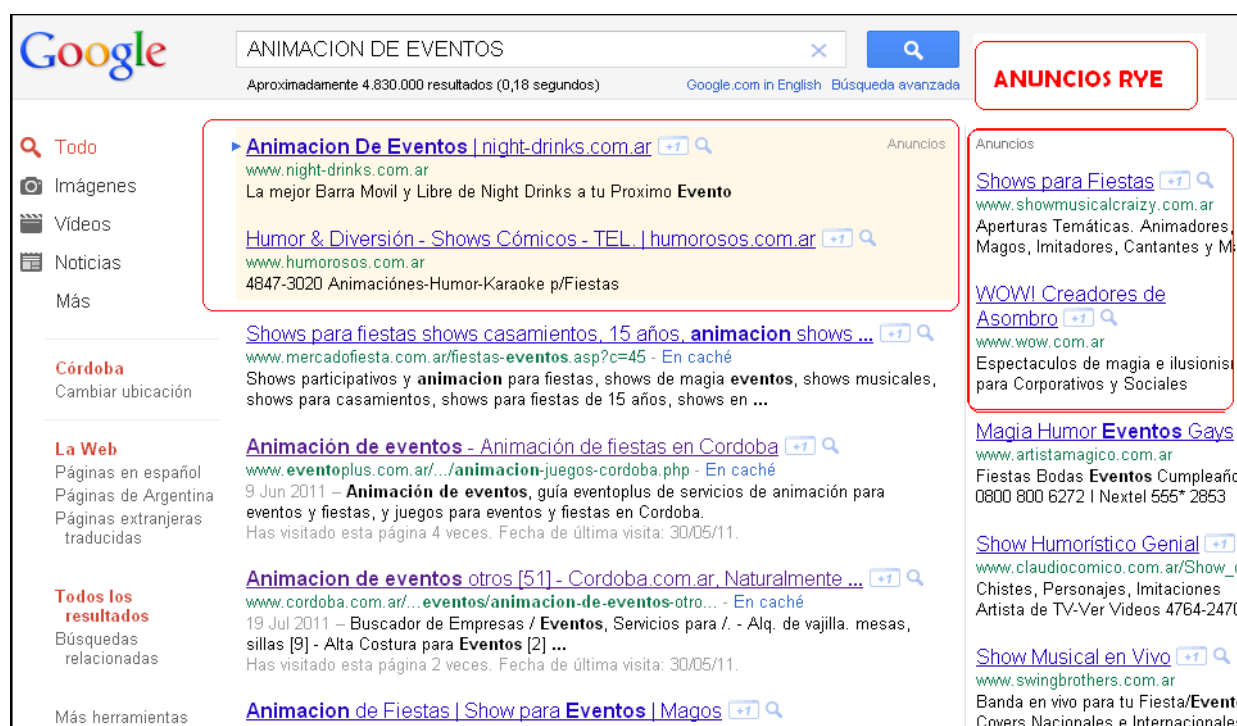
Entrenamiento Organizacional.

Apunta al desarrollo organizacional, trabajando sobre la operatividad, la planificación estratégica, los roles, la innovación y la motivación.

Finalmente, se difundirá la dirección del sitio en todos los soportes comunicativos de la empresa, y además se promocionará a través de Google Adwords, una herramienta para publicar anuncios en Google abonando sólo cuando un usuario haga clic en el anuncio.

Esta herramienta funciona de la siguiente manera: se definen palabras claves (términos relacionados al negocio), y cuando los usuarios realicen una búsqueda en Google introduciendo alguna de esas palabras, se mostrará el anuncio en “vínculos patrocinados” en la columna lateral derecha de la página de búsqueda y en la parte superior remarcada de los resultados de la búsqueda gratuita. Se segmentará el anuncio por zona geográfica e idioma. Esto implica que el mismo se mostrará a un público de habla hispana, que habite en la ciudad de Córdoba (Argentina), y que esté interesado en los servicios de RYE, abonando sólo por aquellos usuarios que efectivamente ingresen a él.

El consultor estará a cargo de redactar las modificaciones del sitio y de implementar las acciones de difusión del mismo. Un diseñador gráfico efectuará los cambios y lo mantendrá actualizado.



Tiempo:

Diseño: Junio 2011

Aplicación: Agosto 2011

Recursos humanos:

- Consultor y diseñador gráfico.

Recursos materiales y técnicos:

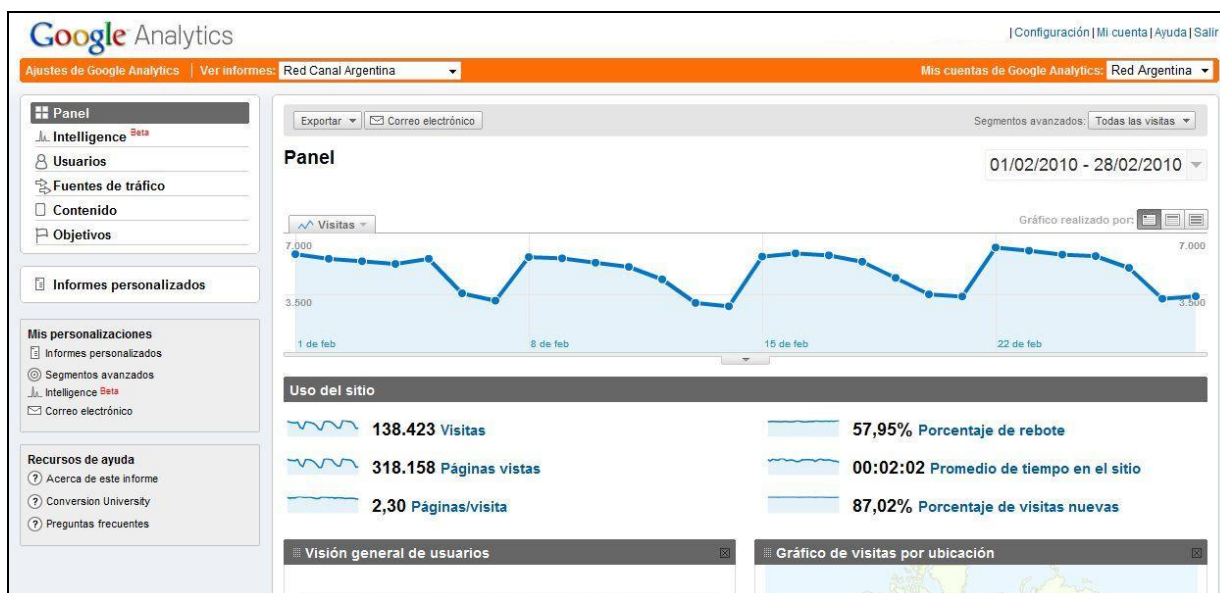
- Computadora, Internet, dominio del sitio Web.

Recursos Financieros:

Detalle	Presupuesto mensual	Cantidad de meses	Costo Total
Presupuesto Google Adwords por mes ²	\$ 600	10	\$ 6000
Honorarios Consultor y Diseñador ³			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 6000

Control:

Para evaluar esta acción se utilizará un servicio gratuito de estadísticas de sitios Web denominado Google Analytics, que permitirá recopilar, ver y analizar todos los datos sobre el tráfico del sitio, conocer cuál es el contenido más visitado, el promedio de visitas, qué anuncios son los que atraen más visitas al sitio, qué palabras claves tienen más impacto que otras, etc. Se evaluará la última semana de cada mes.



² Se propone destinar un presupuesto de \$600 mensuales en esta acción, pero este monto puede variar dependiendo de los resultados obtenidos que serán evaluados la última semana de cada mes.

³ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Carpeta Institucional

La carpeta institucional adolece de irregularidades al igual que el sitio Web; no se proyecta claramente la identidad, los atributos, la información que se brinda sobre los servicios es muy acotada y no se hace una adecuada distribución de las mismas.

Se propone un rediseño de ésta, incorporando mensajes de valor que reflejen el Mindset Meta, es decir, profesionalismo, experiencia, innovación y diversión; añadiendo información sobre los servicios (principalmente la referida a la recreación empresarial debido a su escaso conocimiento) y respetando los elementos de identidad visual definidos en el manual.

Se hará entrega de las carpetas institucionales de forma personal en las reuniones de presentación, acción a detallar más adelante.

Tiempo: Junio 2011

Recursos humanos:

- Consultor
- Personal de imprenta

Recursos materiales y técnicos:

- Computadora
- Insumos de impresión.

Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Impresión carpeta dos colores	\$ 2	500	\$ 1.000
Impresión hojas carpeta full color	\$ 1	600	\$ 600
Honorarios Consultor y Diseñador			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 1.600

Control: el control de esta acción se hará a través de la encuesta de evaluación general del plan una vez finalizado el mismo.



¿Quiénes somos?

Somos un grupo de profesionales del área de educación física, recreación, recursos humanos, pedagogía y comunicación dedicados a la recreación empresarial y a la animación de eventos. Nuestra propuesta consiste en la planificación y coordinación de eventos recreativos en base a las necesidades de cada cliente.

Somos pioneros en recreación empresarial en Córdoba, brindando un servicio profesional, con amplia experiencia en el rubro, asegurando propuestas innovadoras y divertidas.





Nuestros Servicios

Recreación Empresarial

Planificamos y coordinamos dinámicas y actividades lúdicas orientadas a fomentar en su empresa la cooperación, la integración, el trabajo en equipo, la creatividad, el liderazgo, el sentido de pertenencia, la motivación, la confianza y la diversión.

La implementación de actividades recreativas permite que los miembros de su organización se comuniquen, interaccionen y trabajen por un objetivo común. De esta manera se logran mejores relaciones interpersonales, buen clima laboral y mejor rendimiento, tanto individual como colectivo.

Propuestas

- ✓ **Jornadas recreativas al aire libre:**
Tienen como objetivo trabajar aspectos personales y grupales, desarrollando y potenciando la flexibilidad, la disposición, la creatividad, la inteligencia emocional de cada individuo así como la comunicación, la integración, el trabajo en equipo y el liderazgo.
- ✓ **Entrenamiento organizacional:**
Apunta al desarrollo organizacional, trabajando sobre la operatividad, la planificación estratégica, los roles, la innovación y la motivación.

Animación De Eventos

Organizamos y animamos eventos recreativos en base a sus requerimientos, brindando un servicio completo y de calidad para las siguientes celebraciones:

- ✓ Día del niño
- ✓ Día de la familia
- ✓ Día del trabajador
- ✓ Evento de fin de año
- ✓ Fiestas temáticas
- ✓ Aniversarios

El servicio incluye:

- ✓ Coordinación general
- ✓ Profesores a cargo
- ✓ Juegos grupales de postas / Kermés
- ✓ Inflables gigantes (toboganes, canchas de futbol, juego de relevo, castillos)
- ✓ Jumping - toro mecánico
- ✓ Murga
- ✓ Show de Magia
- ✓ Espectáculo de títeres
- ✓ Show de danza (hip hop – salsa –tango – árabe)
- ✓ Espectáculo de circo (clowns, mimos, acrobacia en tela, malabares)
- ✓ Globología y painting
- ✓ Material didáctico
- ✓ Sonido
- ✓ Fotografía

Acción 2: Reuniones de presentación

Justificación y descripción:

Otra acción a implementar con el objetivo de generar conocimiento de RYE en su público de interés son las reuniones de presentación.

Según lo analizado en la primera etapa del presente trabajo en relación a los hábitos de información, se detectó que el público objetivo tiene una actitud pasiva al momento de buscar información sobre proveedores ya que acostumbra a recibir propuestas.

Por tal motivo se propone hacer una presentación de RYE y de sus servicios de forma personal al área de RRHH de cada empresa, solicitando previamente la reunión. Para llevar adelante esta acción, es necesario realizar una serie de pasos que permitan concretarla; en primer lugar, diseñar una base de datos con todas las empresas que forman parte del público de interés, donde se detallará el nombre del encargado de recursos humanos, teléfono de contacto y dirección de correo electrónico.

La lista de grandes empresas (aquellas con más de 100 empleados) brindada por el Ministerio de Industria, Comercio y Trabajo de la provincia, sólo contiene el número telefónico y el domicilio de la organización. Se utilizará dicha lista para contactarse con cada empresa solicitando la información antes mencionada y luego se volcarán los datos en la siguiente grilla:

Empresa	Nombre	Teléfono de contacto	Correo electrónico

Una vez ultimada la base de datos se procederá al envío de un correo electrónico al área de recursos humanos de cada empresa solicitando una entrevista para presentar la propuesta de RYE. Luego de dicho procedimiento, se corroborará vía telefónica que el área efectivamente lo haya recibido, acordando posteriormente fecha y hora de la cita.

El responsable de la redacción, envío de mails y confirmaciones telefónicas será el consultor.

La persona que represente a RYE será la directora general o la encargada del área comercial, y seguirá una serie de pautas para llevar adelante la exposición.

Se entregará la carpeta institucional, se hará una breve reseña de la trayectoria de RYE y de los servicios que ofrece explotando la información sobre recreación empresarial y brindando referencias de trabajos realizados.

Tiempo: Agosto y Septiembre del 2011

Recursos Humanos:

- Consultor
- Representante de RYE.

Recursos materiales y técnicos:

- Base de datos
- Computadora con acceso a Internet
- Teléfono
- Medio de transporte
- Carpetas institucionales

Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Gastos telefónicos y de transporte ⁴			\$ -
Honorarios Consultor y Diseñador ⁵			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ -

Control: el control de esta acción se hará a través de la encuesta de evaluación general del plan.

⁴ Se fijará un presupuesto mensual fijo para estos costos.

⁵ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Acción 3: Newsletter digital

Objetivo: generar conocimiento de RYE en su público de interés y promover la recreación empresarial.

Justificación y descripción:

Teniendo en cuenta que todos los entrevistados afirmaron que el medio de comunicación más utilizado es el correo electrónico, se propone enviar bimensualmente a través de este medio un Newsletter digital con notas de interés relacionadas a la recreación empresarial, informando sobre los desayunos empresariales, las jornadas recreativas (acciones a detallarse más adelante), y sobre cualquier otra novedad que se precise comunicar.

La redacción del contenido del boletín y el envío estarán a cargo del consultor, quien utilizará la base de datos elaborada en la acción anterior para hacerlo; el diseño del mismo, a cargo del diseñador.

Incluirá las siguientes secciones:

Novedades: para promocionar el evento más próximo a realizarse con todos los detalles del mismo.

Notas: para incluir notas a profesionales sobre la temática de recreación empresarial.

Agenda de eventos: para informar sobre los eventos a realizarse durante el año (conferencias y jornadas recreativas).

En la parte inferior del Newsletter se incluirá la información de contacto (teléfono, dirección del sitio Web y correo electrónico), una opción para recomendar a un contacto (que permita ampliar el público potencial), y la opción para dejar de recibirlo.

Novedades:

Ciclo de Desayunos Empresariales sobre Recreación Empresarial en el Hotel de la Cañada

Jueves 18 de Agosto: "Recreación Empresarial como nueva tendencia en la gestión de sus recursos humanos". Invitado especial: Carlos Alberto Rico A. Fundador y presidente de FUNLIBRE

Miércoles 14 de Septiembre: "Similitudes y diferencias entre la recreación empresarial y el Coaching Ontológico". Cr. y Coach Miguel Ángel Macaluso

Lugar: Hotel de la Cañada, Marcelo T. de Alvear 580

Horario: 9 hs

Dirigido a: miembros de áreas de Recursos Humanos de Pymes y Grandes empresas.

Entrada: Gratuita

Inscripciones y + info [click aquí](#)

Notas:

LA RECREACIÓN EN LA GESTIÓN.

Por Alberto Rico Alvarez, fundador y presidente de FUNLIBRE



Pese a todo, es evidente que **recreación y trabajo están positivamente interrelacionados**. Viene ahora el reto de cómo incorporar la recreación en la gestión organizacional.

Las organizaciones, independientemente de la naturaleza de los servicios o productos que ofrecen, no se pueden abstraer de la responsabilidad social que tienen sobre el desarrollo integral de los seres humanos que las componen y las hacen posibles. Es indudable que en la medida que el ser humano es sujeto y objeto de la gestión organizacional, el sistema empresarial operará con y para él, y específicamente para facilitar el acceso a satisfactores de sus necesidades (bien actúe como empresario, empleado o cliente).

A través de sus dimensiones de diversión descanso y socialización, **la recreación puede contribuir en inmensa forma a restaurar el equilibrio bio-psico-social** perdido por los trabajadores en virtud de su actividad laboral cotidiana.

