



REVISTA **Protocolo y Comunicación**

Vol 1, No 4 (2024)



Coordinadora del número: Dra. Maria Aparecida Ferrari

Publicado: 2024-08-30

**Propuesta para la organización de los eventos: caso
Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador**

Proposal for events organization: the case of ¡Mucho Mejor!
Ecuador Corporation

DOI: <https://doi.org/10.58703/rpyc.v1n4a3>

Natalia Rincón del Valle

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3278-157X>



Alejandra Proaño Fernández

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-8117-8696>



Resumen

La presente investigación se centra en la creación de una propuesta de clasificación de eventos para la Corporación ¡Mucho Mejor Ecuador!, componente esencial de un manual de protocolo y eventos, cuyo objetivo es determinar un orden en la organización y ejecución de los eventos empresariales. El estudio se desarrolla a través de un proceso sistemático que incluye varias etapas claves, como la creación de una estructura interna y externa de los eventos, el análisis de metodologías sobre la elaboración de manuales protocolares, y la revisión teórica de conceptos fundamentales del protocolo y la organización de eventos. Finalmente, se realizó la validación de la propuesta por parte de un grupo de expertos en el área. Además, se ha comprobado que contar con un manual de protocolo y eventos bien estructurado es crucial para las empresas.

Palabras clave: manual, protocolo, eventos, eventos corporativos

Abstract

This research focuses on the creation of a proposal for classifying events for the ¡Mucho Mejor! Ecuador Corporation, an essential component of an event protocol manual, whose objective is to determine an order in the organization and execution of corporate events. The study is developed through a systematic process that includes several key stages, such as the creation of an internal and external structure for events, the analysis of methodologies on the procedure for creating protocol manuals, and the theoretical review of basic concepts of protocol and event organization. Finally, the proposal was validated by a group of experts in the area. In addition, it has been proven that having a well-structured protocol and events manual is crucial for companies.

Keywords: manual, protocol, events, corporate events

1. Introducción

Los eventos corporativos son una de las formas más efectivas de comunicación que puede utilizar una empresa para relacionarse con sus públicos. Esto, porque permiten a las empresas y/o corporaciones generar una recordación de imagen o de marca institucional creando una experiencia de conexión con sus clientes y consumidores, y así llegar a impactar de manera positiva en todos sus públicos (Galmés, 2010).

La necesidad de organización de procesos, formulación de lineamientos y estructuras organizacionales ha aumentado la creación de manuales en las organizaciones. Gracias a la información que contienen, los manuales son un apoyo que brinda ventajas, tales como su legibilidad, sencillez y flexibilidad, por lo que constituyen un factor clave en el interés por contar con estas herramientas. Diversas organizaciones, públicas y privadas, realizan y participan constantemente en eventos. Un buen ejemplo de esto es la Corporación ¡Mucho

Mejor! Ecuador (MME), una organización sin fines de lucro que respalda y garantiza la calidad de los productos y servicios producidos en Ecuador. Por lo mismo, desarrolla con frecuencia eventos para sus marcas socias, con el fin de dar a conocer la buena reputación y logros de las empresas ecuatorianas.

La presente propuesta se concibe como una herramienta esencial que no solo facilitará la planificación y ejecución de eventos dentro de la Corporación MME, sino que también contribuirá a proyectar una imagen institucional sólida y profesional, en busca de la consolidación de las mejores prácticas en el ámbito del protocolo, adaptadas a las necesidades particulares de la Corporación, promoviendo así una cultura de excelencia en la organización de eventos que refleje sus valores y objetivos institucionales.

El artículo parte de una revisión de fundamentos teóricos sobre protocolo, manual, eventos y sus clasificaciones, para ofrecer un marco referencial. Está compuesto por siete secciones. La primera comprende la introducción, que proporciona una visión general del artículo. La segunda aborda los fundamentos del protocolo y la organización de eventos, mientras que la tercera expone conceptualizaciones de manual en este campo. La descripción del caso de estudio, Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador, es presentada en la cuarta sección. La quinta trata de los procedimientos metodológicos. Los resultados son analizados en la sexta sección y, por último, las consideraciones finales de las autoras son presentadas en el séptimo apartado.

2. Fundamentos del protocolo y la organización de eventos

De acuerdo con Fernández (2012), el protocolo es un conjunto de reglas y normas que facilitan las relaciones sociales, profesionales y diplomáticas en varios contextos. Martínez (2013), por su parte, manifiesta que sirve como una herramienta de comunicación estratégica, utilizada históricamente para proyectar la mejor imagen de individuos e instituciones que representan un poder establecido. Así, de Donestevé y de las Heras (2020) sostienen que el protocolo es esencial en los entornos institucionales o corporativos, puesto que ayuda a organizar eventos, establecer el orden y facilitar la comunicación. De ahí que el protocolo está estrechamente vinculado con las relaciones públicas y las técnicas de comunicación no verbal, para transmitir la identidad y crear una imagen positiva (Otero y Pulido, 2020). Por otro lado, Romero (2023) se centra en la importancia del protocolo en las negociaciones comerciales internacionales, destacando la necesidad de comprender las características culturales y los protocolos sociales para mejorar los resultados positivos en los esfuerzos de expansión global.

