



**SAN IGNACIO DE LOYOLA –ESCUELA ISIL**

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**“Gestión innovadora de eventos: Integración de estrategias de marketing para la generación de valor en una empresa”**

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL  
DE

**Licenciado en Marketing e Innovación**

**PRESENTADO POR:**

Yacolca Arévalo, Lucero Celeste - Marketing e Innovación

**ASESOR**

Espinoza Rúa, Celes Alonso

LIMA, PERÚ

2025

## **ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR:**

Espinoza Rúa, Celes Alonso

### **MIEMBROS DEL JURADO**

Sam Anlas, Carlos Antonio

Saco Vertiz Osterloh, Sandra Elizabeth

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

## **DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD**

Yo, Lucero Yacolca Arevalo identificado(a) con DNI N° 75928036 perteneciente al Programa de Marketing e Innovación, siendo mi asesor el Sr(a). Celes Alonso Espinoza Rúa, identificado (a) con DNI N° 4275031, y cuyo código ORCID es 0000 - 0001 - 5324 - 7945.

**DECLARO BAJO JURAMENTO QUE:**

- a) Soy el autor del documento académico titulado “Gestión innovadora de eventos: Integración de estrategias de marketing para la generación de valor en una empresa”
- b) El trabajo de suficiencia profesional es original y no ha sido difundido en ningún medio académico; por lo tanto, sus resultados son veraces y no es copia de ningún otro.
- c) El asesor ha revisado minuciosamente el trabajo de suficiencia profesional, incluyendo las citas a otros autores y las referencias bibliográficas. Este proceso se ha llevado a cabo cumpliendo con las pautas académicas y respetando las normas internacionales.
- d) El trabajo de suficiencia profesional cumplió con el análisis del sistema TURNITIN, el cual tiene el 14% de similitud.
- e) Declaro conocer las consecuencias legales y/o administrativas que puedan derivar si se verifica la falsedad total o parcial de la presente declaración, de acuerdo con lo previsto en el artículo 411 del código penal, el numeral 34.3 del artículo 34 del Texto Único Ordenado de la Ley del Procedimiento Administrativo General, aprobado por Decreto Supremo 004-2019-JUS y los artículos 14º y 15ª de la RVM 049-2022-MINEDU.

Fecha: 19, enero, 2026



Firma del autor



Firma del asesor

## DEDICATORIA

A mi abuela Estela, motor de mi vida y gran influyente en superarme día a día, ella es testigo de todo mi esfuerzo, que, aunque no se encuentre físicamente ha sido parte fundamental en este paso. Este logro lleva tu nombre, porque eres mi mayor inspiración.

A mi mamá Delfina, pilar indiscutible de mi vida, ejemplo de fortaleza, persistencia y amor. Gracias por enseñarme a ser fuerte, a luchar con fe, y a no rendirme nunca. Porque sin tu fuerza yo no estaría aquí.

A mi papá Víctor, mi motivación para superarme cada día y tener ganas de más, por todo el esfuerzo que hiciste para formarme y hacer de mí una persona de bien.

A mi tía Anita, quien me brindó sus consejos, ser guía y un hombro donde apoyarme. Por ser mi otra madre, por abrazarme en medio de la oscuridad, por creer en mi, por sostenerme cuando más lo necesitaba.

A mi mejor amiga, mi hermana, Andrea de los Ángeles, por jamás dudar de mí y confiar, siempre apoyarme en mis estudios y ser quien me escucha sobre cada paso que quiero dar.

Y, por último, a Camilo, Balín y Bola, mis compañeros en las amanecidas y en cada trabajo realizado.

## Índice

### Índice de Contenido

1.	Introducción .....	11
1.1.	Objetivo general.....	11
1.2.	Justificación .....	11
1.3.	Metodología.....	12
2.	Contexto Institucional.....	13
2.1.	Antecedentes de la institución.....	13
2.2.	Estructura organizativa .....	14
3.	Descripción de las Funciones Profesionales.....	15
3.1.	Cargo ocupado .....	15
3.1.1.	Funciones y responsabilidades .....	16
3.2.	Logros alcanzados.....	16
4.	Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional.....	17
4.1.	Implementación práctica .....	17
4.2.	Elaboración de presupuestos y control financiero .....	25
4.3.	Diseño e implementación de estrategias de marketing digital .....	28
4.4.	Gestión de alianzas y patrocinadores .....	29
4.5.	Evaluación de resultados y generación de valor .....	30
4.6.	Indicadores de éxito o impacto.....	33
4.7.	Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos.....	34
4.8.	Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda) .....	35
4.9.	Análisis crítico .....	36
4.10.	Reflexión sobre la experiencia profesional .....	37
5.	Conclusiones y Recomendaciones .....	38
5.1.	Conclusiones .....	38
5.2.	Recomendaciones .....	39
6.	Bibliografía.....	40
7.	Anexos .....	41
7.1.	Informe Turnitin.....	41
7.2.	Constancias y certificados de trabajo.....	42
7.3.	Fotografías de actividades realizadas (si aplica).....	46
7.4.	Certificados de capacitación adicional, si los tuvieras. ....	48

## Índice de figuras

Figura 1	Organigrama de la empresa Hayex Technology	14
Figura 2	Mapa de la ubicación de la empresa Hayex Technology	15
Figura 3	Correo de invitación para la Jornada Nacional ISP Chile 2024	18
Figura 4	Correo de coordinación de ponencia para la 3ra Jornada Nacional ISP	19
Figura 5	Correo de envío de material gráfico actualizado para la Jornada Nacional ISP	20
Figura 6	Correo de envío de banners y backing para la Jornada Nacional ISP	21
Figura 7	Correo de envío para los patrocinadores para la Jornada Nacional ISP	23
Figura 8	Foto de la 3era Jornada Nacional ISP CHILE 2024	24
Figura 9	Banner publicitario de la 3era Jornada Nacional ISP CHILE 2024	29
Figura 10	Correo de invitación para los patrocinadores de la 3era Jornada Nacional ISP	30
Figura 11	Aspectos generales técnicos	31
Figura 12	Preferencia de lugar para la siguiente jornada	31
Figura 13	Opinión sobre los temas expuestos	31
Figura 14	Tema más interesante según los participantes	32
Figura 15	Opiniones y comentarios de los participantes	32