Y si bien es cierto que el ideal sería un trabajo recreativo o una recreación laboral con y en el mismo trabajo cotidiano, las características mismas de nuestros sistemas sociales y de producción hacen que se privilegie la importancia del tiempo libre. Un avance cuando el Art. 21 del Código Laboral, hace explícita que en empresas con más de 50 trabajadores que laboren 48 horas a la semana, éstos tendrán derecho a que dos (2) horas de dicha jornada, por cuenta del empleador, se dediquen exclusivamente a actividades recreativas culturales, deportivas o de capacitación.



Agenda de Eventos

18/08 Desayuno empresarial "Recreación Empresarial como nueva tendencia en la gestión de sus recursos humanos"

14/09 Desayuno empresarial "Similitudes y diferencias entre la recreación empresarial y el Coaching Ontológico".

24/09 Jornada Recreativa "vivi RYE" + INFO

17/10 Desayuno empresarial "¿cómo incorporar la recreación empresarial en las capacitaciones del personal?"

14/11 Desayuno empresarial "Perspectiva mundial de la recreación empresarial"

[Recomendar](#)

[Dejar de recibir](#)

www.ryeventos.com.ar - ryeventos@hotmail.com Cel: (0351) 15211010

Tiempo:

- Redacción y Diseño: primera semana de cada mes par
- Envío: Segunda semana de cada mes par
- Evaluación: Última semana de cada mes par

Recursos humanos:

- Consultor
- Diseñador gráfico

Recursos materiales y técnicos:

- Base de datos
- Computadora con acceso a Internet

Recursos Financieros

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Honorarios Consultor y Diseñador ⁶			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ -

Control:

Esta acción será evaluada utilizando nuevamente la herramienta gratuita de Google Analytics, a través de una aplicación que permite hacer un seguimiento de campañas de email enlazadas a un sitio Web. Esta aplicación permite conocer la repercusión que tienen los Newsletter digitales en el sitio Web de la compañía.

También se hará un control de la misma a través de la encuesta de evaluación general del plan.

⁶ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Acción 4: Regalos empresariales

Justificación y Descripción:

Esta acción pretende repercutir positivamente en la notoriedad de RYE y afianzar su imagen en relación a la animación de eventos. Se propone regalar dos presentes: un yo-yo y un calendario anual.

El yo-yo se entregará al finalizar la reunión de presentación y tendrá impreso el logo de RYE y la información de contacto en uno de los lados del mismo.



Por otro lado, se propone regalar un calendario anual impactante y atractivo, destacando las celebraciones más importantes de cada mes junto con una tarjeta de saludo de año nuevo.

El motivo de resaltar los días festivos de cada mes es precisamente por que la actividad de RYE tiene relación directa con la celebración de eventos y es uno de los objetivos del presente trabajo, que el público la perciba como referente en animación de eventos.

La entrega del presente se hará a fin de año y por correo postal. El diseño estará a cargo de un diseñador gráfico.

Se incluirá la información de contacto y se respetarán las normas establecidas en el manual de identidad visual.

Tiempo:

- Yo-yo: Agosto y Septiembre del 2001
- Calendarios: Diciembre del 2011

Recursos Humanos:

- Diseñador gráfico
- Personal de imprenta

Recursos materiales y técnicos:

- Computadora
- Insumos de impresión



ABRIL 2012

Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30						

1º Domingo - Día de la Novia 02 - Día del Veterano de Guerra 02 - Día del Papelero 03 - Día del Maderero
 07 - Día del Trabajador Telepostal 09 - Día del Investigador 12 - Día del Decorador 12 - Día del Vidrierista
 13 - Día del Kinesiólogo 3º Domingo - Día de los Padrinos 22 - Día del Trabajador de la Construcción
 4º Domingo - Día del Matrimonio 26 - Día del Librero 27 - Día del Agente de Viajes

Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Yo-yo c/logo impreso	\$ 4	110	\$ 440
Impresión calendarios	\$ 5	110	\$ 550
Impresión tarjetas de saludo	\$ 1	110	\$ 110
Envío por Correo postal	\$ 2	110	\$ 220
Honorarios Consultor y Diseñador ⁷			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 1320

Control: El control de esta acción se hará a través de la encuesta de evaluación general del plan.

⁷ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Acción 5: Jornadas Recreativas

Justificación y Descripción:

Con el fin de que el público de interés conozca el servicio de animación de eventos que RYE ofrece, se propone la realización de jornadas recreativas dirigidas a los representantes de Recursos Humanos de las empresas que forman parte del público objetivo para que vivencien personalmente la propuesta de RYE.

Se planifica invitar a concurrir a dos representantes de cada organización junto con dos niños a una jornada que incluirá dinámicas, juegos, competencias, inflables, show de títeres y un cierre con murga. El objetivo es que los invitados experimenten en persona el servicio de animación de eventos que RYE ofrece y lograr, en definitiva, ir ocupando un lugar distintivo en sus mentes.

Se realizarán dos jornadas, una en la estancia La Granadilla y otra en la Granja Nuestra Raíces. RYE tiene un convenio con ambos predios, por lo cual la utilización de los mismos para esas fechas no tendrá costo.

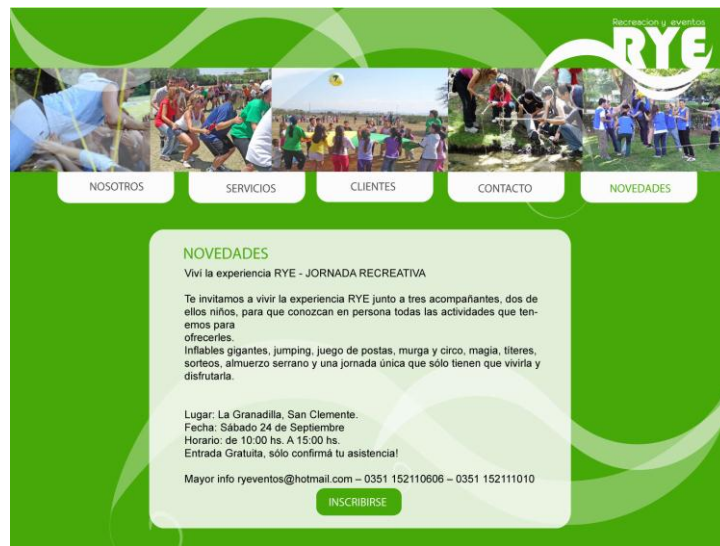
Se ofrecerá un lunch simple para los invitados, para lo que se contratará el servicio de restaurante de ambos predios.

La organización del evento estará a cargo del equipo de RYE, quien cuenta con todo lo necesario para llevarlo adelante. Habrá un cupo de 150 personas para lograr mayor impacto en los asistentes.

Difusión

- En la sección “Novedades” del **Newsletter** digital se promocionará la jornada, invitando a participar a dos representantes por empresa acompañados de dos niños. Se incluirán todos los detalles de la jornada y un enlace para llenar el formulario de confirmación, y para los que no hayan hecho hasta 5 días previos a la jornada, se los contactará telefónicamente.

- En la sección “Novedades” del **sitio Web**.



- **Correo electrónico:** Dos semanas previas a la fecha de la jornada, se enviarán las invitaciones vía mail a toda la base de datos del público objetivo. La misma incluirá toda la información detallada del evento, fecha, lugar, horario, un link para llenar el formulario de confirmación y toda la información de contacto.



Te invitamos a vivir la experiencia RYE junto a tres acompañantes, dos de ellos niños, para que conozcan en persona todas las actividades que tenemos para ofrecerles.

Inflables gigantes, jumping, juego de postas, murga y circo, magia, títeres, sorteos, almuerzo serrano y una jornada única que sólo tienen que vivirla y disfrutarla.

Lugar: **La Granadilla, San Clemente.**

Fecha: **Sábado 24 de Septiembre**

Horario: de 10:00 hs. A 15:00 hs.

Entrada Gratuita, sólo confirmá tu asistencia!

[INSCRIPCION](#)

Mayor info ryeventos@hotmail.com – 0351 152110606 – 0351 152111010

Telefónicamente: 5 días antes de la jornada, se contactará telefónicamente a todos aquellos invitados que aún no hayan confirmado su asistencia para recordarles sobre la misma y para ofrecerles la confirmación por ese mismo medio.

- **Gestión de prensa:** se enviarán gacetillas de prensa a todos los medios gráficos, radiales, audiovisuales y digitales de la ciudad de Córdoba dos semanas previas al evento.

GACETILLA DE PRENSA

FECHA: 10 de Septiembre del 2011

AGRADECEMOS LA DIFUSIÓN



Primer jornada recreativa dirigida a representantes de RRHH de PYMES y grandes empresas. “Viví la experiencia RYE”

RYE, Recreación Y Eventos, invita a representantes de RRHH de PYMES y grandes empresas de la ciudad de Córdoba a la jornada “Viví la experiencia RYE”, para presentar sus servicios. El evento se llevará a cabo el sábado 24 de septiembre, de 10 a 15 hs en la Estancia La Granadilla (San Clemente).

Cada representante podrá asistir con 3 acompañantes, dos de ellos niños, quienes participarán de variadas actividades recreativas y presenciarán shows de circo, murga, baile, magia y títeres, además de disfrutar de un almuerzo serrano.

Se destaca que la entrada es gratuita, pero los cupos son limitados. Para mayor información contactarse con ryeventos@hotmail.com – 0351 152111010.

Inscripciones en www.ryeventos.com.ar

CONTACTO DE PRENSA:

Gabriela Pietrarelli – Cel: (0351) 152110606

Relaciones Públicas e Institucionales RYE
gpietrarelli@ryeventos.com.ar

Tiempo:

Agosto del 2011 y Marzo del 2012

Recursos humanos:

- Equipo de RYE
- Diseñador gráfico
- Consultor
- Personal del restaurante de ambos predios

Recursos materiales y técnicos:

- Base de datos
- Computadora con acceso a Internet
- Teléfono
- Materiales para las actividades
- Catering


Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad de jornadas	Costo Total
Contratación del predio			\$ -
Servicio de catering x jornada	\$ 2250	2	\$ 4.500
Materiales para las actividades de la jornada	\$ 300	2	\$ 600
Contratación de servicios adicionales de RYE	\$ 2.500	2	\$ 5.000
Gastos telefónicos			\$ -
Honorarios Consultor y Diseñador ⁸			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 10.100

⁸ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Control:

El consultor evaluará el evento ese mismo día contabilizando las personas que asistieron y a través del siguiente cuestionario que se entregará a los participantes una vez finalizada la jornada:

 <p>Agradecemos conteste el siguiente cuestionario, su opinión es muy valiosa para nosotros.</p>				
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Fue una jornada divertida				
Estoy conforme con el servicio brindado				
La jornada cubrió mis expectativas				
Comentarios / Sugerencias				

Acción 6: Desayunos de negocios con consultoras de Recursos Humanos

Objetivo: Lograr el reconocimiento de las consultoras de Recursos Humanos de la ciudad de Córdoba en relación al servicio de recreación empresarial de RYE.

Público objetivo: consultoras de RRHH de la ciudad de Córdoba.

Justificación y Descripción:

Indagando a cerca del conocimiento que el público tiene de empresas proveedoras del servicio de recreación empresarial se detectó, casualmente, que algunas consultoras de Recursos Humanos incluyen actividades recreativas en sus propuestas sin estar especializadas en ello. Por este motivo se propone organizar desayunos de negocios invitando a éstas, para presentarles el servicio de recreación empresarial de RYE y ofrecerles la tercerización del mismo.

Para llevar adelante esta propuesta se desarrollará en primer lugar, una base de datos de las consultoras de recursos humanos de la ciudad de Córdoba especificando nombre del gerente, teléfono y dirección de correo electrónico. Una vez consumada la misma, se realizará un mailing invitando a participar a un representante de cada consultora al desayuno de presentación “Recreación Empresarial Profesional”.

Cada desayuno tendrá un cupo de hasta 20 asistentes de manera tal de que sea una presentación personalizada y tenga mayor impacto en los receptores, por este motivo es que se propone realizar 4 encuentros. Se hará uno por semana durante el mes de Septiembre del 2011 en el Hotel de la Cañada ubicado en Marcelo T. de Alvear 580.

La directora de RYE será quien presente la organización, focalizándose en el servicio de recreación empresarial. Mientras los invitados desayunen, se proyectará un video de eventos de recreación empresarial realizados por RYE y seguidamente se hará una presentación con filminas de la propuesta concreta para consultoras de recursos humanos.

La duración del encuentro será de una hora y media aproximadamente, y al finalizar el mismo, se les informará a los asistentes que recibirán vía mail la presentación con la propuesta y los costos.

Difusión:

La comunicación de esta acción se hará a través de:

- **Correo electrónico:** dos semanas previas al primer evento, se hará un mailing invitando a las consultoras de recursos humanos al “Desayuno de negocios: Recreación Empresarial Profesional”. Se informará el objetivo del mismo, las 4 fechas en las cuales pueden asistir (aclarando que el cupo es limitado) y el lugar y horario en que desarrollará. Se incluirá un link para ingresar al formulario de inscripción y toda la información de contacto. Una semana antes de cada encuentro se enviará otro mail para recordar la invitación (sólo se enviará a quienes no hayan confirmado asistencia hasta ese momento).



Desayuno de Negocios

“Recreación Empresarial Profesional, el valor agregado que su empresa necesita”

Lo invitamos a conocer el **primer servicio profesional de recreación empresarial en Córdoba**, el complemento que sus clientes se merecen. Presentaremos nuestra propuesta el **Jueves 8, 16, 22 y 29 de Septiembre** en el Hotel de la Cañada, esperamos contar con su presencia.

Lugar: Aula de trabajo del Hotel de la Cañada

Horario: 9:00hs (duración: 1 hora y media)

Dirigido a: Consultoras de Recursos Humanos

Cupo: 20 asistentes por fecha (sólo inscriptos)

Costo: Gratuito

INSCRIPCION

Mayor info ryeventos@hotmail.com – 0351 152110606 – 0351 152111010

- **Telefónicamente:** Tres días previos a las fechas de los eventos, se contactará telefónicamente a aquellos invitados que no hayan confirmado su asistencia para corroborar la recepción del correo electrónico y para ofrecerles la posibilidad de confirmar asistencia por ese mismo medio.

Tiempo: Abril y Mayo del 2012

Recursos Humanos:

- Equipo de RYE
- Diseñador gráfico
- Consultor

- Staff del hotel

El equipo de RYE será el encargado de definir la propuesta y el consultor de armar la presentación. El diseño de la misma, así como de las invitaciones digitales es tarea del diseñador, al igual que la edición del video que se proyectará.

La contratación del lugar, la logística y la difusión de los eventos estarán a cargo del consultor.

Recursos materiales y técnicos:

- Base de datos
- Computadora con acceso a Internet
- Teléfono
- Proyector y pantalla
- Contratación del Hotel + servicio de desayuno

Recursos Financieros:

Detalle	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Contratación aulas de trabajo Hotel La Cañada	\$ 400	4	\$ 1.600
Servicio desayuno p/25 personas	\$ 625	4	\$ 2.500
Alquiler de proyector, pantalla y micrófono	\$ 500	4	\$ 2.000
Honorarios Consultor y Diseñador ⁹			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 6.100

⁹ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Control:

El consultor evaluará la acción contabilizando las personas que asistieron a cada encuentro, y través del siguiente cuestionario que se enviará vía mail junto con la propuesta:

Agradecemos conteste el siguiente cuestionario						
¿El desayuno de negocios ha cubierto sus expectativas?						
<input type="radio"/> Si <input type="radio"/> No <input type="radio"/> A medias ¿qué ha faltado?						
Valore los siguientes aspectos del encuentro utilizando una escala del 1 al 6, en donde 1 es “pobre” y 6 “excelente”.						
	1	2	3	4	5	6
Facilidad para inscribirse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información previa del evento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Calidad de la información brindada	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El evento en general	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comentarios / Sugerencias:						

2.3.3 Fomentando la implementación de la recreación empresarial

Objetivo específico: Promover la recreación empresarial.

Público: Gerentes / encargados de RRHH de grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

Acción 1: Ciclo de desayunos empresariales

Justificación y descripción:

Como se pudo analizar, el público objetivo considera muy importante el hecho de fortalecer las relaciones interpersonales, el trabajo en equipo, potenciar habilidades, disminuir estados de tensión, generar sentido de pertenencia, etc., pero desconoce que la recreación empresarial es un medio para lograrlo, debido a que no tiene una clara noción del servicio.