Como disciplina, el protocolo ha evolucionado significativamente en los últimos años, ganando prominencia en varios sectores de la sociedad (Álvarez, 2008; Alnasir, 2023). En síntesis, el protocolo consiste en un conjunto de normas y procedimientos que rigen el comportamiento en situaciones formales. Estas reglas son fundamentales para garantizar que los eventos se desarrollen de manera ordenada y respetuosa, estableciendo diversas pautas sobre cómo actuar, vestir y comunicarse en diferentes ámbitos. Existen varios tipos de

protocolo, incluyendo el social, oficial y empresarial, cada uno adaptado a las características del evento y su público.

En cuanto a la organización de eventos, Galmés y Victoria (2012) la consideran una herramienta crucial en las comunicaciones de marketing integradas, que ofrece valor estratégico a través del marketing experiencial y las relaciones de marca. Los eventos, siempre que se usen de manera inteligente, sirven para múltiples propósitos, incluidos el fortalecimiento de las relaciones con los clientes, la presentación de productos, la creación de una imagen positiva de las marcas, entre otros (Seturi, 2023). La organización de eventos involucra varias fases y áreas que requieren enfoques de gestión sistemáticos (Magaz y Fanjul, 2012). La gestión eficaz de los eventos se basa en el trabajo en equipo, la flexibilidad organizativa, la motivación y una cultura orientada al servicio (Castellani, 2004).

Shone y Parry (2019) definen evento como espacios que surgen en ocasiones no habituales con diferentes propósitos, como culturales, recreativos, personales o corporativos, que están fuera de las actividades cotidianas. A su vez, Maure (2007) lo define como cualquier tipo de reunión profesional que permite la generación y el intercambio de ideas, experiencias y conocimientos entre las personas que estén presentes. Por su parte Campos y Fuente (2013) sostienen que el evento es un acto en directo y único —o sea, no se repite— que coloca en el mismo espacio a emisor y receptor; está diseñado y dirigido hacia un público específico, pues busca generar una respuesta y actitud en este. Con base en estos puntos de vista, se puede señalar que la organización de eventos se refiere a un proceso integral que abarca la idea, la planificación y la ejecución de diferentes tipos de acontecimientos. Dicho proceso implica establecer objetivos claros, gestionar recursos, coordinar logística y asegurar que cada detalle favorezca a la experiencia del evento.

Según el Instituto Mediterráneo de Estudios de Protocolo (IMEP, s. f.) existen diferentes clasificaciones de los eventos, tales como:

- (i) De acuerdo con el público, se clasifican en eventos abiertos (no requieren invitación y son de libre asistencia) y en eventos cerrados (son privados y necesitan invitación).
- (ii) De acuerdo con la actividad, pueden ser eventos comerciales, corporativos, educativos, culturales, entre otros.
- (iii) De acuerdo con el ámbito geográfico, o sea la procedencia de los asistentes, pueden ser eventos locales, nacionales e internacionales.

Rincón (2015) indica que la Asociación de Congresos y Convenciones Internacionales (ICCA, por sus siglas en inglés) clasifica los eventos, con base en una segmentación de mercados, en reuniones corporativas y reuniones de asociaciones. Las primeras están dirigidas a los públicos internos, externos y una combinación de ambos; mientras que las segundas están pensadas para miembros o grupos de intereses comunes. La subdivisión que plantea esta organización se aprecia en la figura 1.

Figura 1

Clasificación de eventos según la ICCA

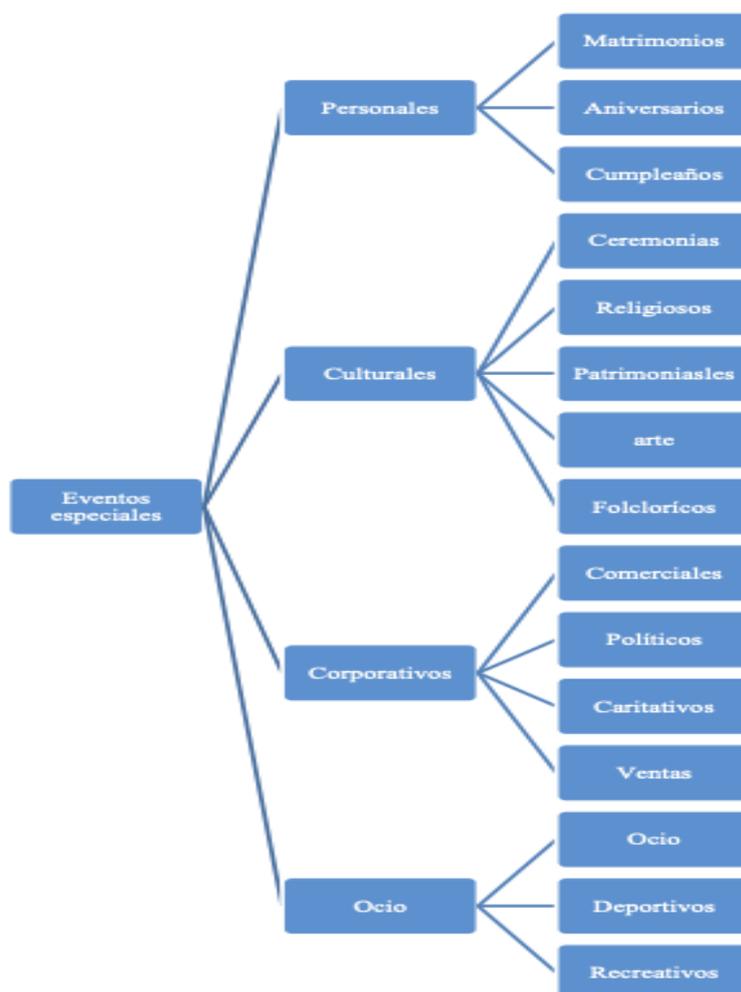


Nota. Tomada de “El turismo de reuniones” (p. 146), por N. M. Rincón, 2015, *Universidad Verdad*, 67.