## Índice de tablas

Tabla 1	Presupuesto general de la Jornada Nacional ISP Chile 2024	25
Tabla 2	Relación de proveedores y montos abonados	26
Tabla 3	Pagos de entradas por participantes	27
Tabla 4	Indicadores de éxito de la Jornada ISP Chile 2024	34

## Índice de Anexos

Anexo 1	Reporte de similitud en Turnitin	41
Anexo 2	Registro de impacto y resultados	42
Anexo 3	Certificado de trabajo de Hayex Technology	43
Anexo 4	Constancia de trabajo de Gruas Sagitario	45
Anexo 5	Foto en el evento de la 3ra Jornada Nacional de ISP Chile 2024	46
Anexo 6	Foto en el banner de la 3era Jornada Nacional ISP Chile 2024	47
Anexo 7	Certificado del curso Plan de Medios Digitales	48

## RESUMEN

El presente trabajo de suficiencia profesional expone la aplicación de estrategias de marketing e innovación en la gestión de eventos desarrollada en la empresa Hayex Technology. El objetivo principal fue evidenciar la integración de herramientas de marketing estratégico y comunicación digital para optimizar la organización de la Jornada Nacional ISP 2024 en Chile. Bajo un enfoque práctico-descriptivo, se aplicaron conocimientos de planificación, control presupuestal y branding institucional. Los resultados demostraron un incremento del 50% en la participación del público y una mejora del 96% en la satisfacción general de los asistentes. Se concluye que la gestión innovadora de eventos, basada en estrategias de marketing integradas, genera valor institucional y fortalece el posicionamiento de la empresa en el sector tecnológico.

**Palabras claves:** marketing estratégico, innovación en eventos, comunicación digital, branding institucional, posicionamiento institucional.

## ABSTRACT

The present professional sufficiency work presents the application of marketing and innovation strategies in event management developed at Hayex Technology. The main objective was to demonstrate the integration of strategic marketing tools and digital communication to optimize the organization of the ISP National Conference 2024 in Chile. Using a practical-descriptive approach, knowledge of planning, budget control, and institutional branding was applied. The results showed a 50% increase in audience participation and a 96% improvement in overall satisfaction. It is concluded that innovative event management, based on integrated marketing strategies, generates institutional value and strengthens the company's positioning in the technology sector.

**Keywords:** strategic marketing, innovation in events, digital communication, institutional branding, institutional positioning.

## 1. Introducción

### 1.1. Objetivo general

Evidenciar la aplicación de marketing e innovación en la gestión profesional de eventos, demostrando la integración de estrategias que generen valor para la empresa y el público.

### 1.2. Justificación

La presente investigación destaca la importancia de aplicar una gestión innovadora en la organización de eventos como una estrategia clave dentro del marketing moderno. En la actualidad, los eventos representan una herramienta valiosa para fortalecer la relación entre marcas y consumidores, priorizando la creación de experiencias significativas por encima de la venta directa. Según Zarotis (2021), el marketing de eventos busca generar un impacto vivencial en el público, colocando al consumidor en el centro de la experiencia y convirtiéndolo en el eje de la comunicación de valor.

Por otro lado, Orefice (2018) sostiene que el diseño de eventos ha evolucionado de ser una actividad centrada únicamente en la resolución de problemas a convertirse en un proceso creativo que contribuye directamente a la generación de valor. En este proceso, los participantes asumen un rol activo, siendo parte de la co-creación de la experiencia.

Por consiguiente, esta investigación refuerza la necesidad de integrar la innovación y el marketing en la planificación y gestión de eventos, considerando el diseño y la vivencia del público como elementos diferenciadores que generan valor agregado. De esta forma, el trabajo permite aplicar los conocimientos adquiridos en la especialidad de Marketing e Innovación, fortaleciendo habilidades analíticas, estratégicas y creativas vinculadas al ámbito empresarial.

Asimismo, las fuentes bibliográficas utilizadas en este trabajo cumplen un rol esencial para sustentar la propuesta, ya que fundamentan teóricamente las decisiones tomadas durante la gestión del evento. Autores como Zarotis (2021) y Orefice (2018) aportan conceptos clave sobre el marketing experiencial, el diseño creativo de eventos y el rol del consumidor como eje de valor; ideas que guiaron la planificación estratégica aplicada en la Jornada ISP Chile 2024. Estas fuentes no solo proporcionaron el marco conceptual para comprender la importancia de la experiencia del usuario, sino que también orientaron la selección de contenidos, el enfoque comunicacional y las estrategias de innovación incorporadas.

### 1.3. Metodología

El presente trabajo se desarrolla bajo un enfoque práctico-descriptivo, basado en la experiencia profesional dentro del ámbito de la organización de eventos. Se emplea el análisis documental para sustentar teóricamente los conceptos de marketing e innovación, complementado con la implementación de estrategias y propuestas aplicadas en el desarrollo de eventos reales.

Este enfoque permite evidenciar la aplicación de los conocimientos adquiridos en la especialidad de Marketing e Innovación, destacando su relevancia en la gestión eficiente y creativa de eventos.

## 2. Contexto Institucional

### 2.1. Antecedentes de la institución

Empresa:

Hayex Technology

Misión:

Brindar soluciones integrales en redes y comunicaciones, ofreciendo tecnología de vanguardia y un servicio especializado que contribuya al crecimiento y éxito de nuestros clientes.

Visión:

Ser la empresa líder en telecomunicaciones reconocida a nivel nacional por la innovación, calidad y compromiso en cada proyecto tecnológico que desarrollamos.

Objetivos institucionales:

- Garantizar la satisfacción de nuestros clientes mediante soluciones tecnológicas eficientes y personalizadas.
- Mantener un equipo altamente capacitado y comprometido con la mejora continua.
- Promover la innovación y adaptación tecnológica en todos nuestros servicios.
- Fortalecer alianzas estratégicas que impulsen el crecimiento sostenible de la empresa.

Actividad principal:

Brindar soluciones integrales en redes y comunicaciones.