Por tal motivo, se propone desarrollar un ciclo de desayunos sobre recreación empresarial dirigido al público objetivo de RYE, que consistirá en 4 encuentros a realizarse en los meses de Septiembre, Octubre, Noviembre y Diciembre del 2011, en el Hotel de la Cañada ubicado en Marcelo T. de Alvear 580. Para cada encuentro se invitará a participar a profesionales y referentes de la actividad y de actividades vinculadas.

Los temas previstos son:

- Jueves 18 de Septiembre: “Recreación Empresarial como nueva tendencia en la gestión de sus recursos humanos”.
- Miércoles 14 de Octubre: “Similitudes y diferencias entre la recreación empresarial y el Coaching Ontológico”.
- Lunes 17 de Noviembre: “¿cómo incorporar la recreación empresarial en las capacitaciones del personal?”
- Martes 14 de Diciembre: “Perspectiva mundial de la recreación empresarial”

La directora general de RYE hará la apertura de cada encuentro, dando la bienvenida, agradeciendo a los asistentes e invitándolos a desayunar. Luego, se proyectará un video que resuma la temática y seguidamente se presentará al profesional invitado para que realice su exposición. La duración del encuentro será de aproximadamente 2 horas.

Habrá un cupo de 20 asistentes de manera tal de hacer los desayunos lo más personalizados posible. Los interesados podrán confirmar asistencia a través de los enlaces de INSCRIPCIÓN presentes en toda la promoción del evento.

Se hará entrega de un CD con información sobre la temática tratada, incluyendo además una presentación de RYE y de sus servicios. El contenido será redactado por el consultor, y el diseño como la grabación, estarán a cargo del diseñador gráfico, respetando las normas de aplicación de los elementos de identidad visual.

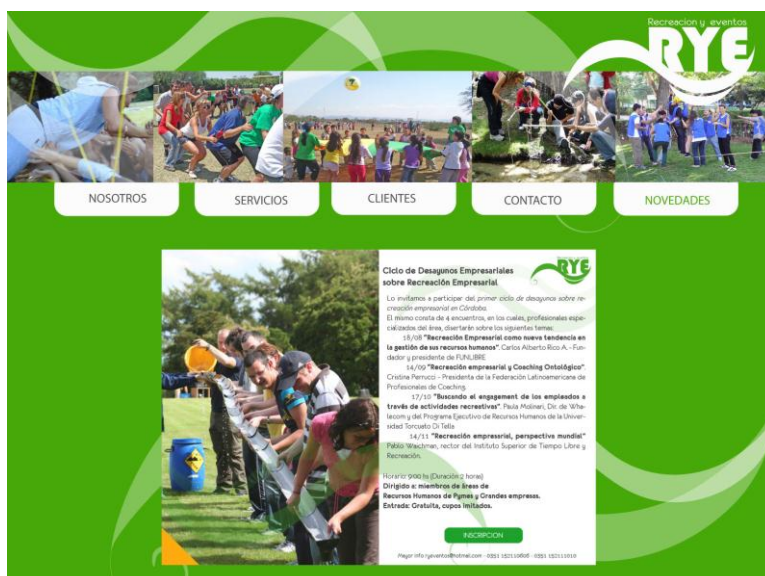


La organización y logística del ciclo de desayunos, la redacción del contenido de toda la difusión, el envío de mails, los llamados telefónicos y el envío de gacetillas será tarea del consultor. El equipo de RYE estará a cargo de invitar y confirmar a los profesionales y de desarrollar el contenido de cada encuentro. El diseñador gráfico se encargará de la edición del video y del diseño de toda la difusión.

Difusión

La difusión del ciclo de desayunos se realizará a través de:

- **Newsletter digital:** en la sección “novedades” se comunicarn  los próximos dos encuentros, las fechas, las temáticas y los invitados especiales, y un link para más información que dirige hacia la pantalla novedades del **sitio Web** en donde aparecerá la misma invitación que se envía por correo electrónico.



- **Correo electrónico:** dos semanas previas al comienzo del ciclo, se enviará un mail a toda la base de datos para comunicar el inicio del mismo. Una semana antes de cada encuentro se enviará la invitación oficial de cada desayuno, comunicando la fecha, temática e invitado especial, incluyendo un link para confirmar la asistencia (dirige directamente al sitio Web en donde aparecerá, dentro de la sección novedades, un pequeño formulario para realizar la confirmación).



Ciclo de Desayunos Empresariales sobre Recreación Empresarial



Lo invitamos a participar del *primer ciclo de desayunos sobre recreación empresarial en Córdoba*.

El mismo consta de 4 encuentros, en los cuales, profesionales especializados del área, disertarán sobre los siguientes temas:

18/08 **"Recreación Empresarial como nueva tendencia en la gestión de sus recursos humanos"**. Carlos Alberto Rico A. - Fundador y presidente de FUNLIBRE

14/09 **"Recreación empresarial y Coaching Ontológico"**. Cristina Perrucci - Presidenta de la Federación Latinoamericana de Profesionales de Coaching.

17/10 **"Buscando el engagement de los empleados a través de actividades recreativas"**. Paula Molinari, Dir. de Whalecom y del Programa Ejecutivo de Recursos Humanos de la Universidad Torcuato Di Tella

14/11 **"Recreación empresarial, perspectiva mundial"** Pablo Weichman, rector del Instituto Superior de Tiempo Libre y Recreación.

Horario: 9:00 hs (Duración 2 horas)

Dirigido a: miembros de áreas de Recursos Humanos de Pymes y Grandes empresas.

Entrada: Gratuita, cupos limitados.

INSCRIPCION

Mayor info ryeventos@hotmail.com - 0351 152110606 - 0351 152111010

- **Teléfono:** 3 días previos al desarrollo de cada desayuno, se contactará telefónicamente a aquellos que aún no hayan confirmado su asistencia, tanto para corroborar la recepción del correo como para ofrecerles reservar su lugar en ese mismo momento.

- **Gestión de prensa:** se enviarán gacetillas de prensa a todos los medios gráficos, radiales, audiovisuales y digitales de la ciudad de Córdoba la primera semana del mes de Septiembre comunicando el inicio del ciclo y la fecha, temática e invitado especial del primer encuentro. Una semana previa a la realización de los siguientes desayunos, se enviará otra gacetilla a todos los medios comunicando fecha, temática y invitado especial.

GACETILLA DE PRENSA

FECHA: 4 de Septiembre del 2011

AGRADECEMOS LA DIFUSIÓN



PRIMER CICLO DE DESAYUNOS SOBRE RECREACIÓN EMPRESARIAL EN CÓRDOBA

RYE, recreación y eventos, único proveedor del servicio de recreación empresarial en Córdoba, invita a representantes/encargados de recursos humanos, a participar del primer ciclo de desayunos sobre recreación empresarial. El mismo consistirá en 4 encuentros, en los cuales, profesionales especializados del área, disertarán sobre los siguientes temas:

18/09 "Recreación Empresarial como nueva tendencia en la gestión de sus recursos humanos". Carlos Alberto Rico A. - Fundador y presidente de FUNLIBRE

14/10 "Recreación empresarial y Coaching Ontológico". Cristina Perrucci - Presidenta de la Federación Latinoamericana de Profesionales de Coaching.

17/11 "Buscando el engagement de los empleados a través de actividades recreativas". Paula Molinari, Dir. de Whalecom y del Programa Ejecutivo de Recursos Humanos de la Universidad Torcuato Di Tella

14/12 "Recreación empresarial, perspectiva mundial" Pablo Waichman, rector del Instituto Superior de Tiempo Libre y Recreación.

Los 4 encuentros se llevarán a cabo en el Hotel de La Cañada, ubicado en Marcelo T. de Alvear 580, a las 9:00 hs y tendrán una duración aproximada de 2 horas. La entrada es gratuita, pero los cupos son limitados. Para inscribirse, los interesados deberán completar un formulario que encontrarán en la sección novedades de www.ryeventos.com.ar

Informes: ryeventos@hotmail.com – 0351 152110606

CONTACTO DE PRENSA:

Gabriela Pietrarelli – cel: (0351) 152110606

Relaciones Públicas e Institucionales RYE

gpietrarelli@ryeventos.com.ar

Tiempo:

- 18 de Septiembre
- 14 de Octubre
- 14 de Noviembre

- 17 de Diciembre

Recursos Humanos:

- Equipo de RYE
- Diseñador gráfico
- Consultor
- Profesionales invitados
- Staff del Hotel

Recursos necesarios:

- Base de datos
- Computadora con acceso a Internet y grabadora de CD
- Teléfono
- Proyector, pantalla, micrófono
- Alquiler del salón + servicio de desayuno
- CDs


Recursos Financieros:

Detalle	Costo por evento	Cantidad de eventos	Costo Total
Contratación aulas de trabajo Hotel La Cañada	\$ 400	4	\$ 1.600
Servicio desayuno p/25 personas	\$ 625	4	\$ 2.500
Profesionales / Disertantes	\$ 1.000	4	\$ 4.000
Alquiler de proyector, pantalla y micrófono	\$ 500	4	\$ 2.000
Cds	\$ 50	4	\$ 200
Honorarios Consultor y Diseñador ¹⁰			\$ -
TOTAL ACCIÓN			\$ 10.300

¹⁰ Se definirá un presupuesto fijo mensual para ambos honorarios.

Control:

Para evaluar esta acción se entregará junto con el CD, un cuestionario para conocer el grado de satisfacción del evento. También se evaluará contabilizando la cantidad de asistentes en relación a la cantidad de invitados, y a través de la encuesta de evaluación general. A continuación se presenta el cuestionario a entregarse una vez finalizado el desayuno:

				
Agradecemos conteste el siguiente cuestionario, su opinión es muy valiosa para nosotros.				
	Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
Estoy conforme con la calidad informativa del encuentro				
La exposición del profesional fue muy interesante				
Me interesa seguir recibiendo información sobre el tema				
Comentarios / Sugerencias				

2.4 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES


2.5 CASH FLOW

2.6 EVALUACIÓN GENERAL DEL PLAN

Se realizará una evaluación general del plan una vez consumado el mismo de manera de no agobiar al público con encuestas después de la implementación de cada acción.

La evaluación consistirá en realizar una encuesta a un porcentaje representativo de la población (20%), esto es 20 grandes empresas, las cuales serán seleccionadas de forma aleatoria. El objetivo de la misma será evaluar el grado de conocimiento que tienen de RYE y de los servicios que ofrece, su vínculo con ella y su noción sobre recreación empresarial.

La encuesta se hará de forma telefónica y estará a cargo del consultor.

<p>El siguiente cuestionario es anónimo y tiene como objetivo evaluar las acciones comunicacionales implementadas por RYE</p> <p>1 - Nombre qué empresas conoce que ofrezcan el servicio de animación de eventos.</p> <p>2 -Nombre qué empresas conoce que ofrezcan el servicio de recreación empresarial.</p> <p>3 - ¿Ha recibido alguna correo electrónico de parte de la empresa RYE? Marque con una cruz su elección SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> (Si la respuesta es afirmativa continuar con la siguiente pregunta, de lo contrario, pasará a la preg 8)</p> <p>4 - Marque con una cruz qué tipo de información contenía el correo que recibió Newsletter digital <input type="checkbox"/> Invitación a jornadas de recreación <input type="checkbox"/> Invitación a conferencias <input type="checkbox"/> Solicitud de reunión persona <input type="checkbox"/></p> <p>5- ¿Le pareció claro el contenido de los mismos? Marque con una cruz SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> En caso afirmativo, responda: ¿quedó conforme con la misma? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/></p> <p>6 - ¿Considera necesario realizar alguna modificación en los mismos? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> En caso afirmativo indique su sugerencia:</p> <p>7 - ¿Ha tenido una reunión personal con un representante de la empresa RYE? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> En caso afirmativo, responda: ¿quedó conforme con la misma?</p> <p>8- ¿Ha recibido el calendario anual de RYE? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> En caso afirmativo, ¿en qué lugar está ubicado?:</p> <p>9- ¿Qué medios gráficos y virtuales consulta con mayor frecuencia?</p>	
--	---

2.7 EVALUACIÓN FINAL DEL PLAN

El siguiente cuadro permite hacer una evaluación final del plan a partir de los resultados obtenidos en los controles de cada acción. Esta herramienta permitirá comparar los resultados logrados de cada acción con los resultados esperados para poder determinar si se cumplieron o no los objetivos planteados.

Acciones	Resultados esperados	Resultados logrados	Resultados inesperados		Técnica de evaluación
			positivos	negativos	
Programa 1: Regulando los elementos visuales de RYE					
Diseño del manual de identidad visual de RYE	Uniformidad y regularidad en los elementos de identidad visual presentes en todos los canales de comunicación implementados por RYE				Observación
Programa 2: Presentando y promocionando a RYE					
Rediseño y actualización de los soportes de comunicación con que cuenta RYE	Mínimo de 100 visitas mensuales al sitio Web				Estadísticas de tráfico del sitio a través de Google Analytics.
	Mínimo de 10 consultas mensuales en la página “contacto”.				
	Recorrido de al menos 2 páginas del sitio por usuario.				
	Generar conocimiento de RYE en el público objetivo				Encuesta de evaluación general del plan
Reuniones de presentación institucional	Generar conocimiento de RYE en el público objetivo				Encuesta de evaluación general del plan
Newsletter digital bimensual	Impresión del Newsletter por el 50% de los destinatarios				Informes de Goolge analytics

	Percepción positiva del mismo				Encuesta de evaluación general
Regalos empresariales	Que el 50% de los entrevistados tengan el calendario en sus oficinas				Encuesta de evaluación general
Jornadas recreativas	Asistencia mínima del %50 de los invitados				Contabilización de los asistentes
	Percepción positiva de la jornada				Encuesta de evaluación de la jornada
Desayunos de negocios	Asistencia mínima del %50 de los invitados				Contabilización de los asistentes
	Percepción positiva del encuentro				Encuesta de evaluación del encuentro
Programa 3: Fomentando la implementación de la recreación empresarial					
Ciclo de Desayunos	Aumentar el conocimiento sobre recreación empresarial en el público de interés				Encuesta de evaluación del desayuno
	Asistencia del 50% de personas invitadas				Contabilización de los asistentes

2.8 CONCLUSIÓN FINAL

Una organización, para poder sobrevivir en un contexto cambiante, competitivo y sobrecomunicado, necesita ocupar un lugar diferencial en la mente del público; esto es, estar posicionada.

Para ello es preciso realizar un proceso que comienza con la definición del público objetivo, la identificación de sus intereses, expectativas, hábitos de información y atributos valorados en relación a la propuesta. Estos aspectos son básicos para comenzar un proceso de posicionamiento debido a que, en base a ellos, es posible abordar a los actores claves de manera adecuada, transmitiendo mensajes que reflejen aquello que estos valoran, y utilizando los medios más apropiados.

En la primera etapa del presente trabajo se evaluó el posicionamiento de RYE en su público de interés, y luego de la investigación realizada se llegó a la conclusión de que la empresa no está presente en la mente de aquel principalmente porque la empresa nunca realizó el proceso antes descrito para lograrlo.

Se considera esencial emprender un plan de comunicación desde las Relaciones Públicas e Institucionales para lograr el posicionamiento institucional de RYE en las grandes empresas de la ciudad de Córdoba a partir de la sistematización de su identidad visual, aumentando su notoriedad y promoviendo la recreación empresarial.

Se ha vuelto cada vez más difícil lograr captar la atención del público ya que la oferta de bienes y servicios es tal, que es preciso acudir a técnicas más personalizadas. Las Relaciones Públicas e Institucionales permiten abordar al público de manera apropiada, estableciendo un vínculo directo con ellos, utilizando canales adecuados y transmitiendo mensajes que reflejen el Mindset Meta.

Esta disciplina, encargada de planificar, desarrollar y evaluar acciones de comunicación sostenidas a lo largo del tiempo, es la adecuada para llevar adelante el plan que permitiría ubicar a RYE en una posición privilegiada en las grandes empresas de la ciudad de Córdoba.