Por otro lado, Shone y Parry (2019) agrupan los eventos en función de cuatro categorías principales: personales, culturales, corporativos y ocio. Esta clasificación abarca más contextos, puesto que incluye varios eventos o actos que se dan en diferentes etapas, como se observa en la figura 2.

Figura 2

Clasificación de eventos según Shone y Parry (2019)



Nota. Adaptada de “Successful event management: a practical handbook” (p. 4), por A. Shone y B. Parry, 2019, Cengage Learning EMEA.

A su vez, como se muestra en la tabla 1, Maure (2007) ofrece una propuesta de clasificación de eventos más compleja, basada en una variedad de criterios, como el carácter o tipología (seminarios, congresos, conferencias, entre otros); la naturaleza, vinculada con el ámbito geográfico que cubre; la generación de la idea del evento; los convocantes, por su pertenencia al sector público o al privado; el sector generador, referido al campo profesional o académico; la cantidad de asistentes, y los objetivos del evento.

Tabla 1

Clasificación de eventos según Maure (2007)

Carácter o tipología	Naturaleza	Generación	Convocantes	Sector generador	Tamaño o Asistentes	Objetivos
<ul style="list-style-type: none"> • Congresos • Conferencias • Simposio • Seminario • Debate • Convención • Reunión • Informal • Panel o Debate de expertos • Mesa redonda • Taller • Asamblea • Exposiciones • Ferias • Festivales • Coloquio • Jornada • Eventos multidestino • Eventos itinerantes • Eventos virtuales • Viaje incentivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos internacionales • Eventos nacionales con participación extranjera • Eventos nacionales 	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño Propio • Sede captada 	<ul style="list-style-type: none"> • Gubernamentales • No gubernamentales • Corporativos 	<ul style="list-style-type: none"> • Científico - técnico • Médicos • Ciencias sociales y económicas • Agricultura y medio ambiente • Culturales • Deportivos y náuticos • Leyes • Educación • Comerciales 	<ul style="list-style-type: none"> • Pequeño: de 50 hasta 249 participantes • Mediano: de 250 hasta 499 participantes • Grandes: 500 hasta 2000 participantes • Mega eventos: más de 2000 participantes • Mini eventos: entre 35 a 45 participantes 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos promocionales • Eventos informativos • Eventos formativos - didácticos • Eventos de refuerzo de relaciones sociales • Eventos de relaciones internas • Eventos de relaciones externas.

Nota. Adaptada de “Definiciones y tendencias del turismo de eventos”, por G. Maure, 2007, *Contribuciones a la Economía*, 82.

En general, aunque los autores ofrecen formas de clasificación completamente diferentes, se considera que todas ellas funcionan juntas y permiten a las instituciones o empresas conocer más sobre sus eventos. Además, esta diversidad de elementos ofrece una mayor flexibilidad a las organizaciones para adaptarse a los cambios.

3. Conceptualizaciones de manual en el ámbito de los eventos

De acuerdo con Duhalt (1968), el manual se define como “un documento que contiene en forma ordenada y sistemática información y/o instrucciones sobre historia, políticas, procedimientos, organización de un organismo social, que se consideran necesarios para la mejor ejecución del trabajo” (p. 244). El manual es necesario, puesto que explica el proceso de cada uno de los eventos que se realizan, cómo se debe manejar cada uno de ellos y su importancia. Calderón y Rincón (2023) sostienen que el manual es una herramienta clave para la aplicación del protocolo y la organización de los eventos dentro de una institución, pues permite contar con los pasos a seguir para una mejor ejecución.

González y Campos (2023) destacan el papel crucial de los protocolos y manuales corporativos en la estandarización de los comportamientos, la coordinación interna y el control de calidad de los eventos empresariales. Asanza *et al.* (2016) describen a los manuales como guías esenciales para los procedimientos de la empresa, pues ayudan a definir políticas, funciones y responsabilidades, al tiempo que reducen los costos y facilitan la formación. Romero (2023) se centra en la importancia del protocolo en las negociaciones comerciales internacionales, destacando la necesidad de comprender las