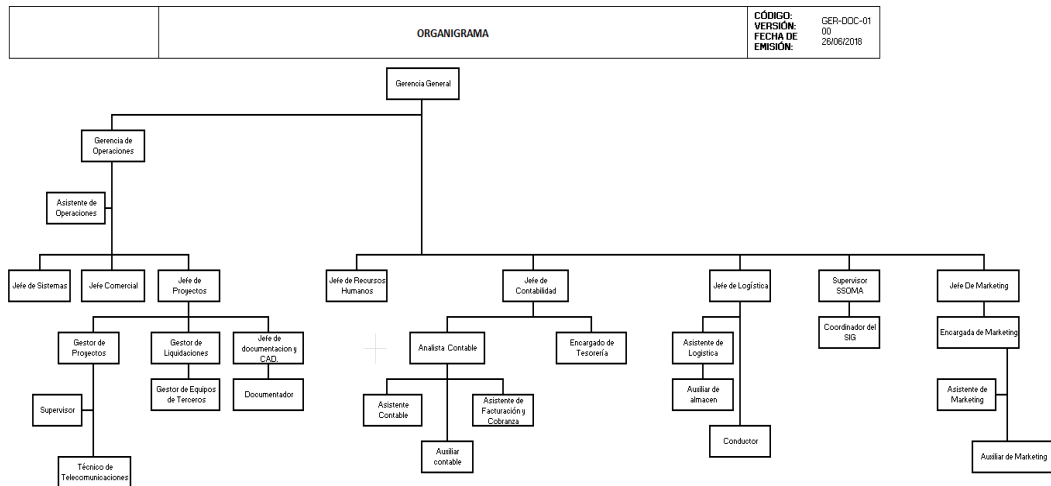
Giro de negocio:

Servicios y tecnología en telecomunicaciones.

## 2.2. Estructura organizativa

**Figura 1**

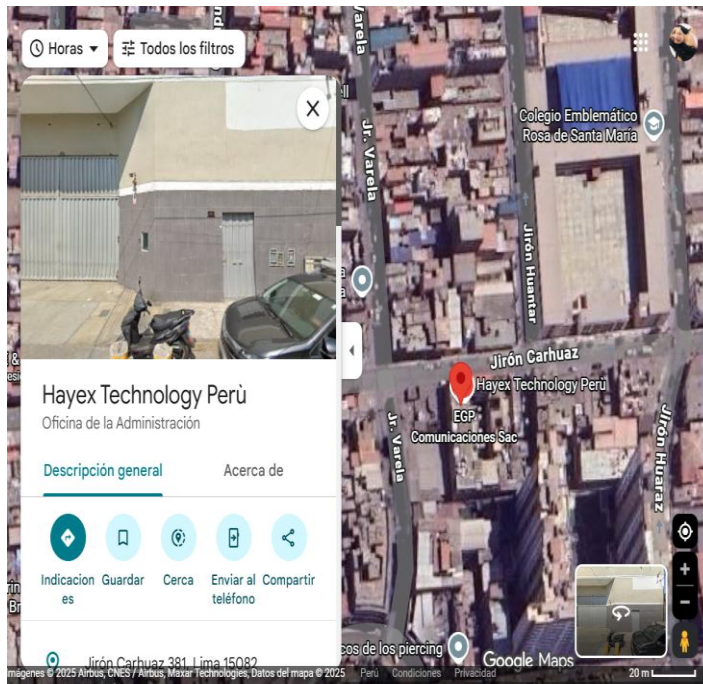
*Organigrama de la empresa Hayex Technology*



Fuente: Documento interno

**Figura 2**

*Mapa de la ubicación de la empresa Hayex Technology*



Fuente: Google Maps

Dirección:

Jr. Carhuaz 381, Breña - Lima

### 3. Descripción de las Funciones Profesionales

#### 3.1. Cargo ocupado

Encargada de Marketing:

La posición tiene como objetivo principal planificar, organizar, dirigir y controlar la ejecución de talleres nacionales e internacionales desarrollados en Perú, Bolivia, Colombia, Ecuador y Chile, asegurando su correcta gestión operativa, logística y estratégica.

### 3.1.1. Funciones y responsabilidades

- Planificar, organizar, dirigir y control los talleres nacionales e internacionales que se susciten en Chile.
- Realizar seguimiento, coordinaciones y control de la agenda del día de Chile.
- Apoyar en la dirección de eventos, imagen institucional, suscripción de convenios y coordinaciones con identidades o patrocinadores de Chile.
- Revisar y realizar el presupuesto anual y el centro de costos del evento de Chile.

### 3.2. Logros alcanzados

Resultados:

La gestión innovadora aplicada en la Jornada Nacional ISP 2024 en Chile permitió fortalecer la presencia institucional de Hayex Technology y posicionarla como referente en el sector tecnológico. La integración de estrategias de marketing digital, búsqueda de patrocinadores y alianzas estratégicas optimizó la difusión y financiamiento del evento.

Asimismo, la coordinación eficiente de proveedores, local, catering y asistentes aseguró una ejecución organizada y coherente con los objetivos de marca. Estas acciones evidenciaron una mejora en el alcance, satisfacción de los participantes y retorno de valor, demostrando el impacto positivo de una gestión de eventos basada en estrategias de marketing integradas.

Aportes específicos:

Implementé estrategias que optimizaron la organización de eventos internacionales, fortaleciendo la presencia institucional en cada país. Mejoré la gestión presupuestal y el control de costos, logrando una mayor eficiencia financiera. Además, impulsé la visibilidad de la marca a través de alianzas estratégicas y acciones de marketing que aumentaron el alcance y posicionamiento de la empresa.

#### **4. Resultados y Evidencias de la Aplicación Profesional**

##### 4.1. Implementación práctica

###### **Fase 1: Definición inicial y toma de decisiones**

Problemática observada:

La empresa no contaba con un cronograma maestro estandarizado, lo que dificultaba la visualización de tiempos y riesgos al momento de seleccionar fechas y planificar actividades.

Acciones desarrolladas:

1. Se realizó una reunión con la Gerencia para definir el lugar, la fecha y los objetivos del evento.
2. Se verificó que la fecha seleccionada no coincidiera con otros eventos del sector.
3. Se efectuó una determinación preliminar de las necesidades logísticas y operativas.