2.9 BIBLIOGRAFÍA

- AVILIA, Lammertyn R. (1999) *RR.PP Estrategias y Tácticas de Comunicación Integradora*, Ed. IMAGEN, Buenos Aires
- BARQUERO CABRERO, José Daniel, BARQUERO CABRERO, Mario (1996) *El libro de Oro de las Relaciones Publicas*, Ed. Gestión 2000, Barcelona
- BABBIE, Earl (2000), *Fundamentos de la Investigación Social*, Ed. Thompson, Buenos Aires.
- BILLOROU Oscar Pedro (1992), *Las Comunicaciones del Marketing*, Ed. El Ateneo, Buenos Aires
- CAPRIOTTI, Paul (1992) *La Imagen de la Empresa*, Ed El Ateneo, Buenos Aires
- CAPRIOTTI, Paul (1999) *Planificación Estratégica de La Imagen Corporativa*, Ed. Ariel, Barcelona
- CHIAS, Josep , XIFRA, Jordi (2008) *El Marketing – Las Relaciones Públicas*. Ed UOC. Barcelona
- ETKIN Jorge (2000), *Política, Gobierno Y Gerencia De Las Organizaciones*, Ed. Pretince Hall
- GRUNIG, James, HUNT Todd (2000), *Dirección de Relaciones Públicas*, Ed. Gestión 2000, Barcelona
- KOTLER, Philip (2008) *Las preguntas más frecuentes sobre Marketing*. Ed. Norma S.A., Bogotá
- KOTLER Philip (1999) *El marketing según Kotler, como crear, ganar y dominar los mercado*, Ed. Paidos, Buenos Aires
- KOTLER Philip, LANE KELLER Kevin (2006) *Dirección de marketing*, México, Ed. Pearson
- MERCADO HERNÁNDEZ Salvador (2001), *Relaciones Públicas Aplicadas*.

Ed Latin America

- MERLINO, Aldo (2009) *Investigación cualitativa en ciencias sociales*, Ed. Americalee, Buenos Aires
- RIES, Al; TROUT, Jack (1989) *Posicionamiento*, Ed. McGraw-Hill, Madrid
- RICO A., Carlos Alberto (1998) *V Congreso Nacional de Recreación - Gestión, Recreación y Desarrollo Humano*
- ROJAS ORDUÑA Octavio Isaac (2005), *Relaciones Públicas. La eficacia de la influencia*, Ed. ESIC, Madrid
- SCHEINSOHN, Daniel (1997). *Mas allá de la Imagen Corporativa*, Ed. Machi. Buenos Aires
- TROUT Jack, RIVKIN Steve (1996), *El Nuevo posicionamiento*, Ed. McGraw-Hill, Madrid
- TROUT Jack, RIVKIN Steve (1999) *El poder de los simple* Ed. McGraw-Hill, Madrid
- VIEYTES, Rut (2004) *Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad*, Ed. De las Ciencias, Buenos Aires
- VILLAFANE, Justo (1998) *Imagen Positiva, gestión estratégica de la imagen de las empresas*, Ed. Pirámide. Madrid
- WILCOX Dennis, CAMERON Glen T., XIFRA Jordi (2006) *Relaciones Públicas Estrategias y Tácticas*, Ed. Pearson, Madrid

3. ANEXO

Entrevistas en profundidad a gerentes/encargados de RRHH de grandes empresas.

1-AGUAS CORDOBESAS - MACIAS BOCCO LORENA –ENCARGADA RRHH

-Funciones y responsabilidades

- Nosotras hacemos lo que es la comunicación interna de la empresa, selección de personal, capacitación, desempeño, y también estamos en lo que es organización de los eventos de la empresa.

- Actividad de la empresa

- Aguas cordobesas opera el ciclo completo de lo que es la concesión del agua potable, desde la producción, la distribución y la comercialización del agua

- Áreas de la empresa

- Gerencia general, gerencia de RH, de operaciones técnicas, comercial, y administración finanzas y sistemas. Cada una de las gerencias está compuesta por áreas, por ejemplo en RH esta lo q es el área de desarrollo de RH, en donde se hace más bien la parte blanda, y después esta el área de administración de RH que hace lo q es la liquidación de haberes, la parte de seguridad y salud ocupacional, etc. De la gerencia general depende la jefatura de relaciones institucionales y la jefatura legal y contractual, dentro de administración y finanzas esta abastecimiento y control de pagos; en la parte de operaciones técnicas está producción, ingeniería y distribución, y dentro del área comercial esta venta y cobranzas, facturación y gestión de clientes.

- Cantidad de empleados

- 470 empleados

-Comunicación entre áreas, interacción

- Trabajamos tratando de generar relación entre las áreas, no hay trabajos independientes en general, la forma que está organizada la organización hace de que la única forma de operar sea con una interrelación de todos.

-Actividades para fomentar el trabajo en equipo-integración-creatividad

-Por un lado están las actividades recreativas, que fomentan lo que es la cooperación y el trabajo en equipo, y están las actividades más formales, como puede ser las basadas en encuesta de clima, evaluación de desempeño, y en función a eso después trabajamos haciendo foco en estas competencias. El año pasado se hizo un programa de coaching, a todos los supervisores, para que después incluyan a los colaboradores. Después están las capacitaciones...pero más desde lo teórico. Lo que hacemos es una vez cada dos años, una “competencia” que es por equipos, los equipos los conforma RH justamente para fomentar la integración, y se hacen actividades como de supervivencia, desafíos, dura dos días, están invitados todos los empleados, pero generalmente concurren 120 aproximadamente, ese es como el evento que mayor logística nos insume a nosotros.

En general contratamos empresas que nos prestan soporte proponiéndonos diferentes tipos de actividades en base a los objetivos que nosotros planteamos, es decir, es un trabajo conjunto. Diferente es para un evento del día del niño, o del día de la familia, que son eventos que duran horas, que no tienen un objetivo concreto, por lo cual no tiene un trabajo tan fuerte y puedes desligar todo a una empresa que lo haga.

También hacemos actividades para integrar a las familias, por ejemplo concursos de dibujo, de fotografía, premio a la innovación, en donde se premian proyectos, son cosas como para fomentar la creatividad.

Las capacitaciones que hacemos son más bien técnicas, se podría incluir alguna actividad recreativa pero hasta ahora no lo hemos hecho así. El coach es el que organiza la actividad y puede incluir alguna actividad, pero no contratamos alguien para que haga la recreación...en este sentido para nosotros es muy importante la experiencia, es decir, que las empresas no hagan escuelas con nosotros, siempre se busca gente con cierta trayectoria, sobre todo con este tipo de actividad de capacitación por que tienen como objetivos más duros, y porque la gente ha tenido la posibilidad de participar de una gran cantidad de eventos, y son muy exigentes.

-Concepto de recreación empresarial

-Brindar alguna actividad con componentes lúdicos, que ayuden a desarrollar ciertas competencias o habilidades que la empresa necesite que se desarrollen

- Conocen a proveedores de servicios de animación de eventos o recreación empresarial

- Sí, conocemos que algunas que hacen animación de eventos como Asterisco producciones, Era eventos, MDB, Marina Duran. Estas empresas son proveedoras de propuestas, y cuando comienza el año nos mandan un mail con las actividades que realizan, y nosotros cuando tenemos la necesidad de hacer un evento las convocamos o no.

- Atributos que valoran de empresas proveedoras de estos servicios

-Buscamos que la empresa cuente con experiencia, sobre todo de eventos de gran envergadura, resultados, una muestra de estas actividades que realizaron, no basta con que nos muestren que han trabajado con fulano, necesitamos corroborar que realmente las hayan realizado, que la propuesta sea de interés nuestro, responsabilidad y seriedad, calidad de la propuesta, la creatividad.

-Medios para contactarse con proveedores

-Más que nada por Internet, pero como también está compras en el proceso, y muchas veces son ellos quienes gestionan la búsqueda de presupuestos y de propuestas. A veces la propuesta la vemos nosotras, y a veces lo hace compras, depende la complejidad del evento y de los tiempos que tenemos.

2- ARCOR - JULIETA BATISTIN – Analista de gestión de RRHH Edificio Chacabuco

-Día habitual de trabajo

-Nuestros días no son rutinarios, hay días que tenes una inducción, otro día que tenes una entrevista, búsquedas de personal, es decir todos nuestros días son diferentes, vamos haciendo foco dependiendo del día, la fecha. Por ejemplo la carga fuerte de capacitación se hace generalmente de marzo a noviembre, los otros meses son más bien para ordenar, archivar, limpiar bases de datos.

Trabajamos fuertemente en los procesos de gestión, comunicación, empleos, capacitación y desarrollo, gestión de clima, en términos generales esas son las funciones fuertes que desarrollamos desde RRHH. Somos dos analistas, uno de administración y otro de gestión, y otra persona que se ocupa de la carga de novedades, altas y bajas, desvinculaciones y liquidaciones. Si bien cada uno tiene su función, nos complementamos, yo me aboco más al vínculo con la

gente, las relaciones, el desarrollo, el día a día con la gente, digamos que es mi fortaleza ya que soy psicóloga.

-Actividad de la empresa

-ARCOR es una empresa manufacturera, sus orígenes se remontan en lo que es la industria de la alimentación, hoy ARCOR tiene una diversidad de negocios importante.

-Cantidad de personal

-20000 en todo el mundo, y en Argentina está el grueso, aquí hay 27 plantas de las 41 que tenemos, la mayoría de los colaboradores somos argentinos, pero el dato exacto no te lo sabría decir. En Córdoba tenemos este edificio corporativo, aquí somos 225 personas aproximadamente, la planta de Bagley, Arrollito, Colonia Caroya, Villa del Totoral.

-Áreas – departamentos

-Consumo masivo comercial (promociones, distribuidores), Consumo masivo industrial (personas que trabajan en planta) son 13000 aproximadamente, Áreas funcionales (sus actividades cruzan a toda la compañía) legales, comunicación, gerencia de planeamiento y desarrollo, fundación Arcor, sus tareas atraviesan a toda la compañía y Área internacional (colaboradores de arcar a nivel internacional)

-Importancia de fomentar la integración, cooperación, trabajo en equipo, liderazgo

-Desde la base ARCOR sostiene de que no existe la posibilidad de trabajar si no están integrados al contexto, la integración es fundamental. Buscamos lograr cada vez más un trabajo profundo, que implique que la gente necesariamente para obtener los resultados trabaje en equipo, y de alto rendimiento. Además de buscar que la persona se integre a su lugar de trabajo, buscamos además integrar a la familia de los colaboradores de Arcor. Trabajamos con acciones muy relacionadas a integrar al colaborador y su familia, por ejemplo organizamos jornadas de puertas abiertas para que vengan a conocer los lugares “donde trabaja mi papa”, “donde trabaja mi mama”, “donde trabaja mi novio”, generamos por ejemplo una escuela de verano en el edificio para que los hijos de los colaboradores puedan participar de esta escuela de verano, el año pasado...no, el año pasado no por una cuestión presupuestaria, sino en el 2008 organizamos

talleres de cine, de teatro, de literatura en donde se invitaba no solo al colaborador si no también a su familia, a sus amigos a participar, con lo cual el concepto de integración está siempre presente en las acciones de ARCOR, desde diferentes lugares, desde el trabajo cotidiano, hasta este tipo de actividades; y ni te digo , bueno la fiesta del día del niño, que nosotros le llamamos fiesta de la familia por que el objetivo no es solo que vaya el chico y se divierta solo, si no generar todo un ambiente de recreación, de integración y bueno de compartir ese momento entre la empresa y el colaborador.

-Que actividades hacen para integrar al personal, para fomentar el trabajo en equipo

-Mira, tenemos actividades formales, que como te decía en principio tienen otro objetivo que no es la recreación y la integración directamente, pero siempre por defecto está presente como por ejemplo una capacitación, como por ejemplo un programa de desarrollo de liderazgo o de otro tipo, pero el objetivo es siempre crear generar un espacio de escucha, y un espacio de reflexión compartido. Otra de las actividades que hacemos son desayunos de comunicación en las plantas, lo cual lo valoran mucho, porque se sienta el gerente operativo de la plata, y habla directamente con los operarios, lo cual no es usual que suceda eso en las empresas. El objetivo es la integración, poder compartir el mismo idioma , el operario lo toma como algo muy positivo porque se siente reconocido, escuchado, al otro día pasa el gerente y lo saluda...son detalles que tienen un impacto sobre la estima y la motivación que son importantes. Tenemos también programas de gimnasia laboral, en donde todo el piso se reúne para hacer 10 o 15 minutos de gimnasia laboral por día, tenemos muchas instancias de actividades en donde logramos la integración...tenemos los outdoor que son actividades al aire libre, no lo trabajamos como algo recreativo sino como un objetivo de diagnostico, para fomentar el trabajo en equipo, la confianza, fortalecer los vínculos, lograr equipos de alto rendimiento, la comunicación, lograr objetivos, etc. Se trabaja muy mucho en equipo en Arcor.

-Área encargada de fomentar las actividades

-Todos somos responsables de esta integración. Desde el área de RRHH lo que hacemos es velar para que esto suceda y que sea cada vez más común y usual, pero la responsabilidad de lograr los objetivos es de toda la compañía, desde el presidente hasta el último colaborador. Por supuesto que hay áreas con más influencia, como es RRHH, pero en términos generales todos lo hacemos.

-Medios que el área de RRHH utiliza con más frecuencia

-Tenemos un procedimiento que todos los proveedores deben pasar por el área de compras. Desde nuestra área tenemos que garantizar que el servicio que nos están ofreciendo nos interesa, que tenga el sustento teórico que estamos necesitando, pero todo lo que es la cotización, el alta del proveedor, etc., pasa por el área de compras.

-Medios a través de los cuales buscan proveedores

-Lo que hacemos primero es averiguar si dentro de los proveedores que tenemos activos, verificamos si fehacientemente este proveedor está dado de alta, si cumple con los requisitos que estamos necesitando, y si la propuesta nos interesa. Si no contamos con un proveedor en la base de datos, salimos y buscamos en el mercado, vemos que hay disponible, vemos cual es la oferta, la propuesta, etc. Somos muy cuidadosos con eso, porque bueno, al ser un servicio, algo intangible, es más difícil.

-Opinión de la recreación empresarial

-Está cada vez más instalada la necesidad de fomentar espacios que tengan que ver con la recreación, con el ocio, con divertirse y pasarla bien...las nuevas generaciones están todo el tiempo necesitando de tener un equilibrio entre su vida personal y profesional... no solo necesitan de empresas que le provean de un buen sueldo y una buena propuesta profesional, sino que además están buscando a ver qué otra cosa más le ofrece la empresa, y toman muy bien todo lo que tenga que ver con la recreación, con pasarla bien, etc. En ese punto vamos a tener que empezar a pensar en estas opciones como algo válido, porque es algo que requieren los nuevos jóvenes y los nuevos talentos.

-Conocimiento de proveedores de animación de eventos o recreación empresarial

- Conozco consultoras que ofrecen el servicio de animación de eventos, para el día del niño, día de la familia, fin de año, etc. porque bueno, somos nosotros los encargados de organizarlo. Pero no conozco empresas que ofrezcan el servicio de recreación empresarial.

-Vínculos con empresa que ofrezcan estos servicios

-Si con empresas que hacen recreación pero para eventos

-Intereses de contratar

-En principio hay que tener bien claro de que es lo que se necesita, porque por ahí puede terminar siendo contraproducente, hay que encontrar el momento, y el lugar, que sea bien tomado, que sea bien visto. Estaría bueno saber mejor de que se trata la propuesta, los servicios, a donde apuntan, etc.

-Atributos que valoran

-Le damos mucha importancia a la responsabilidad social empresarial, así que ese es un punto importante y también exigimos que tengan los mismos estándares de calidad que nosotros.

3- BAUEN EFACEC - CRISTIAN PEREYRA - GERENTE DE RRHH

-Día habitual de trabajo

-Llego a la mañana, veo las novedades del día, el ausentismo, cualquier otra cosa que vaya surgiendo, generalmente inquietudes de la gente, dudas. Después lo q haya de cada día, ingresos, entrevistas, cargar datos en afip, más que nada en esta época del año. En este momento estoy muy involucrado en la parte de producción por mas que no tengo nada que ver con eso, por q hay falta de competitividad en quien debes tenerla, pero me meto, trato de ayudar en otras cosas.

Ahora estoy en la organización de la fiesta de fin de año, contratación de salón, algún artista q ande dando vueltas, pidiendo regalos a los proveedores para sortear. Y después en general me se dar una vuelta por planta, dos horas aproximadamente, estoy con los operarios, interiorizándome de algunas cosas, viendo cómo van con su trabajo, viendo cosas que desde acá de la oficina no se ven. También hago reuniones con los delegados una vez por semana.