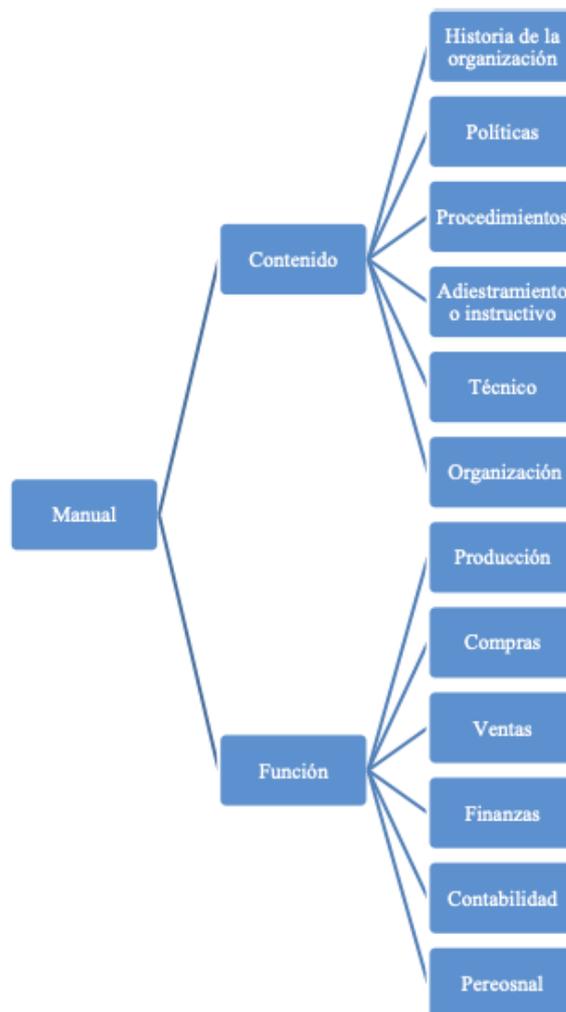
características culturales y los protocolos sociales para mejorar los resultados positivos en los esfuerzos de expansión global.

Estos estudios subrayan colectivamente el valor de los protocolos y los manuales bien definidos para el desarrollo y el éxito de los eventos en varios contextos empresariales.

Según Leocadio (2021) y Herrera (2007), esta herramienta puede ser clasificada según el propósito de su creación. En ese sentido, se considera una clasificación en dos categorías diferentes: por su contenido y por su función específica. De esta manera, es posible que la primera categoría de los manuales incluya la historia del organismo, la organización, las políticas, los procedimientos, así como el adiestramiento o instructivo técnico. En la segunda categoría, se encontrarían los manuales de producción, compras, ventas, finanzas, contabilidad y personal, conforme se presenta en la figura 3.

Figura 3

Clasificación del manual de acuerdo con Leocadio (2021) y Herrera (2007)



Nota. Creada con base en “Elaboración de manuales organizacionales”, por A. Leocadio, 2021, y “Manuales administrativos”, por H. E. Herrera, 2007.

Por otra parte, varios documentos de investigación discuten diferentes aspectos de la gestión de eventos, el protocolo y los procedimientos organizativos. Otero (2012) propone un modelo para clasificar los eventos en función de las relaciones organizativas con las audiencias corporativas, haciendo hincapié en la necesidad de las regulaciones del protocolo. Campos y Fuente (2013) exploran eventos corporativos en empresas españolas y plantean un sistema de definición y clasificación basado en publicaciones académicas internacionales y premios de la industria. Estos estudios subrayan la importancia del protocolo, la gestión de eventos y los procedimientos organizativos en varios contextos, desde entornos académicos hasta corporativos, al tiempo que destacan la necesidad de clasificaciones estandarizadas y metodologías mejoradas en estos campos. Si bien los autores presentan distintas formas de clasificación, es fundamental considerar los diversos criterios para agruparlos de manera efectiva en cuanto al tipo de actividad, facilitando así un orden que permita gestionar una adecuada planificación y ejecución de manera organizada.

4. Caso de estudio: Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador y su clasificación actual de los eventos

Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador (MME) nace en el año 2005 como entidad privada sin fines de lucro, de autogestión y sin vinculación política, con el propósito de generar identidad y valor en la producción ecuatoriana de calidad. “La huella” es el símbolo que identifica a sus marcas socias y resalta la buena calidad y reputación de las mismas. Por tal motivo, la Corporación desarrolla eventos corporativos como una herramienta que impulsa a las marcas empresariales ayudándolas a establecer nuevas relaciones y fortaleciendo las ya existentes.