## Fase 2: Coordinación con patrocinadores

Problemática observada:

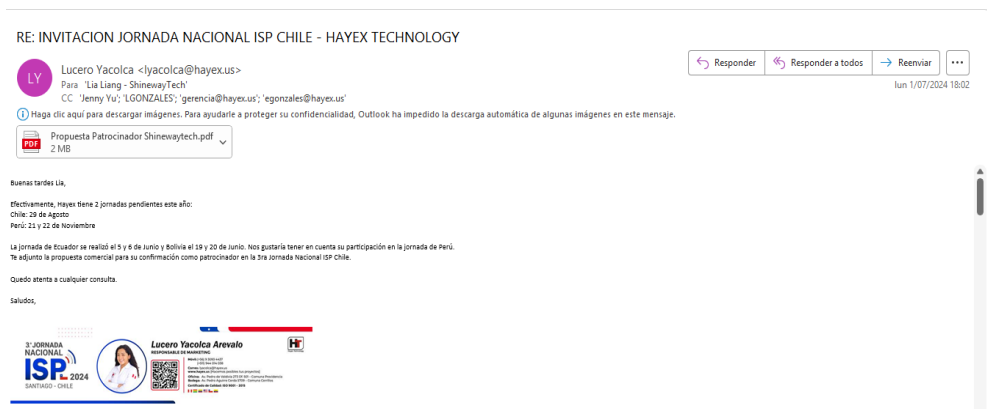
No existía un modelo formal de categorización de patrocinadores, lo que generaba variaciones en los montos, beneficios y niveles de presencia de marca.

Acciones desarrolladas:

1. Se identificaron marcas estratégicas con potencial de participación como patrocinadores.
2. Se realizaron solicitudes y negociaciones de montos según categorías, considerando el reconocimiento de cada marca y el nivel de difusión esperado.
3. Se coordinó con los patrocinadores la definición de expositores y su participación comercial dentro del evento.

### Figura 3

#### Correo de invitación para la Jornada Nacional ISP Chile 2024



Fuente: Captura de pantalla del correo institucional

### Fase 3: Definición de contenidos y línea temática

Problemática observada:

Faltaba una guía estructurada para el desarrollo de contenidos y mensajes, lo que requería múltiples revisiones y afectaba la velocidad de la producción comunicacional.

Acciones desarrolladas:

1. Se coordinó con el área de TI y Telecomunicaciones la definición de temas actualizados y de interés para el público objetivo.
2. Se entregaron lineamientos temáticos a patrocinadores y expositores con el fin de garantizar la pertinencia y relevancia técnica de las presentaciones.
3. Se solicitaron videos promocionales a expositores e influencers para reforzar la difusión del evento en redes sociales.

#### Figura 4

##### Correo de coordinación de ponencia para la 3ra Jornada Nacional ISP



Fuente: Captura de pantalla del correo institucional

#### Fase 4: Estrategia de difusión y comunicaciones

Problemática observada:

No se contaba con un calendario editorial integrado, lo que dificultaba el control visual de las publicaciones y su impacto.

Acciones desarrolladas:

1. Se programaron las publicaciones en redes sociales de acuerdo con las etapas del evento y los objetivos de comunicación.
2. Se ajustó el calendario de difusión para evitar coincidencias con campañas o eventos similares de otras marcas.
3. Se supervisó el cumplimiento del cronograma de publicaciones para garantizar coherencia y continuidad en la comunicación institucional.

#### Figura 5

*Correo de envío de material gráfico actualizado para la Jornada Nacional ISP*



Fuente: Captura de pantalla del correo institucional

## Fase 5: Logística y producción del evento

Problemática observada:

La gestión logística dependía de aprobaciones individuales y carecía de un protocolo estandarizado, lo que incrementaba los tiempos de respuesta y la carga operativa del equipo.

Acciones desarrolladas:

1. Se coordinó la impresión de banners, piezas de branding, decoración y ambientación del espacio del evento.
2. Se realizaron solicitudes y pruebas de catering para garantizar la calidad del servicio y la satisfacción de los asistentes.
3. Se validaron y aprobaron las piezas finales, el montaje y la participación de los proveedores involucrados.

Figura 6

Correo de envío de banners y backing para la Jornada Nacional ISP



Fuente: Captura de pantalla del correo institucional

### **Fase 6: Reorganización presupuestal**

Problemática observada:

No se contaba con un modelo previo de costeo del evento, lo que dificultaba el control financiero y la evaluación económica final.

Acciones desarrolladas:

1. Se realizó una revisión completa de los costos asociados a la planificación y ejecución del evento.
2. Se reordenaron los gastos por centros de costos para optimizar el control contable y facilitar la rendición financiera.
3. Se efectuaron ajustes presupuestales orientados a garantizar un retorno de inversión (ROI) favorable.

### **Fase 7: Ejecución**

Problemática observada:

La empresa no contaba con un manual de montaje ni con un protocolo operativo, lo que generaba improvisaciones durante la distribución de espacios y la coordinación de tiempos.

Acciones desarrolladas:

1. Se gestionó la recepción de los patrocinadores un día antes del evento para la instalación de stands y la correcta ubicación de sus productos.
2. El día del evento, se coordinó la llegada de los patrocinadores con una hora de anticipación a fin de realizar los ajustes finales de montaje y presentación.

## Figura 7

### Correo de envío para los patrocinadores para la Jornada Nacional ISP



Fuente: Captura de pantalla del correo institucional

## Fase 8: Plan operativo del día del evento

Problemática observada:

La empresa no contaba con un manual operativo para el evento, lo cual generaba dependencia de decisiones inmediatas y aumentaba la carga de coordinación en tiempo real.

Acciones desarrolladas:

1. Se elaboró un plan de organización detallado que incluyó horarios, responsables, secuencia de actividades y puntos de control.
2. Se definieron lineamientos y protocolos operativos orientados a prevenir imprevistos, garantizar coherencia en la atención a los patrocinadores y mantener la fluidez en el desarrollo del programa.
3. Se realizó una supervisión directa del montaje, ingreso de asistentes, registro, ubicación de stands y soporte a expositores.