-Cuál sería la función y responsabilidades principales

-Ser una área de servicio para las demás áreas de la empresa, amen de ser el área q se encarga de los legajos, la liquidación de sueldos y demás, esa es la función principal, ser un área de servicio, unir a las demás áreas.

-Función de la empresa, actividad

-Metalmecánica, que hacen celdas electromecánicas para distribuidores de energía de media y baja tensión, para todas las empresas de energía.

-Áreas que componen la empresa

-Presidencia, Dirección de producción, Dirección comercial, Dirección de obras, y a su vez cada una tiene sus jefaturas y mandos medios

-Cantidad de empleados

-205

-Importancia de fomentar la integración, cooperación y trabajo en equipo, liderazgo

-Estas cuestiones tienen para nosotros un significado, si se trabaja en equipo por sector, ahora, es difícil q trabajen en equipo entre áreas, el equipo entre sectores es muy difícil, no se ha logrado. Por eso te contaba que actualmente me estoy metiendo en áreas como mediador, etc.

-Que se hace o q se haría para fomentarlo

-Lo que tratamos de hacer es juntar las cabezas de las 5 áreas productivas para que cada uno exponga cuáles son sus necesidades, sus preocupaciones con respecto a su área, los problemas que surgen, etc.

-Y que otro tipo de actividades realizan aparte de las reuniones entre las áreas?

-Se organiza trimestralmente un asado con mandos medios, jefes y algunos destacados importantes de algunos sectores...con ping pong, metegol...se hace los sábados, fuera del ambiente laboral, se tratan otros tipos de temas para justamente tratar de integrar.

-El área encargada de fomentar integración y trabajo en equipo

-El área sería yo, pero en realidad es cada jefe el q se encarga de sus recursos humanos, es decir, yo no me puedo solucionar el problema de toda la gente q este adentro si ellos no están conformes con sus jefes, yo si puedo ayudar a integrar, meterme y demás, no estoy todo los días con ellos, el jefe de él es otro, cada jefe hace su trabajo de recursos humanos también.

-Medios más utilizados

-El mail es el principal medio para comunicarme con proveedores, también el contacto personal. Y el medio para comunicarme con el personal es a través de una publicación mensual “info RH” en donde se publican novedades comerciales, contratos nuevos, cumpleaños, eventos y demás.

-Cuando se busca un servicio en particular, por q medio se busca

-Por Internet y por referencia

-Opinión de recreación empresarial

-Mmmmmm, me parece bueno, depende del nivel de madurez que tenga cada empresa para aplicarla, pero si hay problemas de raíz es complicado, porque queda como que hiciste algo lindo en el año y nada más, y después volvemos a la rutina y los problemas siguen. Tiene que sumar en serio y no ser un gasto más.

-Qué empresas que provean el servicio de animación de eventos o recreación empresarial conoces

-No, no, si se de algunas empresas de paintball, se de algunas instituciones q hacen algunas actividades outdoor, como escalar el champaqui, pasar el día en el campo, pero no más de eso.

-Tienen algún vínculo con alguna empresa de esta rama

-No

- Intereses o expectativas al contratar una empresa de recreación empresarial

- En relación a la animación de eventos sí, siempre se necesita, siempre y cuando la actividad me sume, no tendría problema, pero con respecto a la recreación empresarial creo q tenemos q solucionar otras cosas antes de hacer algo de este tipo, me parece bueno pero no sé si hoy me serviría.

- Cuando contratan una empresa proveedora, cuales son los atributos y características que tendrían en cuenta para contratar

- La cultura que tenga, el cumplimiento, la calidad de prestación de los servicios y principalmente la flexibilidad en el pago, con los proveedores una vez al año hacemos un almuerzo, tenemos buena relación, tratamos de integrarlos.

4- BUSTOS Y BELTRÁN – NATACHA BELTRÁN – ENCARGADA DE RRHH

-¿Cómo es un día habitual de trabajo tuyo?

-Bueno, llego a la empresa todos los días a un horario distinto, porque depende y no tengo horario de entrada fijo. Mi asistente, que es la chica que está encargada de liquidar los sueldos, me informa las novedades del día...si hubo algún problema, una suspensión o algo. Y bueno me pongo a trabajar con lo que haya que hacer. En realidad, todos los días algo distinto, y yo a la una me retiro, porque trabajo medio día. Esta chica se queda hasta las cuatro de la tarde. En general ella tiene como una estructura más rutinaria, porque, o liquida vacaciones, o liquida sueldos o presenta informes. Lo mío es como más dinámico, pero no tengo una estructura típica.

-La función o responsabilidad del área

-Es que el área de personal y recursos humanos, funcione bien. O sea que los temas se resuelvan, que haya la menos conflictividad con el personal. Porque acá el área de recursos humanos no es tanto un área de desarrollo del personal, sino más bien de resolver conflictos, negociación con el sindicato, tratar de que el tema de sueldos esté lo mas prolijo posible.

Las capacitaciones son las que nos exige la ART o el Gobierno de la provincia por el tema de promoción industrial, pero son muy pocas las capacitaciones que surgen como necesidad de la empresa.

- Cual es la actividad de la empresa?

-Frigorífico, es matanza de ganado vacuno, comercialización de carne y de todos los subproductos del ganado.

- Cuáles son las áreas o departamentos por los que está conformada la empresa?

-Hay como 3 grandes áreas: producción, administración y comercialización. El área de administración, está el área de contabilidad, de tesorería y de recursos humanos, que son las tres grandes partes de administración. La producción, se divide en dos partes, Faena, que es la matanza del animal, mantenimiento y por otro lado todo lo que es subproductos (cuero, grasa, hueso, sangre). El área de comercialización, también depende el área de transporte. O sea que tenemos venta con vendedores y transporte de carne.

- ¿Qué cantidad de empleados tiene la empresa?

-168, Creo que fue hasta el mes pasado

-Eventos que realizan durante el año

-mmmm...poco sinceramente, sí hacemos la fiesta de fin de año con todo el personal junto con su familia, o para el día del niño hacemos invitamos a todos los hijos del personal al cine y a comer...pero no mucho más.

- ¿Qué significado tiene para la empresa la integración, cooperación y el trabajo en equipo de los miembros?

-Culturalmente la organización está basada en la cooperación y en la solidaridad, pero no es algo que la empresa se haya propuesto desarrollar. Es algo que nació con la empresa, que se fomentó desde la dirección de la organización y que se da de una manera natural, no es algo que estemos buscando, se da de esa manera y por supuesto que viene bien. Entonces se lo fomenta y se lo estimula, pero tampoco se hacen cosas concretas, como para decir bueno vamos a trabajar en equipo, vamos a hacer esto, no. No hay nada planificado, surgió de la organización de manera informal.

- ¿Hace algo la empresa para fomentar?

- No, lo que si hace es permitirlo, estimularlo, por ejemplo se va a hacer un campeonato de futbol, bueno les compramos las camisetas, o no se estimula la competencia que sería lo inverso para no unir los equipos. En realidad nunca buscamos la competencia entre el personal, ni entre las áreas, ni entre los empleados. Entonces se lo estimula, pero no más que eso.

- ¿Cuál sería la persona encargada de fomentar?

-El gerente general, porque si bien eso es algo más natural del área de recursos humanos, al ser una organización familiar y por más que tenga muchos empleados se sigue manejando como una empresa chiquita, y de familia, el trato con la dirección es directo. Las puertas están siempre abiertas, y los delegados y encargados de áreas entran a la oficina del gerente cuando quieren, entonces el esta mucho en contacto con eso. Y el gerente conoce la vida personal, y familiar de cada uno de los empleados.

- ¿Que medios utiliza el área de recursos humanos para comunicarse con proveedores o quien necesiten?

-Teléfono. Ahora estamos empezando a usar más el e-mail pero poco, en realidad mucho más comunicación telefónica.

- Opinión sobre la Recreación Empresarial

-Conozco poco, me parece interesante pero no he tenido experiencia, o sea que no puedo opinar mas que eso.

- Conocimiento de empresas de animación de eventos o recreación empresarial

-No conozco nada

- ¿Tendrían algún interés o expectativas para contratar a un servicio de ese tipo?

-No, la verdad que nunca nos surgió como una necesidad y las veces que hemos hecho actividades recreativas o que surgieron de los propios empleados. Como ser un asado y un partido de bocha, que no sentimos la necesidad de contratar alguien para que lo organice

- ¿Cuando tienen que contratar a un proveedor, por ejemplo en un evento de fin de año si lo hacen, que atributos valoran de ese proveedor?

-La confiabilidad, que cumpla. Y ese uno de los motivos por los cuales no cambiamos mucho de proveedor. Si contratamos a alguien que cumpla y haga las cosas bien, no comparamos ni presupuesto ni nada, no buscamos otras alternativas. Lo mismo con el tema de regalos empresariales vamos siempre a lo conocido y a lo seguro.

5- FIAT AUTO ARGENTINA - NESTOR FIGUEROA – Gte de RRHH

-Día habitual de trabajo

-Por lo general hay temas que mantienen sus avances en función de lo que es una planificación anual de actividades, y por otra parte cosas que se van generando día a día, el día transcurre entre reuniones, dar vueltas, charlar con la gente, la computadora, etc.

- Funciones y responsabilidades del puesto

- Asegurar la implementación de las políticas de rrhh, verificando que se respeten las variables principales de gestión, y asegurar de que el personal este motivado y entrenado

-Actividad de la empresa

- Fabricación de componentes mecánicos, principalmente cajas de cambio y motores

- Áreas de la empresa

-La parte industrial esta compuesta por el área de producción, de calidad, área de rrhh.

-Cantidad de empleados

- 500

- Eventos que realizan en el año

-Generalmente hacemos 3 o 4 eventos por año, uno es al aniversario de la empresa, otro es para el día de la familia en donde invitamos al personal y toda su familia a algún predio a pasar el día, se hacen actividades deportivas, juegos, etc., y la fiesta de fin de año, que dependiendo el presupuesto que tengamos se hace planificamos el evento.

-Importancia de fomentar integración, la cooperación, el trabajo en equipo, el liderazgo

-Muy importante

-Actividades q se realizan para fomentar

-Si, algunas planificadas, otras emergentes, pero si se hacen, desde workshops a encuentros institucionales, encuentros específicos dentro de las áreas para fomentar el team building, las relaciones entre las personas, el trabajo en equipo, etc.

- Cómo se desarrollan las actividades

- Hemos hecho de casi todas las cosas, cosas dentro de la planta, o en algún salón, o hemos ido a hoteles, o a la Angelina por ejemplo.

- Conocimiento de proveedores de servicios de animación de eventos o recreación empresarial

- No, no directamente. Nos hemos apoyado en lo que nos han recomendado, por referencia.

- Concepto de la recreación empresarial

- Lo tengo categorizado como organización de eventos empresariales, cuando hacemos un evento buscamos que este todo organizado, el sonido, las luces, el catering, algún espectáculo, eventualmente las tarjetas, en función del perfil del evento son diferentes las necesidades.

Cuando hacemos alguna actividad de team building por ejemplo, no son tanto recreación, al menos como yo lo entiendo, en ese caso tenemos un profesional que me desarrolle una actividad con las personas, lo cual no sería recreación, sería más bien una capacitación que una recreación, no es lo mismo un capacitador que tener un animador o alguien que nos hace un show.

Las capacitaciones las hace algún consultor, que en general contratamos por referencia. Previamente desarrollamos un briefing, con los objetivos que queremos.

- ¿Se suelen hacer actividades que involucren juegos?

-Sí, no hemos buscado hasta ahora juegos directamente, tal vez por el perfil de la empresa no hemos hecho solamente juegos, si hemos hecho algún juego ha sido con ocasión de otro tipo de cosa, una capacitación más seria digámoslo así, y el juego como un reforzador del objetivo que se tiene y no como un fin en sí mismo. Por ejemplo, si hacemos una actividad como subir a la quebrada del Condorito, que es más recreativo, lo hemos hecho como para romper el hielo, para distenderse, pero no como un fin en sí mismo si no inserto en algo más serio, pero no como un fin en sí mismo de decir hoy no se trabaja y vamos a divertirnos, eso no lo hemos hecho.

- ¿Quien organiza y dirige estas actividades?

- Muchas veces es gente externa, en ejecución preferimos no estar nosotros directamente, sí estamos en la definición de la actividad, en la organización, en la definición de los objetivos, pero no en la conducción.

-Expectativas e intereses en contratar el servicio

- A mi básicamente lo que me podría interesar son cosas novedosas, habiendo estado como organizador o como participante, ya veo como que las cosas tienden a repetirse.

-Atributos que se valorarían

-Seriedad, confiabilidad, positividad.

-Estrategia para buscar información

-Principalmente buscamos referencia, porque en general no busco experimentar con mi gente. Es difícil que me largue a la piletta con alguien que no conozco, por eso las referencias son importantes. De todas formas probar no está de más. Por ahí alguna vez que nos han ofrecido un servicio nuevo, lo que hacemos es enviar a dos o tres representantes de rrhh para que vean que ofrecen, y si les gusta bueno, ahí vemos de evaluarlo para seguir.

6- LA LÁCTEO – PAOLA ROLANDO – ENCARGADA DE RRHH

-Día habitual de trabajo

-Yo me encargo de todo lo que es liquidación de haberes, de sueldos, control de ausentismo, recibo consultas a diario desde temprano, sobre obras sociales, préstamos, asignaciones familiares, datos de la cuenta, es decir, atiendo mucho a los empleados y además tengo mis tareas operativas como armado de legajos, baja y alta de personal, ART, selección de personal, capacitaciones, etc. Actualmente se están dictando 3 capacitaciones: una de seguridad e higiene, otra de buenas prácticas de manipulación de alimentos y otra relacionada con las normas IRAM.

Por otro lado, el área también administra el comedor de la planta, el cual está subsidiado por la empresa. Los empleados solo abonan \$5 por el almuerzo, y el desayuno es gratis.

Ahora estamos poniéndonos al día con encuestas de clima, evaluaciones de desempeño, etc ya que por un tiempo el área estuvo vacante, por lo cual estaba bastante descuidada la administración de RRHH.

-Actividad de la empresa

-Elaboración de productos lácteos deshidratados, leches, flanes, yogures en esta planta de Ferreira, y en la planta de Villa del Rosario se hace todo lo que es quesos.

-Áreas de la empresa

-Gerencia general – Gerencia de abastecimiento y logística – Gerencia industrial (de la que depende el jefe de producción, el jefe de mantenimiento y seguridad, el jefe de calidad) - Gerencia de administración y finanzas (de la que depende la jefatura de RRHH, la tesorería, administración, sistemas, y contabilidad) - Gerencia comercial (de la que dependen los repositorios y vendedores), encargados de producción y operarios, los cuales se dividen por producto.

- Cantidad de empleados

- 210 más empleados por trabajo eventual, los cuales se contratan por temporada principalmente.

- Importancia de fomentar la integración, trabajo en equipo.

- Para nosotros es muy importante, siempre tratamos de fomentar esto. Ahora justamente queremos hacer la encuesta de clima porque queremos saber cómo se siente la persona en su puesto de trabajo y tenemos pensado organizar una actividad para integrar a los hijos de los empleados, un “family day” digamos..., pero hasta el momento no se han hecho actividades recreativas para los empleados. Los puestos más altos sí tienen sus reuniones, sus almuerzos de trabajo, pero la parte administrativa al ser pocos no tenemos ninguna actividad, no hacemos reuniones.

Para fin de año sí juntamos a toda la planta, en el comedor...hacemos un brindis, un almuerzo. La organización de estas actividades también está a cargo de ésta área.

-Área encargada de fomentar

-RRHH, pero al depender de la gerencia de finanzas estamos muy limitados.

-Medios para comunicarse

-Internet, teléfono, pero para elegir un proveedor por ejemplo nos fijamos primero en las propuestas que nos traen, pero no salimos generalmente a buscar.

-Qué conoce / opina de recreación empresarial

-Yo creo que acá vendría muy bien este tipo de actividades, muchos empleados que trabajan aquí desde hace muchos años tienen la camiseta puesta de La Lácteo y estaría bueno hacer actividades para conocernos entre todos.

-¿Conoces a algún proveedor de servicios de animación de eventos o recreación empresarial?