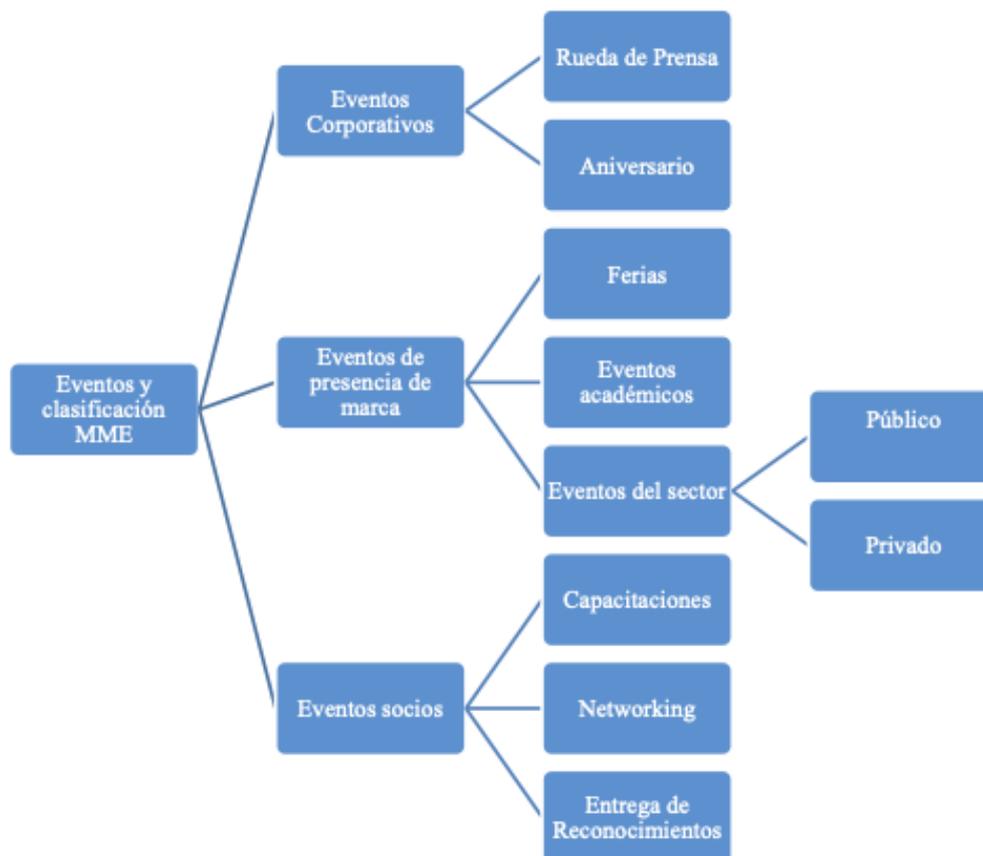
Actualmente, la Corporación MME clasifica sus eventos en tres categorías, a saber:

- (i) Eventos corporativos, considerados los más importantes; son los relacionados con las diferentes campañas y premiaciones de sus miembros.
- (ii) Eventos de presencia de marca, que impulsan la imagen de la Corporación en diversos ámbitos a nivel nacional.
- (iii) Eventos con socios, en los que la Corporación realiza un *feedback* con sus miembros.

Cada una de estas categorías cuenta con subcategorías que abarcan eventos relacionados con el ámbito de la comunicación, marketing, academia, entre otros, como se observa en la figura 4.

Figura 4

Clasificación de eventos por la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador



Nota. Elaboración propia.

5. Procedimientos metodológicos

El presente estudio se desarrolló en tres etapas. En primer lugar, se realizó la recopilación de la literatura especializada para construir un marco de referencia teórica, base para la formulación de la propuesta. Se revisaron, además, manuales institucionales, como el del Banco Agrícola del Salvador, elaborado por Mariela Franco (2008); el Manual de Protocolo de la Cámara de Comercio de Pamplona (2020); el Manual Básico de Protocolo Empresarial y Social de María del Carmen Martínez Guillén (2008); el Manual de Protocolo y Eventos de la Universidad del Azuay de Priscila Calderón González y Natalia Rincón Del Valle (2023), y el Manual de Ceremonial y Protocolo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (2021). En esta etapa, se estableció el nuevo planteamiento para la clasificación de los eventos que se realizan en la Corporación.

En la segunda etapa, se realizó el proceso de esquematización y organización de la información recopilada, principalmente la referida a los diversos eventos y cada uno de los aspectos asociados con ellos.

Por último, en la tercera fase, se completó el proceso de clasificación y diseño. Además, se sometió el producto propuesto a validación, para lo cual se convocó a varios expertos.

5.1. El proceso de validación

La validación de la propuesta se realizó de forma presencial con varios expertos en el área y con miembros de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador. Para ello, se expuso la propuesta de clasificación de los eventos, detallando las fases que se deben seguir para la planificación y ejecución de cada uno de ellos.

En la presentación, se mostraron diferentes componentes a los validadores para que pudiesen tener una mejor comprensión de lo planteado. Primero, se realizó una breve introducción acerca de la Corporación: sus antecedentes y papel actual. Después, se expuso la propuesta de clasificación de eventos —tres categorías principales—, la cual fue elaborada con base en la experiencia laboral en esta organización. En la tabla 2, se muestra el resumen de la validación.

Tabla 2*Resumen de la validación realizada con expertos*

Parámetros para la validación	Validador 1	Validador 2	Validador 3
Antecedentes	Considera oportuna la información presentada dentro de los antecedentes y la clasificación previa realizada.	Menciona que es una base sólida para la construcción de la propuesta presentada.	Surgen ciertas dudas de los antecedentes por lo que se hace una explicación más profunda para una mejor comprensión. Posteriormente considera que es un buen planteamiento.
Propuesta de la clasificación de los eventos.	Menciona que es una buena propuesta para la herramienta que se planteará.	Según su experiencia menciona que está correcta la propuesta realizada de la clasificación.	Comprende correctamente la clasificación propuesta y considera oportuna con base en la explicación dada.
Planificación de los eventos.	Propone colocar dentro de los diferentes eventos y su planificación el tiempo mínimo con el cual se debe prever cada una de las actividades.	Considera que las fases de los eventos deben ser más claras para una mejor comprensión del manual.	Menciona oportuno el haber dividido los eventos en tres fases diferentes para poder contar con una mejor organización.
Otros	Sugiere colocar un código de vestimenta para los diferentes eventos con el fin de evitar vestimenta inadecuada.	Propone definir una precedencia para todos los eventos la cual se debe seguir en caso de que asistan autoridades.	Propone detallar las actividades que las personas de protocolo deben realizar y colocar aquellas que no están permitidas hacer durante los eventos.