## Fase 9: Cierre del evento, seguimiento y reporte

Problemática observada:

Anteriormente no se realizaba un cierre documentado del evento, lo que dificultaba el aprendizaje organizacional, la trazabilidad de decisiones y la planificación de futuras ediciones con base en evidencia.

Acciones desarrolladas:

1. Al finalizar el evento, se efectuó el registro consolidado de asistentes y la verificación de la participación efectiva.
2. Se envió a los patrocinadores la lista oficial de participantes al día siguiente, acompañada de un mensaje de agradecimiento y métricas preliminares, reforzando la transparencia y la confianza en la relación comercial.
3. Se presentó ante la Gerencia General un informe de balance que incluyó:
  - Evaluación de resultados.
  - Cumplimiento de objetivos operativos y comerciales.
  - Análisis de costo-beneficio.
  - Identificación de oportunidades de mejora.

**Figura 8**

*Foto de la 3era Jornada Nacional ISP CHILE 2024*



Fuente: Elaboración propia

#### 4.2. Elaboración de presupuestos y control financiero

Apliqué los conocimientos de gestión financiera y control de costos para elaborar el presupuesto general del evento, identificando centros de costos, optimizando recursos y asegurando una ejecución eficiente sin exceder los márgenes establecidos.

**Tabla 1**

*Presupuesto general de la Jornada Nacional ISP Chile 2024*

ACTUALIZADO 30/09					
Proyección (350 ASISTENTES)					
T.C (20/09/2023)					
828.74		19%			
CONDICIONES:	PRECIO PESO CHILE	IVA 19%	CANTIDA(Q)	MONTO CHILE	MONTO USD
GASTOS:					
ALQUILER DE SALÓN					
ALQUILER DE SALÓN AMSTERDAN	CLP 600,000.00	CLP 114,000.00	1	CLP 714,000.00	USD 861.55
MONTAJE SILLAS Y MESAS		CLP 0.00	120	CLP 0.00	USD 0.00
FOYER COCKTAIL	CLP 0.00	CLP 0.00		CLP 0.00	USD 0.00
PACK AV (1 TELÓN, 1 PROYECTOR, AMPLIFICADOR, 2 MICROFONOS)	CLP 300,000.00	CLP 57,000.00	1	CLP 357,000.00	USD 430.77
COFFE BREAK DE BIENVENIDA: SWEET COFFEE	CLP 8,100.00	CLP 1,539.00	120	CLP 1,156,680.00	USD 1,395.71

COFFE MEDIA MAÑANA	CLP 6,900.00	CLP 1,311.00	120	CLP 985,320.00	USD 1,188.94
COFFEE 2- MEDIA TARDE	CLP 6,900.00	CLP 1,311.00	120	CLP 985,320.00	USD 1,188.94
COFFE MEDIA MAÑANA- PARA LA TARDE	CLP 6,900.00	CLP 1,311.00	120	CLP 985,320.00	USD 1,188.94
AGUA MINERAL	CLP 0.00	CLP 0.00	120	CLP 0.00	USD 0.00
<b>ALMUERZO</b>					
PLATO DE FONDO Y OPCIÓN DE BEBIDA (A SELECCIÓN DE LA CARTA)	CLP 23,900.00	CLP 4,541.00	170	CLP 4,834,970.00	USD 5,834.12
entrada, fondo, postre bebida y cafe					
<b>BRINDIS</b>					
Vino (4pp)	CLP 14,900.00	CLP 2,831.00	30	CLP 531,930.00	USD 641.85
Cocktail de quesos	CLP 13,900.00	CLP 2,641.00	50	CLP 827,050.00	USD 997.96
			<b>TOTALES CON IVA</b>	<b>CLP 11,377,590.00</b>	<b>USD 13,728.78</b>
			<b>TOTALES SIN IVA</b>	<b>-CLP 9,215,847.90</b>	<b>USD 11,120.31</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 2**

*Relación de proveedores y montos abonados*

<b><u>CAMBIUN NETWORKS</u></b>		
<b><u>PATROCINADORES PLATINIUM- INTERNACIONALES</u></b>		
DELTA ELTEK*		USD 0.00
JONARD TOOLS		USD 0.00
ZTE*		USD 2,500.00
YOFC*		USD 2,500.00
INTERNEXA*		USD 4,000.00
UFINET*		USD 5,000.00
PIT CHILE		USD 3,000.00
CAMBIUN NETWORKS		USD 1,000.00
BRAINNS		USD 1,000.00
SUBTEL		USD 0.00
	<b>TOTAL</b>	<b>USD 19,000.00</b>
<b><u>PATROCINADORES GOLD</u></b>		
COGENET		USD 0.00
T LINK		USD 2,000.00
GRENKE®LEASING FINANCIERO		USD 0.00

TELXIUS		USD 0.00
GRANDWAY		USD 0.00
SISCOAX		USD 0.00
SISCONTI - SOFTWARE DE ECUADOR		USD 1,000.00
OZ MAP		USD 1,500.00
KOMSHINE		USD 0.00
NEXTWARE		USD 0.00
KHOMAX		USD 0.00
IPTP NETWORKS		USD 0.00
DENTONS		USD 0.00
GRUPO TELEVISA		USD 1,000.00
SGD GROUP		USD 1,500.00
SILICA NETWORKS		USD 2,000.00
SPARKLE CHILE SPA		USD 0.00
SKYLINE		USD 1,200.00
EWTN		USD 1,500.00
<b>DWC</b>		<b>USD 0.00</b>
EDGEUNO		USD 1,500.00
TP LINK		USD 1,500.00
METROWAN		USD 1,600.00
OSC CONSULTING		USD 0.00
LANLIC		USD 0.00
TICASHOP		USD 0.00
BEQUANT		USD 0.00
FINISAR		USD 0.00
SHINEWAYTECH		USD 1,000.00
HABLA IP		USD 0.00
RED CENTRAL		USD 1,500.00
TREKTELL		USD 500.00
APPLUS		USD 500.00
	<b>TOTAL</b>	<b>USD 19,800.00</b>
<b>TOTAL INGRESOS DE PROVEEDORES</b>		<b>USD 38,800.00</b>

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 3**

*Pagos de entradas por participantes*

<b>PAGO DE ENTRADAS</b>		
<b>MONTO REGULAR</b>		

PASE REGULAR	\$25,000	<b>USD 30.17</b>
PASE SOCIOS APPIT	\$0	<b>USD 0.00</b>
<b>TOTAL INGRESOS CLIENTES</b>		<b>USD 30.17</b>
		<b>USD 38,830.17</b>
	TOTAL GASTOS	<b>USD 19,788.92</b>
	DIFERENCIA	<b>USD 19,041.25</b>

Fuente: Elaboración propia

#### 4.3. Diseño e implementación de estrategias de marketing digital

Utilicé herramientas y técnicas de marketing digital y comunicación estratégica para diseñar campañas en redes sociales, gestionar la difusión del evento y

aumentar el alcance de la marca a nivel internacional.