-No, no conozco ninguna

-Vínculo con alguna empresa

-No

-Intereses o expectativas

-A largo plazo sí, pero a corto plazo no, lo veo muy complicado, estamos muy limitados, es más, con las capacitaciones nos limitaron un monto por el tema del presupuesto. A nosotros por supuesto que nos gustaría, pero actualmente hay otras prioridades en la empresa.

-Atributos valorados

-Seriedad, organización, la relación costo-beneficio sin duda, predisposición, cumplimiento.

7- EMPRESA ANÓNIMA – SILVANA PUEBLA – ENCARGADA DE RRHH

-Día habitual de trabajo

- Dependiendo la época del año, ahora por ejemplo estamos en lo que es selección de personal y en el plan de capacitación inicial. Mi forma de trabajar es organizar un día antes las actividades que voy a tener el día siguiente de acuerdo a las prioridades, a las urgencias y bueno, todo lo que vaya surgiendo.

-Actividad de la empresa

- Esto es una matricería, hace matrices para piezas de autos.

- Áreas de la empresa

- RH, administración, compras, área comercial, diseño, calidad, fabricación en sí, logística

- Cantidad de empleados

- 400

- Eventos que realiza la empresa

- 1 de mayo, día del niño, fiesta de fin de año, y para algún aniversario de la empresa, por ejemplo el festejo de los 30 años de la empresa. En general los realizamos en algún salón o predio bien amplio, hacemos un asado, contratamos a algún humorista, y en el caso del día del niño lo que hacemos es contratar el superpark para que los empleados vayan con sus chicos.

-Importancia de integrar al personal, fomentar la cooperación, el trabajo en equipo

- Son cuestiones importantes para la empresa...sí

-Actividades para fomentar la integración, el trabajo en equipo

- Dentro de los planes de capacitación hemos tenido actividades relacionadas con la recreación, pero no es una práctica muy habitual. Nunca lo hicimos con la empresa completa, pero sí con cada sector puntual, según las necesidades. Por ejemplo cuando se da una capacitación a la gente de proyecto, que tiene que ver con cuestiones técnicas, por ahí más formales, y luego se cierra con una actividad de recreación, sí relacionada al trabajo en equipo, a la comunicación, pero siempre está vinculada al psicólogo que da la capacitación, que en este caso es una psicóloga organizacional que nos brinda este servicio; nos da la capacitación y aparte trae asociada esta otra actividad como refuerzo. Por ejemplo ha incluido actividades que tienen que ver con trabajar con música, o distintos bailes, danzas, otras con elementos de gimnasia, por ejemplo pelotas o aros, otras actividades en donde tenían que trabajar cortando revistas, haciendo collages, organizarse en equipo de acuerdo a alguna premisa.

-Conocimiento de proveedores de servicio de animación de eventos o recreación empresarial

-No, no puntualmente de recreación empresarial o animación de eventos, sí conozco y tengo ofrecimiento de consultoras que su actividad principal es la capacitación, y a partir de la capacitación en sí surgen estas otras actividades, como anexas, que colaboran a lograr el éxito o la premisa final, pero no que sean profesores de gimnasia dirigidos totalmente a la recreación. Es más, nunca recibí ninguna oferta relacionada a la recreación empresarial puntualmente.

-Intereses o expectativas de contratar un servicio de tales características

-Esta es una empresa muy clásica, muy aferrada a los viejos formatos, no veo que en el momento y en la situación actual que estamos pasando sea una opción para nosotros, pero bueno, no descarto que de acá a un tiempo podamos estar pensando en por ahí innovar en este tipo de cuestiones.

-Atributos que valorarían de empresas proveedoras de estos servicios

-Principalmente la experiencia, y con empresas de nuestro rubro. Es importante que sepan bien cuáles son nuestros objetivos, nuestras características, que es lo que necesitamos; ver que el producto que compremos sea bien a nuestra medida y no por ahí enlatados. Es importante que puedan captar la idea que nosotros les proponemos.

-Medios para contactarse, comunicarse

-Mucho a través del mail, pero también por ejemplo hay gente que te llama por teléfono y también es una opción válida. En general y por suerte recibo muchísimas ofertas y siempre me baso en eso, cuando tengo que elegir siempre tengo dos o tres opciones y las voy conociendo, veo. Y si no también busco en internet, o pregunto a colegas de otras empresas que experiencias tienen....

8 - METALÚRGICA ROMA - ARIEL DIRRIENZO - GERENTE DE RRHH

-Día habitual de trabajo

-El día comienza a las 8 de la mañana, ingreso a la empresa, veo todas las novedades que hay en la guardia, después tenemos una reunión de producción, en donde se habla de todas las novedades de días anteriores y de ese día, y luego me voy a mi área a programar y a ver que hace

falta, y el día se va armando dependiendo de las necesidades que haya ese día. La particularidad del área de RRHH es que justamente es muy dinámica, si bien hay una planificación de las actividades por hacer, siempre van surgiendo cosas en el día para resolver.

-Funciones y responsabilidades del área

- La responsabilidad más importante del área es ser el nexo válido entre la gente y la empresa, es que haya un cordial diálogo, y relación, que eso es lo que lleva adelante toda la organización, si no hay una cordial comunicación entre los dos es imposible llevar adelante la empresa, de ahí se desprenden el resto de las tareas de rrhh que tienden a lograr eso, que es la política de remuneraciones, la política de comunicación, evaluaciones de desempeño, etc, etc.

-Actividad de la empresa

-Mecanizado de piezas de precisión para la industria automotriz y aeronáutica, es un servicio, no es producción.

-Áreas de la empresa

-Producción, calidad, ingeniería, mantenimiento, rrhh, comercial, administración y logística

-Cantidad de empleados

-300

-Qué eventos realizan durante el año y cuáles son las características de los mismos

-En general hacemos el evento de fin de año, la fiesta del día de la familia, que sería para el día del niño, la cual la realizamos en la planta nueva de la empresa, contratamos todo el servicio de catering y animación, la idea es que el personal se sienta valorado, tanto el cómo su familia. También hemos hecho eventos para los 20 y 25 años de la empresa, pero en esa ocasión no se invita a toda la familia sino solo el personal de la empresa, hay shows musicales, cena....

- Importancia de fomentar la integración, el trabajo en equipo, la cooperación, el liderazgo

- Para la empresa es muy importante el trabajo en equipo, es fundamental.

- Actividades para fomentar lo anterior

-Se hacen cursos, se trabaja mucho sobre los líderes, sobre el personal que tiene gente a cargo, de todas maneras en época de mucha producción es medio difícil hacerlo, porque se necesita producir, pero se trata de hacer lo más que se puede. Se hacen campeonatos de futbol, asados, pero no trabajos outdoor relacionados con el trabajo en equipo por lo menos para las líneas, sí para las áreas gerenciales.

- Conocimiento de la recreación empresarial

- Me suena a trabajos outdoor de la alta gerencia, pero no conozco mucho.

- ¿Que empresas conoces que brinden servicios de animación de eventos o recreación empresarial?

- Conozco varias, no recuerdo los nombres pero sí conozco, por ejemplo hemos trabajado con “servicios institucionales” que es una consultora que nos ha ofrecido ese tipo de actividades, o con “pedemonte y asociados”.

- ¿Cuales son las actividades que hacen?

- Sobre todo trabajo en equipo, manejo de personal, estrategias empresariales, etc.

- Expectativas cuando contratan este servicio

- La expectativa es que realmente el objetivo que se quiere lograr con la capacitación se logre, que el mensaje llegue, que la gente se involucre, se responsabilice con su tarea, eso básicamente.

- Atributos que valoran

- Experiencia, la llegada que tenga a las personas que hacen el curso, por que justamente el objetivo es que se modifiquen conductas y que se logre un objetivo que no se está logrando en ese momento, la responsabilidad y la seriedad también son atributos importantes.

- ¿Cómo contactan a los proveedores de estos servicios?

- Principalmente nos manejamos por referencias, pedimos referencias de otras empresas.

- ¿Cuáles son los medios de comunicación a los que acceden con mayor frecuencia y más utilizan?

- Generalmente utilizamos mucho Internet y teléfono

9 - EMPRESA ANÓNIMA -DOLORES- ENCARGADA DE RRHH

-Día habitual

-Generalmente las actividades del área un día habitual se basan en ver las novedades del día, controlar el ausentismo, hacer selección de personal, elaborar los programas de capacitación, evaluación de desempeño...dependiendo de la época del año nos enfocamos mas en unos temas que en otros, por ejemplo a fin de año somos nosotros los encargados de organizar la fiesta por ende tenemos que abocarnos más a ese tema.

-Actividad de la empresa

- Producción y distribución de bebidas

-Áreas/departamentos

- Gerencia general, gerencia industrial, gerencia de administración y finanzas, gerencia comercial, gerencia de RRHH.

-Cantidad de empleados

-300

- Eventos que realiza durante el año

-Por lo general hacemos una fiesta para el día del trabajador en donde se invita a todo el personal a pasar una jornada recreativa en un predio, para lo cual se suele contratar a una empresa que lo organice, lo mismo hacemos para el día del niño, pero en este caso asiste el personal con su familia, y para la fiesta de fin de año solemos hacer una cena show también con el personal y sus parejas, sin chicos.

-Importancia que tiene el fomento de la integración, cooperación, trabajo en equipo, el liderazgo

-En esta empresa son cuestiones muy relevantes ya que principalmente la labor se basa en trabajar en equipo e integrados con todas las áreas...

-Actividades que fomenten lo anterior

-Hacemos campeonatos de futbol, algunas actividades al aire libre, también capacitaciones técnicas, con un objetivo particular y que indirectamente favorecen a la integración...

-Conocimiento de recreación empresarial

-Por lo que tengo entendido tiene que ver con hacer eventos para empresas, con actividades outdoor, juegos y demás...pero sinceramente no conozco mucho.

-Qué empresas conocen que brinden servicio de animación de eventos y recreación empresarial

- Conozco empresas que hacen animación de eventos, como por ejemplo play time, era eventos o mdb, pero no conozco empresas que se dediquen puntualmente a “recreación empresarial” acá en Córdoba.

-Atributos que valoraría de una empresa proveedora de estos servicios

-Principalmente valoraría la confiabilidad, la buena predisposición, la calidad del servicio...

-¿Qué intereses y expectativas tendría?

-Creo que en varias ocasiones podría ser útil el servicio de animación de eventos para que nuestra área no esté tan cargada durante el proceso de organización de un evento, la idea sería que se ocupen de todos los detalles...que nos demandan bastante tiempo a nosotros. La recreación empresarial lo veo algo interesante pero no se conoce mucho al respecto.

-Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia

- Teléfono e Internet...cuando tenemos que buscar un proveedor para un evento generalmente recurrimos a las propuestas que nos traen, es usual que nos traigan carpetas institucionales con diversas propuestas, o nos llaman por teléfono...no solemos salir a buscar nosotros.

10 – EMPRESA ANÓNIMA – MARCOS SISTERO – ENCARGADO DE RRHH

-Día habitual / funciones y responsabilidades

-Control de ausentismo, novedades, liquidación de sueldos quincenalmente, afiliación a obras sociales, pago de asignaciones familiares, recepción de reclamos, desvinculaciones, y también

nos ocupamos de organizar los eventos...por ejemplo en marzo hacemos un listado de todo el personal y la cantidad de hijos de cada uno para preparar el bolsón escolar, lo mismo hacemos para el día del niño, hacemos el listado de hijos por operario para entregarles entradas para el superpark...

-Actividad de la empresa

-Armado de automóviles

-Áreas de la empresa

-Compras, comercio exterior, RH, logística, proveedores, venta a concesionarios y a particulares, y la planta.

-Cantidad de empleados

-1500

-Eventos que realiza durante el año

-Para el día del trabajador hacemos una locreada dentro de un quincho de la empresa, se contrata un catering, lo mismo para el 25 de mayo, se contrata un grupo de música folclórica y nada mas...después para el día del niño se contrata un parque, por ejemplo el superpark para que vayan los hijos de los operarios, se les da un refrigerio...y para la fiesta de fin de año se contrata un lugar bien grande, la FICO por ejemplo, y se hace una cena, se contrata algún grupo de música, show, o algún humorista. En este evento generalmente está invitado todo el grupo familiar del empleado, pero si no hay mucho presupuesto se invita al operario y a su pareja.

-Conocimiento de recreación empresarial

-Tiene que ver con motivar a la gente con actividades recreativas....creo que se está conociendo de a poco lo que es la recreación empresarial, pero aun no se le está dando mucho lugar por las crisis económicas, por los torbellinos del día a día...es algo novedoso que se puede llegar a pensar, pero no se le da lugar por esto que te comentaba.

-Importancia de fomentar la integración, trabajo en equipo, cooperación, liderazgo

-Desde RH es fundamental la cooperación, el trabajo en equipo y demás porque es algo indispensable para llegar a buen puerto, desde la empresa se intenta velar por este tipo de cosas porque el trabajo en la planta implica un trabajo en equipo sí o sí...asi q sin duda es importante.

-Qué actividades hacen para fomentar lo anterior

-Habría que trabajarlo más para mejorar, para que haya mas cohesión y sinergia entre la gente, pero no se hacen actividades puntuales para fomentarlo actualmente.

-Conocimiento de empresas que ofrezcan animación de eventos o recreación empresarial

-Conocemos empresas que hacen organización de eventos, pero no que hagan animación o recreación de eventos.

-Atributos valorados

-Experiencia, cumplimiento, profesionalismo.

-Intereses

-Depende del objetivo planteado....por ejemplo para darle un beneficio a la gente....agasajar a la gente de montaje por haber cumplido su objetivo.

-Medios a los que tienen mayor acceso y usan con mayor frecuencia / obtención de información

-Teléfono, mail, fax....depende...para contactarnos con proveedores lo más habitual es que vayamos a lo conocido, buscamos los proveedores que anteriormente hayan trabajado con nosotros, y si no tienen lo que buscamos ahí salimos a buscar en el mercado...en internet, o pedimos referencias, o vemos las propuestas que nos traen...

Entrevista a la directora general de RYE

¿Cuál es la actividad de la empresa?

La actividad de RYE consiste en planificar y coordinar eventos recreativos a partir de la necesidad del cliente.

Rye tiene como principal herramienta de trabajo el juego. A través del mismo busca generar espacios que permitan a los participantes crear, aprender, expresar, compartir y disfrutar; espacios en donde cada participante sea protagonista de su acción, interactuando y cooperando con los demás.

Consideramos al juego como un derecho del ser humano, una actividad vivencial de conocimiento, en donde se manifiestan sentimientos y emociones, en donde se aprende a relacionarse con los demás, estimulando la imaginación y la creatividad.

¿Cuándo y cómo comenzó?

RYE empezó a comienzos del 2008, animando cumpleaños infantiles y para adultos. Con el tiempo, a medida que nuestros clientes nos fueron recomendando, empezamos a hacer animación en eventos más multitudinarios principalmente en empresas, como ser: fiestas de fin de año, festejo del día del niño, día de la familia, aniversarios, etc.

El hecho de ir vinculándonos con empresas nos abrió una nueva puerta: la recreación empresarial. Vimos la necesidad en ellas de hacer actividades recreativas como una forma de salirse de la rutina laboral por un lado, pero también como una forma para integrar al personal, fomentar el trabajo en equipo y la cooperación. Es a partir de esto que nos adentramos más a este campo y desarrollamos la propuesta de recreación empresarial.

¿Cómo está formada la empresa?

Somos dos socias, yo estoy a cargo de la dirección general y del área de administración y ventas, y Milena, del área de logística y planificación. Ambas coordinamos los eventos. Todo lo demás es externo: un contador nos lleva adelante la gestión contable, contratamos a un diseñador cuando necesitamos alguna gráfica y para los eventos contratamos recreólogos, profesores de educación física, murgas, gente de circo, shows musicales y servicio de catering, dependiendo las características del evento.

¿Cuál es la misión y la visión de RYE?

Nuestra misión es brindar un servicio profesional de animación y recreación de eventos, logrando la satisfacción y conformidad de cada uno de nuestros clientes. Con respecto a nuestra visión, si bien nunca nos lo planteamos formalmente, apuntamos a ser un referente en animación de eventos y recreación empresarial en la provincia de Córdoba.

¿Cuáles son los públicos a los que apuntan?

Apuntamos a empresas, escuelas, sindicatos e instituciones públicas, pero por el momento queremos hacer foco en grandes empresas ya que es un público que precisa de estos servicios e invierte en ellos.

¿Qué servicios ofrecen?

Ofrecemos dos tipos de servicios: animación de eventos y recreación empresarial.