Nota. Consolidado de las evaluaciones realizadas por los validadores a la propuesta de clasificación de eventos.

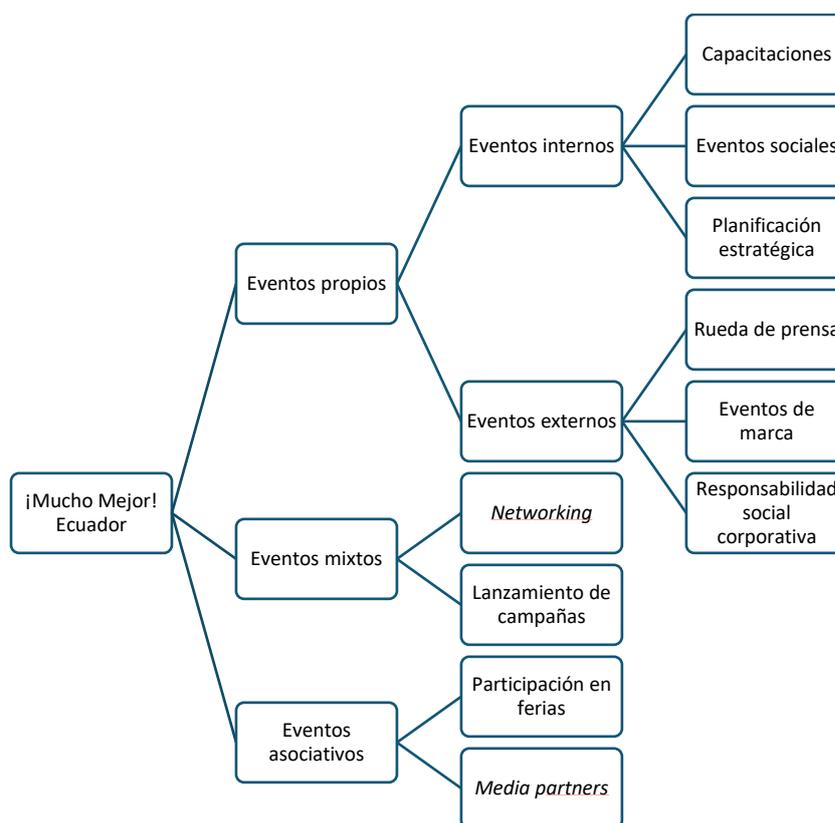
6. Resultados

Con base en los datos proporcionados en la fase de investigación y análisis, se realizó una clasificación de los eventos de la Corporación ¡Mucho Mejor!

Ecuador. Para ello, se utilizaron como referencias principalmente las propuestas de Antezana (2017) y Maure (2007). A continuación, en la figura 5, se presenta el esquema formulado para la organización.

Figura 5

Clasificación propuesta para los eventos de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador



Nota. Elaboración propia.

6.1. Eventos ¡Mucho Mejor! Ecuador

Para esta categoría, se tomó en cuenta aquellos eventos organizados por la Corporación, independientemente del objetivo que tengan y de quiénes sean los asistentes. A su vez, esta categoría cuenta con dos subcategorías que sí indican el tipo de asistentes, por lo que fueron agrupados en eventos internos y externos.

Los actos internos únicamente involucran al personal de la Corporación, mientras que los actos externos están dirigidos hacia públicos externos de la organización.

6.1.1. Eventos propios internos

Involucra la participación exclusiva de los colaboradores de la organización o de los miembros de su consejo directivo. Para estos eventos, se requiere un menor grado de preparación.

Capacitaciones

En la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador, se busca brindar capacitaciones y talleres a los colaboradores, con el fin de mantenerlos al tanto de diferentes temas coyunturales. Para ello, el Departamento de Calidad anualmente propone un calendario de capacitaciones y talleres, los cuales han sido previamente solicitados por las autoridades locales.

La metodología empleada para la organización de estos eventos también puede ser aplicada para las inducciones de personal que se integra a la Corporación. Además, se debe tener en cuenta que, si bien estas actividades se realizan únicamente con colaboradores, es importante destacar siempre la presencia de marca.

Eventos sociales

Estos eventos están pensados sobre todo para los colaboradores de la Corporación; el más representativo es la celebración por motivo de las festividades navideñas en diciembre. En estos espacios, usualmente también se cuenta con la presencia de los miembros del directorio, por lo que es necesario seguir un protocolo para su organización.

La finalidad de los eventos sociales es brindar a los colaboradores espacios donde puedan alejarse de la rutina de oficina. Asimismo, se pretende que en estos espacios participen los miembros del directorio y compartan con los demás miembros de la Corporación.

Planificación estratégica

Toda acción empresarial requiere de planificación estratégica. Así, la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador anualmente desarrolla sesiones estratégicas para definir las acciones que realizará durante el año próximo y observar oportunidades de mejora que sumarán valor a la organización. Además, en estos espacios se determinan nuevos proyectos que serán ejecutados a lo largo del año.

6.1.2. Eventos externos

Los eventos de esta subcategoría están dirigidos a los públicos externos de la Corporación, como los medios de comunicación, las autoridades, la sociedad en general, entre otros.