Figura 9

Banner publicitario de la 3era Jornada Nacional ISP CHILE 2024

3ª JORNADA NACIONAL  
**ISP** 2024  
SANTIAGO - CHILE

**29 AGOSTO**

¡TE ESPERAMOS!

**¡FALTAN POCOS DÍAS!**

**No olvides:**

- Llegar temprano, evita las colas.
- Presentar tu cédula.

ORGANIZA: 

INVITADOS ESPECIALES:

 COTEL

 Inacap

 SUBTEL

Fuente: Redes Sociales

#### 4.4. Gestión de alianzas y patrocinadores

Empleé conceptos de marketing relacional y negociación empresarial para establecer alianzas con patrocinadores y proveedores estratégicos, garantizando financiamiento, soporte técnico y presencia de marcas reconocidas en el evento.

## Figura 10

### Correo de invitación para los patrocinadores de la 3era Jornada Nacional ISP



Fuente: Captura de pantalla del correo Institucional

#### 4.5. Evaluación de resultados y generación de valor

Finalmente, implementé los conocimientos de evaluación de impacto y generación de valor para medir los resultados obtenidos, analizando indicadores de participación, satisfacción y posicionamiento de marca, que evidenciaron una gestión eficiente y un retorno de valor positivo.

**Figura 11**

*Aspectos generales técnicos*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 12**

*Preferencia de lugar para la siguiente jornada*



Fuente: Elaboración propia

**Figura 13**

*Opinión sobre los temas expuestos*



**Figura 14**

*Tema más interesante según los participantes*



**Figura 15**

*Opiniones y comentarios de los participantes*



## OPINIONES Y COMENTARIOS



### ORGANIZACIÓN DEL EVENTO

"Excelente jornada, interesante a nivel de productos y proyectos. Espero la siguiente sea con una base contundente como la de hoy".  
**Fernando Sandoval López**

"Muy buena reunión, excelentes contactos y oportunidades de negocios, felicitaciones".  
**Carlos Sanhueza**

"Excelente iniciativa como punto de encuentro para compartir información útil y oportunidades".  
**Baldomero Astudillo**

### SUGERENCIA REUNIONES EMPRESARIALES

"Me gusta el evento. Como sugerencia, habilitar un espacio de reunión para interactuar con otros mientras las charlas se realizan (algunos no entramos a las charlas, ya que preferimos hacer relaciones comerciales)".  
**Carlos Jara**

### SOBRE EL LUGAR

"Recomendaría que el evento se organizara en un lugar más amplio".  
**José Miguel Cardenas**

"Excelente evento, impecable organización. Recomendación para el próximo: espacio más grande".  
**Kengev Peña**

"El lugar fue muy pequeño para todos los participantes, sería ideal hacer sala para reuniones de negocio".  
**Sergio Iturra**

Fuente: Elaboración propia

#### 4.6. Indicadores de éxito o impacto

En la *Jornada ISP Chile 2024*, los resultados reflejaron un crecimiento sostenido y una alta satisfacción de los asistentes en comparación con la edición anterior. En 2023, el evento contó con 200 participantes pertenecientes al sector ISP, CATV, WISP y operadoras; mientras que en 2024 la cifra aumentó a más de 300 asistentes, evidenciando un incremento del 50% en la convocatoria.

Las encuestas realizadas mostraron un 96% de satisfacción general con los talleres y ponencias, y un 100% de aceptación de los temas expuestos, destacando el interés por la transformación tecnológica del sector. Asimismo, el 100% de los encuestados afirmó su intención de participar en la próxima edición 2025, lo que confirma la fidelización del público.

Los comentarios más frecuentes resaltaron la excelente organización, la calidad de los expositores y la oportunidad de generar contactos comerciales, posicionando al evento como un referente en el ámbito de las telecomunicaciones en Chile.

**Tabla 4**

*Indicadores de éxito de la Jornada ISP Chile 2024*

<b>Tipo de Indicador</b>	<b>Indicador</b>	<b>Resultado 2023</b>	<b>Resultado 2024</b>	<b>Variación / Impacto</b>	<b>Análisis Cualitativo</b>
<b>Cuantitativo</b>	Número de asistentes	200 participantes	300+ participantes	+50%	Mayor convocatoria gracias a estrategias de difusión y alianzas con marcas.
<b>Cuantitativo</b>	Expositores nacionales e internacionales	10+ expositores	12 expositores	+20%	Diversificación de temas técnicos y participación internacional.
<b>Cuantitativo</b>	Nivel de satisfacción general	94%	96%	+2%	Incremento en la calidad percibida del contenido y organización del evento.
<b>Cuantitativo</b>	Aceptación de los temas expuestos	100%	100%	—	Los contenidos fueron altamente relevantes y actualizados.
<b>Cuantitativo</b>	Intención de participar en la próxima edición	100%	100%	—	Fidelización completa del público asistente.
<b>Cualitativo</b>	Opiniones sobre la organización	“Excelente jornada” – “Impecable organización”	Comentarios positivos sobre calidad y networking	—	El público valoró la logística, el nivel de los ponentes y las oportunidades comerciales.
<b>Cualitativo</b>	Sugerencias de mejora	Espacios más amplios y zonas de networking	Se considerarán para la siguiente edición	—	Retroalimentación constructiva que orienta mejoras futuras.