El primero consiste en la planificación y coordinación de actividades recreativas y de animación para eventos corporativos, como por ejemplo para las fiestas de fin de año, fiesta del día de la familia, del día del niño, de la primavera, aniversarios, día de campo, etc.

Este servicio incluye juegos recreativos, juegos de postas, títeres, inflables, circo, murga, magia, mimo, shows musicales, painting, globología, kermés, karaoke y sonido dependiendo del objetivo del evento y del presupuesto del cliente.

Por su parte, la recreación empresarial, consiste en la planificación y coordinación de dinámicas y juegos orientados a fomentar, en las empresas, la integración, el trabajo en equipo, la creatividad, el liderazgo, la cooperación, el sentido de pertenencia, la motivación, la confianza y la diversión.

La modalidad de trabajo se basa en jornadas outdoor e indoor en donde se desarrollan diversas actividades que buscan enseñar a través del aprendizaje vivencial.

¿Con quiénes han trabajado hasta el momento?

Hemos trabajado para Bagley, el Colegio Gabriel Taborín, el Sindicato de Petroleros, el Consejo de la Mujer, Nueva Tribu, Soprt Complement, Metalúrgica Roma, Nextel, Blackberry, Club La Tablada, Denti's, Bunge y en más de 30 cumpleaños infantiles a domicilio.

¿Qué estrategias de comunicación/medios utilizan para comunicar e informar a su público de interés?

Hemos desarrollado muy pocas estrategias de comunicación por la falta de presupuesto principalmente. Los trabajos que hemos hecho han surgido por recomendaciones o por boca en boca.

Tenemos una página Web en donde los clientes pueden ingresar a ver nuestras propuestas, las fotos de los eventos realizados, los clientes con los que hemos trabajado y la posibilidad de hacer una consulta desde el mismo sitio, pero actualmente la misma está desactualizada ya que se diseñó cuando comenzamos, y desde entonces ha habido algunos cambios. Por ejemplo, antes ofrecíamos el servicio de animación y recreación en centros turísticos o animación de cumpleaños infantiles, la idea ahora es enfocarnos solo en servicio de animación y recreación empresarial para el público de las grandes empresas.

Hicimos folletos promocionando el servicio de animación de fiestas infantiles, tarjetas de contacto y carpetas institucionales apuntando al público de las empresas. No hemos definido una política para distribuir las carpetas, hasta ahora las entregamos en casualmente cuando se nos presenta una oportunidad.

Últimamente estuvimos concentrados en el desarrollo del servicio de recreación empresarial para ofrecer un producto de calidad a un público muy exigente como son las grandes empresas, por este motivo no hemos hecho publicidad, ya que aún no estaba lista la propuesta. Ahora sí estamos en condiciones de armar una estrategia de comunicación apuntando a las grandes empresas y estamos dispuestos a invertir en ello ya que creemos que es un público que precisa estos servicios y la oferta actual es muy escasa.

¿Cuáles son los valores y atributos que desean transmitir como empresa?

Basamos nuestro trabajo en actividades lúdicas, que espontáneamente generan diversión, por lo tanto este es un atributo inherente al servicio que ofrecemos.

Otro de nuestros atributos es el profesionalismo, nos comprometemos con lo que hacemos, con seriedad, respeto y entregando todo para ser efectivos. Por ejemplo, en el caso del servicio de recreación empresarial hacemos un análisis previo y posterior del grupo con el que

vamos a trabajar y luego desarrollamos un informe para que el cliente corrobore el cumplimiento de los objetivos.

Otro atributo que consideramos válido transmitir es la experiencia. Si bien hace sólo 3 años que estamos en el mercado, hemos hecho varios eventos y tenemos un registro de todos ellos, así como también material documental visual y audiovisual de los trabajos realizados para dar fe de ello.

Análisis de contenido

Grilla de análisis del Sitio Web de RYE

SITIO WEB	
Isologotipo	Está presente en la parte superior del sitio y los colores están invertidos: isologotipo blanco con un fondo verde.
Colores identificatorios	El color verde y blanco es el que prevalece en todo el sitio, sin embargo se ven variantes de las tonalidades de verde en la página de inicio. Los textos que aparecen ingresando a las páginas son de color verde en contraste con el fondo blanco, al igual que los títulos de cada página, mientras que el menú es verde y los nombres de todas las páginas ubicados en él, blancos.
Tipografía	Se utilizan 2 tipografías, Berlín Sans en botones y títulos, y Arial en textos.
Atributos proyectados	Profesionalismo y experiencia podrían considerarse como los únicos atributos proyectados en el sitio Web aunque de manera inconsistente (cuando se presenta a RYE se hace referencia a que está conformado por “profesionales especializados”, y en la sección fotos y clientes reflejan experiencia).
Contenido	Está compuesta por 6 páginas: Inicio, Servicios, Quienes Somos, Fotos, Contacto y Nuestros clientes. En la primera aparece una transición de fotos de eventos realizados con un mensaje: "jugando logramos compartir y cooperar, resolver y divertirnos, aprender, animarnos e integrarnos, liberarnos y emocionarnos...juguemos juntos". Dentro de la sección Servicios, aparecen 4 fotos que representan 4 servicios y que son los vínculos para ingresar a cada uno de ellos: animación de eventos, recreación para empresas, recreación y animación para centros turísticos y otros servicios. Ingresando al link de cada servicio se brinda una breve descripción de los mismos y se exponen fotos relacionadas con cada uno. La sección fotos tiene carpetas de fotos de todos los eventos realizados; Nuestros clientes, los logos de todas las empresas e instituciones clientes; y Contacto, un formulario de consulta que se envía automáticamente al mail de RYE, y en la parte inferior, la información de contacto.
Información de contacto	Dos números de contacto y el e-mail institucional
Canales de difusión	La dirección del sitio Web está presente en la carpeta institucional y en las tarjetas personales de las propietarias.

Carpeta Institucional

CARPETA INSTITUCIONAL	
Isologotipo	Está presente en la tapa de la misma y en las dos hojas que la componen. En ambas partes está ubicado sobre el costado inferior derecho.
Colores identificatorios	Están presentes los colores que identifican a RYE: verde (en el isologotipo, en el membrete de la hoja y la carpeta y en la tipografía de la información de contacto) y blanco (fondo).
Tipografía	Se utiliza fuente Arial color negro para textos, y Arial, negrita, sombreada, color negro para títulos.
Atributos proyectados	Profesionalismo.
Contenido	El exterior de la carpeta está compuesto por el isologotipo en el frente y la información de contacto en el dorso. En el interior, se hace una presentación de la organización, luego se enlistan los servicios, divididos en "Recreación empresarial" y en "Eventos especiales", y en la segunda hoja se presenta una lista con las diversas actividades que se incluye en los servicios., seguida de una breve explicación del objetivo de la recreación empresarial.
Información de contacto	En el dorso de la carpeta está presente el e-mail institucional, la dirección del sitio Web y un teléfono de contacto.
Canales de difusión	Se entregan en oportunidades casuales, no tienen una política de distribución definida.

Grilla comparativa de análisis de sitios Web de la competencia

EMPRESA	Actividad de la empresa	Atributos proyectados	Servicios ofrecidos a empresas
ERA eventos	Organización y animación de fiestas	“Responsabilidad, respeto y amor por lo que hacemos”	-Aniversarios -Día de la familia -Día del niño -Festejos de fin de año
Asterisco producciones	Organización de eventos corporativos	“Profesionalismo, trayectoria, experiencia, disfrute, optimización de costos”	-Día del trabajador -Día de la secretaria -Día del niño -Family days -Fiestas de fin de año
MDB Grupo Creativo	Diseño, organización, gestión y ejecución de todo tipo de eventos recreativos y formales	“Calidad, calidez y personalización de los productos”	-Eventos empresariales(family day, día del niño, fiesta de fin de año) -Presentación de destinos
Consultora Servicios Institucionales	Servicios de formación, desarrollo empresarial y selección de personal	“Profesionalismo, Honestidad, Respeto, Reserva, Seriedad, Dedicación, Creatividad”	-Capacitaciones en liderazgo, motivación, trabajo en equipo, resolución de conflictos, etc.
Del sur entretenimientos	“Entretenimiento para empresas y pymes”	“Servicio en base a sus necesidades”	-Fiesta del día del niño -Día de campo -Encuentro deportivo

Resumen de entrevistas a encargados de RRHH de grandes empresas de Córdoba.

		ARCOR	BAUEN EFACEC
Eventos	Eventos que realiza la empresa durante el año	fiesta de fin de año, aniversarios, fiesta del día del niño, de la familia, talleres de cine, de literatura y de teatro	Realizamos la fiesta de fin de año, hacemos dos asados por año para integrar al personal, y cuando la empresa cumple años también es ocasión de evento.
	Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)	"...integrar al colaborador y su familia"...organizamos jornadas de puertas abiertas para que vengan a conocer los lugares "donde trabaja mi papa", "donde trabaja mi mama", "donde trabaja mi novio", generamos una escuela de verano en el edificio para que los hijos de los colaboradores puedan participar".. "Fiesta de la familia el objetivo no es solo que vaya el chico y se divierta solo, si no generar todo un ambiente de recreación, de integración".. "compartir ese momento entre la empresa y el colaborador"	...con ping pong, metegol...se hace los sábados, fuera del ambiente laboral...los organizo yo...también hago la contratación de salón, algún artista q ande dando vueltas, pido regalos a los proveedores para sortear...
Recreación empresarial	Lugar/importancia que tiene la integración, cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.	ARCOR sostiene de que no existe la posibilidad de trabajar si no están integrados al contexto, la integración es fundamental. Buscamos lograr cada vez más un trabajo profundo, que implique que la gente necesariamente para obtener los resultados trabaje en equipo	Un gran significado, si se trabaja en equipo por sector, ahora, es difícil q trabajen en equipo entre áreas, el equipo entre sectores es muy difícil, no se ha logrado. Por eso te contaba que actualmente me estoy metiendo en áreas como mediador, etc.
	Actividades que realizan para fomentar lo anterior.	Capacitación, programa de desarrollo de liderazgo, outdoor, programas de gimnasia laboral, desayunos de comunicación en las plantas	Lo que tratamos de hacer es juntar las cabezas de las 5 áreas productivas para que cada uno exponga cuáles son sus necesidades, sus preocupaciones con respecto a su área, los problemas que surgen...Se organiza trimestralmente un asado con mandos medios, jefes y algunos destacados importantes de algunos sectores...
	Concepto de recreación empresarial	Esta cada vez mas instalada la necesidad de fomentar espacios que tengan que ver con la recreación, con el ocio, con divertirse y pasarla bien...las nuevas generaciones están todo el tiempo necesitando de tener un equilibrio entre su vida personal y profesional... no solo necesitan de empresas que le provean de un buen sueldo y una buena propuesta profesional, sino que además están buscando a ver qué otra cosa más le ofrece la empresa, y toman muy bien todo lo que tenga que ver con la recreación, con pasarla bien, etc. En ese punto vamos a tener que empezar a pensar en estas opciones como algo valido, porque es algo que requieren los nuevos jóvenes y los nuevos talentos.	Me parece bueno, depende del nivel de madurez que tenga cada empresa para aplicarla, pero si hay problemas de raíz es complicado, porque queda como que hiciste algo lindo en el año y nada más, y después volvemos a la rutina y los problemas siguen. Tiene que sumar en serio y no ser un gasto más.
Interés del servicio	Qué empresas conocen que brinden estos servicios	No conozco a RYE, si conozco consultoras que ofrecen el servicio de animación de eventos, para el día del niño, día de la familia, fin de año, etc. porque bueno, somos nosotros los encargados de organizarlo. Pero no conozco empresas que ofrezcan el servicio de recreación empresarial.	No, no, si se de algunas empresas de paintball, se de algunas instituciones que hacen algunas actividades outdoor, como escalar el champaqui, pasar el día en el campo, pero no más de eso.
	Atributos que se valorarían de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial	Calidad, profesionalismo y experiencia y diversión.	Cumplimiento, calidad en la prestación de los servicios y creatividad.
	Intereses y expectativas de contratar estos servicios	En principio hay que tener bien claro de que es lo que se necesita, porque por ahí puede terminar siendo contraproducente, hay que encontrar el momento, y el lugar, que sea bien tomado, que sea bien visto. Estaría bueno saber mejor de que se trata la propuesta, los servicios, a donde apuntan, etc.	En relación a la animación de eventos sí, siempre se necesita, siempre y cuando la actividad me sume, no tendría problema, pero con respecto a la recreación empresarial creo q tenemos q solucionar otras cosas antes de hacer algo de este tipo, me parece bueno pero no sé si hoy me serviría.

Hábitos de información	Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia	Tenemos un procedimiento que todos los proveedores deben pasar por el área de compras. Desde nuestra área tenemos que garantizar que el servicio que nos están ofreciendo nos interesa, que tenga el sustento teórico que estamos necesitando, pero todo lo que es la cotización, el alta del proveedor, etc., pasa por el área de compras	El mail es el principal medio para comunicarme con proveedores, también el contacto personal. Y el medio para comunicarme con el personal es a través de una publicación mensual "info rh" en donde se publican novedades comerciales, contratos nuevos, cumpleaños, eventos y demás.
	Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)	Lo que hacemos primero es averiguar dentro de los proveedores que tenemos activos, verificamos si fehacientemente este proveedor esta dado de alta, si cumple con los requisitos que estamos necesitando, y si la propuesta nos interesa. Si no contamos con un proveedor en la base de datos, salimos y buscamos en el mercado, vemos que hay disponible, vemos cual es la oferta, la propuesta, etc. Somos muy cuidadosos con eso, porque bueno, al ser un servicio, algo intangible, es más difícil.	Por Internet y por referencia

		METALURGICA	LA LACTEO
Eventos	Eventos que realiza la empresa durante el año	En general hacemos el evento de fin de año, la fiesta del día de la familia, también hemos hecho eventos para los 20 y 25 años de la empresa.	Para fin de año juntamos a toda la planta...hacemos un brindis, un almuerzo para todos, hacemos también visitas por la planta para colegios, y también queremos hacer el día de la familia para que participe la familia de los empleados...
	Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)	La fiesta del día de la familia, que sería para el día del niño, la cual la realizamos en la planta nueva de la empresa, contratamos todo el servicio de catering y animación, la idea es que el personal se sienta valorado, tanto el cómo su familia....para los 20 y 25 años de la empresa, pero en esa ocasión no se invita a toda la familia sino solo el personal de la empresa, hay shows musicales, cena....	...juntamos a toda la planta, en el comedor....hacemos un brindis, un almuerzo. La organización de estas actividades también está a cargo de ésta área...pero al depender de la gerencia de finanzas estamos muy limitados
Recreación empresarial	Lugar / importancia que tiene la integración, cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.	Para la empresa es muy importante el trabajo en equipo, es fundamental.	es muy importante, siempre tratamos de fomentar esto. Ahora justamente queremos hacer la encuesta de clima porque queremos saber cómo se siente la persona en su puesto de trabajo
	Actividades que realizan para fomentar lo anterior.	se hacen cursos, se trabaja mucho sobre los líderes, sobre el personal que tiene gente a cargo, de todas maneras en época de mucha producción es medio difícil hacerlo, porque se necesita producir, pero se trata de hacer lo más que se puede. Se hacen campeonatos de futbol, asados, pero no trabajos outdoor relacionados con el trabajo en equipo por lo menos para las líneas, sí para las áreas gerenciales.	...hasta el momento no se han hecho actividades recreativas para los empleados. Los puestos más altos sí tienen sus reuniones, sus almuerzos de trabajo, pero la parte administrativa al ser pocos no tenemos ninguna actividad, no hacemos reuniones.
	Concepto de recreación empresarial	Me suena a trabajos outdoor de la alta gerencia, pero no conozco mucho.	Yo creo que acá vendría muy bien este tipo de actividades, muchos empleados que trabajan aquí desde hace muchos años tienen la camiseta puesta de la lácteo y estaría bueno hacer actividades para conocernos entre todos.
Interés del servicio	Qué empresas conocen que brinden estos servicios	"servicios institucionales" que es una consultora que nos ha ofrecido ese tipo de actividades, o con "pedemonte y asociados".	No, no conozco ninguna
	Atributos que se valorarían de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial	Experiencia, responsabilidad y seriedad.	Seriedad, predisposición Y cumplimiento.