Para este tipo de eventos, se requiere una mayor preparación, pues a través de ellos, se proyecta la imagen de la organización. Por lo tanto, se necesitan varios elementos de presencia de marca; en otras palabras, el ambiente en estos eventos debe estar lo suficientemente *brandeado* como para transmitir una conexión entre los miembros y la marca de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador. Esto permitirá tener una correcta exposición y generar una recordación de marca, que es el propósito a lograr.

Ruedas de prensa

Varias de las iniciativas de Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador requieren de ruedas de prensa para ser presentadas a los diferentes públicos. En estos casos,

los medios de comunicación son los aliados clave para difundir la información y llegar al público en general.

Eventos de marca

A esta subcategoría pertenece “Insignias del Orgullo Ecuatoriano”, que puede ser considerado el evento estrella de la Corporación. Se realiza regularmente y constituye uno de los acontecimientos más importantes del año. Este evento tiene como objetivo reconocer a ecuatorianos que han dejado el nombre de Ecuador en alto, convirtiéndose en ejemplo y motivación para muchos otros.

Responsabilidad social corporativa

“Luchar sin Competir” es el evento que la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador realiza como parte de su responsabilidad social corporativa. Se trata de uno de los eventos ciclísticos más completos a nivel nacional, que se lleva a cabo con fines benéficos. La organización lo describe como una “no competencia” de bicicletas que cuenta con tres categorías: 25, 60 y 90 kilómetros. Las rutas están planteadas por zonas rurales del cantón, con la finalidad de promover el turismo en 38 lugares. Todo el dinero que se recauda en la realización del evento es donado a la Fundación al Servicio del Enfermo con Cáncer (FASEC), la cual se dedica a brindar cuidados paliativos a personas con enfermedades terminales.

6.1.3. Eventos mixtos de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador

Se incluyen aquí los eventos que, si bien son realizados por la Corporación, tienen también una influencia de actores externos, como lo son las marcas socias. Estas forman parte de la Corporación, pero son empresas que operan de manera independiente, por lo que los eventos desarrollados con ellas son considerados de naturaleza mixta.

Networking

Estos eventos tienen la misión de fortalecer la red empresarial de la organización mediante encuentros de empresas socias, donde puedan conocerse unas a otras. De esta forma, las marcas exponen sus ofertas y pueden llegar a establecer relaciones comerciales entre ellas.

Lanzamiento de campañas

Durante el año se desarrollan diferentes campañas, y cada una de estas debe tener un evento de lanzamiento, con la participación de empresas socias y aliados estratégicos. Los encuentros pueden ser realizados tanto de forma presencial como virtual.

Estos eventos demandan una planificación acertada, pues en ellos se proyecta la imagen de la organización y, además, las empresas evalúan su participación en las iniciativas de las campañas.

6.1.4. Eventos asociativos

En esta categoría se encuentran los eventos a los que la organización asiste solo como invitada; no participa en la planificación ni ejecución de los mismos. Dichos

eventos son llevados a cabo por organizaciones socias o aliadas de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador.

Algunas veces, la Corporación recibe solicitudes de organizaciones con las que usualmente no trabaja, para ser *media partner*; en estos casos, otorga un aval y ayuda con la difusión de los eventos.

Participación en ferias

La Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador, como aliado estratégico de diferentes gremios y asociaciones, suele participar con frecuencia en ferias. Por lo general, cuenta con un espacio para promocionar la marca y, a su vez, generar acercamientos con nuevas empresas interesadas en formar parte de la Corporación. Por ello, la planificación y el desarrollo de estos espacios es clave.

Media partners

En ocasiones, algunas organizaciones solicitan el aval de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador para sus eventos. Si no es posible que la Corporación participe en estos, colabora con su difusión y promoción para llegar a los públicos y ampliar la cobertura.

7. Consideraciones finales

La elaboración de la presente propuesta ha sido fundamental, puesto que permite generar un orden coherente en los eventos de la Corporación ¡Mucho Mejor! Ecuador, con el fin de proyectar una imagen profesional, adaptada y alineada con sus valores institucionales. A través de esta propuesta, la organización podrá establecer pautas claras y estandarizadas que guíen la planificación, organización y ejecución de sus eventos, ya sean internos o externos. Durante el proceso de desarrollo, ha sido crucial realizar una revisión exhaustiva de referentes en la materia. Esto ha permitido identificar las mejores prácticas, tendencias y estándares de la industria, lo que a su vez ha enriquecido el contenido y enfoque del documento propuesto.

Al tomar en cuenta las experiencias y lineamientos de otras instituciones, así como las recomendaciones de expertos en protocolo y organización de eventos, se ha logrado crear una propuesta que no solo cumple con los requisitos y necesidades específicas de la organización, sino que también se alinea con los más altos niveles de calidad y profesionalismo.

Asimismo, la revisión de referentes ha permitido identificar áreas de oportunidad y aspectos a mejorar, lo cual se ha traducido en un orden más completo, detallado y adaptado a las realidades y desafíos que enfrenta la Corporación en materia de eventos. En cuanto a las diferentes oportunidades de mejora encontradas en el análisis de trabajos previos, se puede destacar principalmente la esencia de los eventos.