Fuente: Elaboración propia

#### 4.7. Resultados cuantitativos y cualitativos obtenidos

**Conclusión:**

Los resultados demuestran un avance significativo en la gestión del evento, con mayor asistencia, satisfacción y posicionamiento. Las métricas evidencian una consolidación de la *Jornada ISP Chile* como un encuentro técnico-comercial de referencia en el sector de telecomunicaciones.

4.8. Comparación con situaciones anteriores (mejoras o eficiencia lograda)

En comparación con ediciones anteriores, la *Jornada ISP Chile 2024* presentó mejoras significativas tanto en la gestión organizativa como en el impacto alcanzado. Se logró un incremento del 50% en el número de asistentes, reflejando una mayor convocatoria y efectividad en las estrategias de marketing y alianzas comerciales.

Asimismo, se observó una mejor coordinación logística y comunicación interna, lo que permitió optimizar tiempos y recursos durante la ejecución del evento. La calidad de las ponencias y la participación de expositores internacionales fortalecieron el nivel técnico del programa, elevando la satisfacción general de los asistentes al 96%.

Estas mejoras consolidaron la eficiencia del proceso organizativo y posicionaron a la jornada como un referente regional en el sector de telecomunicaciones, demostrando un crecimiento sostenido y un fortalecimiento de la imagen institucional de la empresa.

#### 4.9. Análisis crítico

Durante la organización y ejecución de la Jornada ISP Chile 2024 se enfrentaron diversos desafíos relacionados principalmente con la coordinación internacional, la gestión logística y la optimización de recursos. La articulación entre equipos de distintos países requirió una comunicación constante y una planificación anticipada para garantizar la coherencia en cada etapa del evento.

Uno de los principales aprendizajes fue la importancia de fortalecer la gestión del tiempo y la delegación de responsabilidades, asegurando una respuesta más ágil ante imprevistos. Asimismo, se reafirmó el valor de la retroalimentación de los asistentes, cuyas sugerencias resultan fundamentales para la mejora continua.

Como oportunidades de mejora, se plantea ampliar los espacios físicos para facilitar el networking, incorporar herramientas digitales que optimicen la inscripción y seguimiento de participantes, y reforzar la presencia en medios y redes sociales para incrementar el alcance y posicionamiento de futuras ediciones.

En conjunto, la experiencia permitió consolidar competencias en planificación estratégica, liderazgo y comunicación efectiva, contribuyendo al crecimiento profesional y al fortalecimiento de la imagen institucional del evento.

#### 4.10. Reflexión sobre la experiencia profesional

La organización de la Jornada ISP Chile 2024 representó para mí una experiencia formativa de alto valor, al permitir trasladar los conceptos de marketing e innovación a un contexto real y retador. Durante el proceso enfrenté desafíos vinculados a la coordinación internacional, la gestión logística, la negociación con patrocinadores y el control presupuestal; aspectos que demandaron una planificación estratégica constante, comunicación efectiva y toma de decisiones en escenarios de presión.

Esta experiencia fortaleció mis competencias profesionales, especialmente en liderazgo, gestión del tiempo, resolución de problemas y diseño de experiencias centradas en el usuario. Asimismo, reafirmó la importancia del marketing como herramienta que genera valor y potencia la interacción entre la empresa y su público, demostrando el impacto tangible que una gestión innovadora puede tener en el posicionamiento institucional y en la satisfacción de los participantes.

En conjunto, este proceso contribuyó significativamente a mi desarrollo como futura profesional de Marketing e Innovación, reforzando mis capacidades para gestionar eventos de alto impacto y aplicando de manera integrada los conocimientos adquiridos en mi formación académica.

## 5. Conclusiones y Recomendaciones

### 5.1. Conclusiones

La experiencia profesional desarrollada en Hayex Technology permitió evidenciar la aplicación efectiva de los conocimientos adquiridos en la carrera, demostrando competencias en planificación, organización, dirección y control de eventos en Chile, con enfoque estratégico e innovador.

La Jornada Nacional ISP 2024 en Chile representó un caso exitoso de gestión integral, donde se logró consolidar la presencia institucional de la empresa y posicionarla como un referente en el sector tecnológico. La implementación de estrategias de marketing digital, gestión presupuestal y alianzas estratégicas generó un impacto positivo en la difusión, financiamiento y satisfacción de los participantes.

Entre los principales logros alcanzados destacan:

- La optimización de la gestión de eventos internacionales, asegurando eficiencia en los procesos logísticos y operativos.
- La mejora en la administración de presupuestos y control de costos, garantizando el uso responsable de los recursos.
- El fortalecimiento del posicionamiento de la marca mediante estrategias de comunicación coherentes con la identidad corporativa.
- La integración exitosa de estrategias de marketing y gestión de eventos, generando valor institucional y sostenibilidad a largo plazo.

## 5.2. Recomendaciones

A partir de la experiencia adquirida en la gestión de la Jornada Nacional ISP 2024 en Chile, se identifican diversas oportunidades de mejora que pueden fortalecer el desempeño profesional y optimizar la gestión de eventos a nivel institucional:

- **Implementar herramientas tecnológicas de gestión de eventos:**  
Incorporar plataformas digitales especializadas que faciliten la planificación, registro de asistentes, seguimiento de tareas y evaluación de resultados, permitiendo un control más eficiente de los procesos logísticos y comunicacionales.
- **Fortalecer la medición de indicadores de desempeño (KPIs):**  
Desarrollar métricas claras para evaluar el impacto de las estrategias de marketing, la satisfacción de los participantes y el retorno de inversión de los eventos, con el fin de tomar decisiones basadas en datos y mejorar continuamente los resultados.
- **Ampliar las estrategias de marketing digital y posicionamiento:**  
Potenciar la presencia en medios digitales mediante campañas segmentadas, marketing de contenidos y alianzas con medios especializados, fortaleciendo el alcance de la marca a nivel regional e internacional.
- **Promover la capacitación continua del equipo:**  
Fomentar programas de formación en marketing, innovación y gestión de eventos, para mantener al personal actualizado frente a las nuevas tendencias y herramientas del sector.

## 6. Bibliografía

Orefice, C. (2018). Designing for events: A new perspective on event design.

ResearchGate.