	Intereses y expectativas de contratar estos servicios	En cuanto a la animación de eventos la expectativa sería que la gente la pase bien, se divierta, y en cuanto a la recreación empresarial la expectativa es que realmente el objetivo que se quiere lograr se logre, que el mensaje llegue, que la gente se involucre, se responsabilice con su tarea, eso básicamente.	para lo que son eventos si lo veo interesante y la expectativa sería desentendernos de todo lo que es la organización ya que eso nos demanda mucho tiempo, pero para recreación empresarial lo veo muy complicado, estamos muy limitados, es más, con las capacitaciones nos limitaron un monto por el tema del presupuesto. A nosotros por supuesto que nos gustaría, pero actualmente hay otras prioridades en la empresa.
Hábitos de información	Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia	Internet y teléfono	Internet, teléfono....
	Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)	Principalmente nos manejamos por referencias, pedimos referencias de otras empresas	...para elegir un proveedor lo primero que hacemos es fijarnos en las propuestas que nos traen, pero no salimos generalmente a buscar.

		FIAT	MATRICERÍA
Eventos	Eventos que realiza la empresa durante el año	Generalmente hacemos 3 o 4 eventos por año, uno es al aniversario de la empresa, otro es para el día de la familia...y la fiesta de fin de año, que dependiendo el presupuesto que tengamos planificamos el evento.	1 de mayo, día del niño, fiesta de fin de año, y para algún aniversario de la empresa, por ejemplo el festejo de los 30 años de la empresa.
	Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)	...el día de la familia, en donde invitamos al personal y toda su familia a algún predio a pasar el día, se hacen actividades deportivas, juegos, etc.	En general los realizamos en algún salón o predio bien amplio, hacemos un asado, contratamos a algún humorista, y en el caso del día del niño lo que hacemos es contratar el superpark para que los empleados vayan con sus chicos.
Recreación empresarial	Lugar / importancia que tiene la integración, cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.	Muy importante	Son cuestiones importantes para la empresa...sí
	Actividades que realizan para fomentar lo anterior.	algunas planificadas, otras emergentes, pero si se hacen, desde workshops a encuentros institucionales, encuentros específicos dentro de las áreas para fomentar el team building, las relaciones entre las personas, el trabajo en equipo, etc....hemos hecho de casi todas las cosas, cosas dentro de la planta, o en algún salón, o hemos ido a hoteles, o a la Angelina	Dentro de los planes de capacitación hemos tenido actividades relacionadas con la recreación, pero no es una práctica muy habitual. Nunca lo hicimos con la empresa completa, pero si con cada sector puntual, según las necesidades. Por ejemplo cuando se da una capacitación a la gente de proyecto, que tiene que ver con cuestiones técnicas, por ahí más formales, y luego se cierra con una actividad de recreación, sí relacionada al trabajo en equipo, a la comunicación
	Concepto de recreación empresarial	Lo tengo categorizado como organización de eventos empresariales, cuando hacemos un evento buscamos que este todo organizado, el sonido, las luces, el catering, algún espectáculo, eventualmente las tarjetas, en función del perfil del evento son diferentes las necesidades. Cuando hacemos alguna actividad de team building por ejemplo, no son tanto recreación, al menos como yo lo entiendo, en ese caso tenemos un profesional que me desarrolle una actividad con las personas, lo cual no sería recreación, sería más bien una capacitación que una recreación, no es lo mismo un capacitador que tener un animador o alguien que nos hace un show	Tienen que ver con trabajar con música, o distintos bailes, danzas, otras con elementos de gimnasia, por ejemplo pelotas o aros, otras actividades en donde tenían que trabajar cortando revistas, haciendo collages, organizarse en equipo de acuerdo a alguna premisa.
Interés del servicio	Qué empresas conocen que brinden estos servicios	No, no directamente. Nos hemos apoyado en lo que nos han recomendado, por referencia.	No, no puntualmente de recreación empresarial o animación de eventos, sí conozco y tengo ofrecimiento de consultoras que su actividad principal es la capacitación, y a partir de la capacitación en sí surgen estas otras actividades, como anexas, que colaboran a lograr el éxito o la premisa final, pero no que sean profesores de

			gimnasia dirigidos totalmente a la recreación.
	Atributos que se valorarían de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial	Seriedad, confiabilidad, creatividad y diversión.	Confiabilidad, buena predisposición, calidad del servicio.
	Intereses y expectativas de contratar estos servicios	A a mi básicamente lo que me podría interesar son cosas novedosas, habiendo estado como organizador o como participante, ya veo como que las cosas tienden a repetirse.	En cuanto a la animación de eventos, esperaríamos que nos brinden un servicio completo, para que nosotros no tengamos que estar en los detalles, y con respecto a la recreación empresarial, esta es una empresa muy clásica, muy aferrada a los viejos formatos, no veo que en el momento y en la situación actual que estamos pasando sea una opción para nosotros, pero bueno, no descarto que de acá a un tiempo podamos estar pensando en por ahí innovar en este tipo de cuestiones.
Hábitos de información	Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia	Contacto personal, mail...	Mucho a través del mail
	Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)	Principalmente buscamos referencia, porque en general no busco experimentar con mi gente. Es difícil que me largue a la piletta con alguien que no conozco, por eso las referencias son importantes. De todas formas probar no está de más. Por ahí alguna vez que nos han ofrecido un servicio nuevo, lo que hacemos es enviar a dos o tres representantes de rrhh para que vean que ofrecen, y si les gusta bueno, ahí vemos de evaluarlo para seguir.	Hay gente que te llama por teléfono y también es una opción válida. En general y por suerte recibo muchísimas ofertas y siempre me baso en eso, cuando tengo que elegir siempre tengo dos o tres opciones y las voy conociendo, veo. Y si no también busco en Internet, o pregunto a colegas de otras empresas que experiencias tienen...

		BUSTOS Y BELTRAN	AGUAS CORDOBESAS
Eventos	Eventos que realiza la empresa durante el año	Poco sinceramente, sí hacemos la fiesta de fin de año con todo el personal junto con su familia, o para el día del niño hacemos invitamos a todos los hijos del personal al cine y a comer...pero no mucho más.	Día del niño, día de la familia concursos de dibujo, de fotografía, premio a la innovación
	Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)	Con todo el personal junto con su familia, o para el día del niño hacemos invitamos a todos los hijos del personal al cine y a comer...	...son eventos que duran horas, que no tienen un objetivo concreto, por lo cual no tiene un trabajo tan fuerte y puedes desligas todo a una empresa que lo haga.
Recreación empresarial	Lugar/importancia que tiene la integración, cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.	Culturalmente la organización está basada en la cooperación y en la solidaridad, pero no es algo que la empresa se haya propuesto desarrollar. Es algo que nació con la empresa, que se fomentó desde la dirección de la organización y que se da de una manera natural, no es algo que estemos buscando, se da de esa manera y por supuesto que viene bien. Entonces se lo fomenta y se lo estimula, pero tampoco se hacen cosas concretas, como para decir bueno vamos a trabajar en equipo, vamos a hacer esto, no. No hay nada planificado, surgió de la organización de manera informal.	Trabajamos tratando de generar relación entre las áreas, no hay trabajos independientes en general, la forma que está organizada la organización hace que la única forma de operar sea con una interrelación de todos.

	Actividades que realizan para fomentar lo anterior.	Lo que si hace es permitirlo, estimularlo, por ejemplo se va a hacer un campeonato de fútbol, bueno les compramos las camisetas, o no se estimula la competencia que seria lo inverso para no unir los equipos. En realidad nunca buscamos la competencia entre el personal, ni entre las áreas, ni entre los empleados. Entonces se lo estimula, pero no mas que eso.	Por un lado están las actividades recreativas, que fomentan lo que es la cooperación y el trabajo en equipo, y están las actividades más formales, como puede ser las basadas en encuesta de clima, evaluación de desempeño, y en función a eso después trabajamos haciendo foco en estas competencias. El año pasado se hizo un programa de coaching, a todos los supervisores, para que después incluyan a los colaboradores. Después están las capacitaciones...pero más desde lo teórico. Lo que hacemos es una vez cada dos años, una "competencia" que es por equipos, los equipos los conforma rrhh justamente para fomentar la integración, y se hacen actividades como de supervivencia, desafíos, dura dos días, están invitados todos los empleados
	Concepto de recreación empresarial	Conozco poco, me parece interesante pero no he tenido experiencia, o sea que no puedo opinar mas que eso.	Brindar alguna actividad con componentes lúdicos, que ayuden a desarrollar ciertas competencias o habilidades que la empresa necesite que se desarrollen
Interés del servicio	Qué empresas conocen que brinden estos servicios	No conozco nada	Sí, conocemos... asterisco producciones, era eventos, mdb, marina duran. Estas empresas son proveedoras de propuestas, y cuando comienza el año nos mandan un mail con las actividades que realizan, y nosotros cuando tenemos la necesidad de hacer un evento las convocamos o no.
	Atributos que se valorarían de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial	Experiencia y profesionalismo.	Experiencia resultados, responsabilidad, seriedad, calidad de la propuesta y creatividad.
	Intereses y expectativas de contratar estos servicios	No, la verdad que nunca nos surgió como una necesidad y las veces que hemos hecho actividades recreativas han surgido de los propios empleados. Como ser un asado y un partido de bocha, que no sentimos la necesidad de contratar alguien para que lo organice	Sí nos interesa, y esperaríamos una demostración de los resultados obtenidos luego de las actividades...
Hábitos de información	Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia	Teléfono. Ahora estamos empezando a usar mas el e-mail pero poco, en realidad mucho mas comunicación telefónica	Más que nada por Internet
	Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)	Si contratamos a alguien que cumpla y haga las cosas bien, no comparamos ni presupuesto ni nada, no buscamos otras alternativas... Vamos siempre a lo conocido y a lo seguro.	...Estas empresas son proveedoras de propuestas, y cuando comienza el año nos mandan un mail con las actividades que realizan, y nosotros cuando tenemos la necesidad de hacer un evento las convocamos o no

		QUILMES	RENAULT
Eventos	Eventos que realiza la empresa durante el año	Día del trabajador día del niño la fiesta de fin de año	Día del trabajador 25 de mayo, día del niño, fiesta de fin de año
	Descripción de los mismos (lugar en donde se realizan, qué incluyen, quién los organiza, quienes asisten)	Por lo general hacemos una fiesta para el día del trabajador en donde se invita a todo el personal a pasar una jornada recreativa en un predio, para lo cual se suele contratar a una empresa que lo organice, lo mismo hacemos para el día del niño, pero en este caso asiste el personal con su familia, y para la fiesta de fin de año solemos hacer una cena show también con el personal y sus parejas, sin chicos	Para el día del trabajador hacemos una locreada dentro de un quincho de la empresa, se contrata un catering, lo mismo para el 25 de mayo, se contrata un grupo de música folclórica y nada mas... después para el día del niño se contrata un parque, por ejemplo el superpark para que vayan los hijos de los operarios, se les da un refrigerio...y para la fiesta de fin de año se contrata un lugar bien grande, la FICO por ejemplo, y se hace una cena, se contrata algún grupo de música, show, o algún humorista. En este evento generalmente está invitada todo el grupo familiar del empleado, pero si no hay mucho presupuesto se invita al operario y a su pareja nada más

Recreación empresarial	Lugar / importancia que tiene la integración, cooperación, trabajo en equipo y liderazgo.	En esta empresa son cuestiones muy relevantes ya que principalmente la labor se basa en trabajar en equipo e integrados con todas las áreas...	Desde rrhh es fundamental la cooperación, el trabajo en equipo y demás porque es algo indispensable para llegar a buen puerto, desde la empresa se intenta velar por este tipo de cosas porque el trabajo en la planta implica un trabajo en equipo sí o sí... así que sin duda es importante
	Actividades que realizan para fomentar lo anterior.	Hacemos campeonatos de fútbol, algunas actividades al aire libre, también capacitaciones técnicas, con un objetivo particular y que indirectamente favorecen a la integración...	Habría que trabajarlo más para mejorar, para que haya más cohesión y sinergia entre la gente, pero no se hacen actividades puntuales para fomentarlo actualmente.
	Concepto de recreación empresarial	Por lo que tengo entendido tiene que ver con hacer eventos para empresas, con actividades outdoor, juegos y demás... pero sinceramente no conozco mucho	tiene que ver con motivar a la gente con actividades recreativas... creo que se está conociendo de a poco lo que es la recreación empresarial, pero aun no se le está dando mucho lugar por las crisis económicas, por los torbellinos del día a día... es algo novedoso que se puede llegar a pensar, pero no se le da lugar por esto que te comentaba
Interés del servicio	Qué empresas conocen que brinden estos servicios	Conozco empresas que hacen animación de eventos, como por ejemplo play time, era eventos o mdb, pero no conozco empresas que se dediquen puntualmente a "recreación empresarial" acá en Córdoba	conocemos empresas que hacen organización de eventos, pero no que hagan animación o recreación de eventos
	Atributos que se valorarían de una empresa proveedora de servicios de animación de eventos y recreación empresarial	Confiabilidad y cumplimiento.	Experiencia, cumplimiento y profesionalismo.
	Intereses y expectativas de contratar estos servicios	Creo que en varias ocasiones podría ser útil el servicio de animación de eventos para que nuestra área no esté tan cargada durante el proceso de organización de un evento, la idea sería que se ocupen de todos los detalles... que nos demandan bastante tiempo a nosotros. La recreación empresarial lo veo algo interesante pero no se conoce mucho al respecto	depende del objetivo planteado... si hablamos de la animación de un evento me interesaría que se logre pasar un buen momento, que la gente se divierta... y en el caso de recreación empresarial esperaría que realmente se vean cambios positivos, para eso se contrataría.
Hábitos de información	Medios de comunicación a los que tienen mayor acceso y utilizan con más frecuencia	Teléfono e Internet	teléfono, mail, fax
	Estrategia de obtención de información (buscadores activos o pasivos)	Cuando tenemos que buscar un proveedor para un evento generalmente recurrimos a las propuestas que nos traen, es usual que nos traigan carpetas institucionales con diversas propuestas, o nos llaman por teléfono... no solemos salir a buscar nosotros.	Depende... para contactarnos con proveedores lo más habitual es que vayamos a lo conocido, buscamos los proveedores que anteriormente hayan trabajado con nosotros, y si no tienen lo que buscamos ahí salimos a buscar en el mercado... en Internet, o pedimos referencias, o vemos las propuestas que nos traen...

Formulario descriptivo del Trabajo Final de Graduación

Este formulario estará completo sólo si se acompaña de la presentación de un resumen en castellano y un abstract en inglés del TFG

El mismo deberá incorporarse a las versiones impresas del TFG, previa aprobación del resumen en castellano por parte de la CAE evaluadora.

Recomendaciones para la generación del "resumen" o "abstract" (inglés)

"Constituye una anticipación condensada del problema que se desarrollará en forma más extensa en el trabajo escrito. Su objetivo es orientar al lector a identificar el contenido básico del texto en forma rápida y a determinar su relevancia. Su extensión varía entre 150/350 palabras. Incluye en forma clara y breve: los objetivos y alcances del estudio, los procedimientos básicos, los contenidos y los resultados. Escrito en un solo párrafo, en tercera persona, contiene únicamente ideas centrales; no tiene citas, abreviaturas, ni referencias bibliográficas. En general el autor debe asegurar que el resumen refleje correctamente el propósito y el contenido, sin incluir información que no esté presente en el cuerpo del escrito.

Debe ser conciso y específico".

Identificación del Autor

Apellido y nombre del autor:	Gabriela Pietrarelli
E-mail:	gabipietra87@hotmail.com
Título de grado que obtiene:	Licenciatura Relaciones Públicas e Institucionales

Identificación del Trabajo Final de Graduación

Título del TFG en español	Posicionamiento Institucional de RYE en grandes empresas de la Ciudad de Córdoba
Título del TFG en inglés	Institutional positioning of RYE in Cordoba's large companies.
Integrantes de la CAE	Laura Lesta Roberto Utrera
Fecha de último coloquio con la CAE	5 de Julio de 2011
Versión digital del TFG: contenido y tipo de archivo en el que fue guardado	Copia del TFG Resumen y abstract Formulario descriptivo del TFG Formato PDF

Autorización de publicación en formato electrónico

Autorizo por la presente, a la Biblioteca de la Universidad Empresarial Siglo 21 a publicar la versión electrónica de mi tesis. (Marcar con una cruz lo que corresponda)

☒

Publicación electrónica: Inmediata

☐

Después de..... mes(es)

Firma del alumno