En conclusión, la exhaustiva investigación de referentes ha sido un paso fundamental en el proceso, pues ha garantizado que el documento final sea una herramienta sólida, integral y alineada con las mejores prácticas del sector. Esto,

a su vez, se traducirá en una mejor organización, ejecución y percepción de los eventos corporativos, fortaleciendo así la imagen y reputación de la Corporación.

8. Referencias

Alnasir, S. (2023). Protocolo. *EUNOMÍA. Revista en Cultura de la Legalidad*, 24, 300-318. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2023.7668>

Álvarez, M. L. (2008). Nociones de protocolo desde la bibliografía de sus autoridades. *Revista Latina de Comunicación Social*, 63, 165-173. <https://doi.org/10.4185/RLCS-63-2008-760c-165-173>

Antezana, C. M. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero*, 22(35), 24-37. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762017000200003

Asanza, M. I., Miranda, M. M., Ortiz, R. F. y Espín, J. A. (2016). Manual de procedimiento en la empresa. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, 11. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2016/11/manual.html>

Calderón, P. y Rincón, N. (2023). *Manual de protocolo y eventos de la Universidad del Azuay*. Casa Editora de la Universidad del Azuay. <https://publicaciones.uazuay.edu.ec/index.php/ceuazuay/catalog/view/7/577/1267>

Campos, G. y Fuente, C. (2013). Los eventos en el ámbito de la empresa. Hacia una definición y clasificación. *Revista de Comunicación de la SEECI*, 15(32), 73-105. <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2013.32.73-105>

Castellani, P. (2004). Spunti di riflessione sull'organizzazione di eventi. *Sinergie Italian Journal of Management*, 22(64/65), 361-397.

De Donestevé, J. y de las Heras, J. (2020). El protocolo institucional. *Armas y Cuerpos*, 144, 87-93. https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/a/r/a/mascuerpos_144.pdf

Duhalt, M. F. (1968). *Los manuales de procedimientos en las oficinas públicas* (1.ª ed.). Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Fernández, J. J. (2012). Antecedentes históricos del protocolo y su influencia a través de la historia en los Estados, en la sociedad y en la política en España y Europa. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 45, 737-754. <https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/130>

Galmés, M. A. (2010). *La organización de eventos como herramienta de comunicación de marketing: modelo integrado y experiencial* [Tesis doctoral, Universidad de Málaga].

<https://libros.metabiblioteca.org/server/api/core/bitstreams/b1fca2ab-0902-4fa6-9ed8-d052df5cae4c/content>

Galmés, M. A. y Victoria, J. S. (2012). La organización de eventos en el contexto de las Comunicaciones Integradas de Marketing (IMC): el valor de la experiencia. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 6(1), 15-34.
https://doi.org/10.5209/rev_PEPU.2012.v6.n1.38654

González, M. B. y Campos, P. A. (2023). La importancia de los protocolos corporativos en la planificación y ejecución de eventos empresariales: un análisis comparativo. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(4), 7436–7453. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i4.7497

Herrera, H. E. (20 de febrero de 2007). *Manuales administrativos*. Gestipolis.
<https://www.gestipolis.com/manuales-administrativos/>

IMEP. (s. f.). ¿Qué es un evento y cómo se puede clasificar?
<https://www.protocoloimep.com/articulos/que-es-un-evento-y-clasificacion/>

Leocadio, A. (2021). *Elaboración de manuales organizacionales*. Colegio de Bachilleres. <https://acortar.link/Rgl8BN>

Magaz, A. M. y Fanjul, J. L. (2012). Organización de eventos deportivos y gestión de proyectos: factores, fases y áreas. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 12(45), 138-169. <http://hdl.handle.net/10486/8751>

Martínez, M. C. (2013). El protocolo como herramienta estratégica de comunicación: una constante histórica y estudio de casos actuales [Tesis doctoral, Universidad de Sevilla]. <http://hdl.handle.net/11441/24397>

Maure, G. (2007). Definiciones y tendencias del turismo de eventos. *Contribuciones a la Economía*, 82.
<https://www.eumed.net/ce/2007b/gma.htm>

Otero, M. T. (21-23 de marzo de 2012). *Modelo de variables en la organización de eventos: una aportación a la aplicación de las normativas de protocolo y precedencias en las relaciones públicas organizacionales* [ponencia]. VII Congreso Internacional de Investigación en Relaciones Públicas. Universidad de Sevilla, España.

Otero, M. T. y Pulido, M. (2020). Historia del canal de Suez y sus tres inauguraciones: relaciones públicas y protocolo en la batalla por la opinión pública. *Estudios de Asia y África*, 55(3), 617-632.
<https://doi.org/10.24201/ea.v55i3.2564>

Rincón, N. M. (2015). El turismo de reuniones. *Universidad Verdad*, 67, 141-162. <https://doi.org/10.33324/uv.v0i67>

Romero, N. (2023). Protocolo en las negociaciones empresariales internacionales. *International Review of Communication and Marketing Mix*, 6(2), 54-98. <https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2023.v06.i02.04>

Seturi, M. (2023). About the importance and benefits of event marketing. *Green, Blue & Digital Economy Journal*, 4(4), 1-6. <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2023-4-1>

Shone, A., y Parry, B. (2019). *Successful event management: a practical handbook* (5.^a ed.). Cengage Learning EMEA.