[https://www.researchgate.net/publication/322979268\\_Designing\\_for\\_events\\_-\\_a\\_new\\_perspective\\_on\\_event\\_design](https://www.researchgate.net/publication/322979268_Designing_for_events_-_a_new_perspective_on_event_design)

Zarotis, G. (2021). Event management and marketing in tourism. ResearchGate.

[https://www.researchgate.net/publication/351972699\\_Event\\_Management\\_and\\_Marketing\\_in\\_Tourism](https://www.researchgate.net/publication/351972699_Event_Management_and_Marketing_in_Tourism)

## 7. Anexos

### 7.1. Informe Turnitin

#### Anexo 1

##### Reporte de similitud en Turnitin

### LUCERO CELESTE YACOLCA AREVALO

#### TURNITIN.pdf

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

##### Detalles del documento

Identificador de la entrega  
trvaid::30163527131566

Fecha de entrega  
12 nov 2025, 8:30 p.m. GMT-5

Fecha de descarga  
20 ene 2026, 1:24 p.m. GMT-5

Nombre del archivo  
TURNITIN.pdf

Tamaño del archivo  
1.4 MB

29 páginas

4151 palabras

23.892 caracteres

turnitin Página 1 de 33 - Portada

Identificador de la entrega: trvaid::30163527131566

turnitin Página 2 de 33 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega: trvaid::30163527131566

### 14% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

#### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado

#### Fuentes principales

- 5% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 11% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

#### Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar coincidencias que permitan distinguir de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo. Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y lo revise.

Lucero Celeste  
Yacolca Arevalo (Autor)

Celes Alonso  
Espinoza Rúa (Asesor)

## 7.2. Registro de Impacto y Resultado

### Anexo 2

*Registro de impacto y resultados*

### **Registro de Impacto y Resultados**

**Tipo de documento:** Trabajo de Suficiencia Profesional

**Título del Trabajo de Investigación o Tesis:**

“Gestión innovadora de eventos: Integración de estrategias de marketing para la generación de valor en una empresa”

**Integrante:**

**1. Yacolca Arevalo Lucero Celeste**

**Asesor:** Espinoza Rúa, Celes Alonso

### **Impacto de la investigación**

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La presente investigación demostró que la aplicación de estrategias de marketing e innovación en la gestión de eventos contribuye a mejorar la planificación, organización y ejecución de las actividades empresariales. Asimismo, permitió optimizar el uso de recursos, fortalecer la comunicación con los públicos y potenciar el posicionamiento institucional de la empresa en el sector tecnológico. Además, los resultados obtenidos evidencian que la gestión innovadora de eventos genera valor para la organización y puede ser replicada en futuros proyectos, consolidando un modelo estratégico orientado a la mejora continua.

### **Resultado del proceso de investigación**

Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Los resultados del proceso de investigación demuestran que la aplicación de estrategias de marketing e innovación mejoró la gestión de la Jornada Nacional ISP 2024, optimizando la planificación, organización y ejecución del evento.

Asimismo, se evidenció un incremento en la participación de los asistentes, un alto nivel de satisfacción del público y un fortalecimiento del posicionamiento institucional de la empresa, confirmando la relevancia de integrar herramientas de marketing estratégico y comunicación digital en la gestión de eventos.

### 7.3. Constancias y certificados de trabajo

#### **Anexo 3**

*Certificado de trabajo de Hayex Technology*



**CERTIFICADO DE TRABAJO**

El que suscribe **LESLY ELIZABETH GONZALES CALDERON** Identificado con **DNI N° 72405950**, Gerente General de la Empresa **HAYEX TECHNOLOGY SAC** identificado con **RUC N° 20551028641** ubicado en el JR. CARHUAZ NRO. 381 Distrito de Breña, Provincia de Lima, Departamento de Lima, que suscribe el presente y doy constancia:

Que, **YACOLCA AREVALO LUCERO CELESTE** con **DNI N° 75928036** ha estado desempeñándose como, **ENCARGADA DE MARKETING** durante el periodo comprendido: **DEL 15 DE ABRIL DEL 2024 AL 31 DE OCTUBRE DEL 2024**

Por lo que expedimos el presente certificado ha pedido del interesado, para los fines legales que estime conveniente.

**BREÑA, 31 DE OCTUBRE DEL 2024**

  
\_\_\_\_\_  
LESLY ELIZABETH GONZALES CALDERON  
HAYEX TECHNOLOGY S.A.C.  
GERENTE GENERAL







**Anexo 4**

*Constancia de trabajo de Gruas Sagitario*



---

**CONSTANCIA DE TRABAJO**

Conste por el presente, que la Srta. **YACOLCA AREVALO LUCERO CELESTE** identificado con **DNI N° 75928036**, labora en nuestra empresa desde el **11 de Noviembre del 2024**, hasta el **10 de Agosto del 2025** desempeñándose en el Cargo de **ENCARGADA DE MARKETING**.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Lima, 10 de Agosto del 2025.

CONSORCIO LOGÍSTICO SAGITARIO S.A.C.  
RUC 20513790474



COORDINADOR DE RECURSOS HUMANOS  
DNI 75960381

---

Av. El Santuario N° 1120 – Urb. Zarate San Juan de Lurigancho - LIMA  
Teléfono N° 01-7572578 // Claro: 998108707 // 961552955 // Entel: 998305609  
<http://www.consorciosagitario.com/>

7.4. Fotografías de actividades realizadas (si aplica).

**Anexo 5**

*Foto en el evento de la 3ra Jornada Nacional de ISP Chile 2024*



Anexo 6

Foto en el banner de la 3era Jornada Nacional ISP Chile 2024



7.5. Certificados de capacitación adicional, si los tuvieras.

**Anexo 7**

*Certificado del curso Plan de Medios Digitales*



## Certificado

Otorgado a:  
YACOLCA AREVALO,  
LUCERO CELESTE

Por haber culminado satisfactoriamente el **CURSO:**

**Plan de Medios Digitales**

Desarrollado del 04 de AGOSTO al 01 de SEPTIEMBRE de 2025  
con un total de 24 horas cronológicas de clase  
Lima, septiembre de 2025

**Sergio Francisco Tafur Espinoza**  
Gerente de Gestión Académica

