

ÍNDICE

Capítulo I	
El Origen del Protocolo	23
1.1. El origen	25
1.2. La socialización y la jerarquización de las relaciones humanas	25
1.2.1. La socialización	25
1.2.2. La jerarquización	26
1.3. La importancia de los textos en la historia del protocolo ...	26
1.4. La controversia, ¿por qué no?	30
1.5. La utilidad del protocolo	33
Capítulo II	
Concepto de Protocolo	35
2.1. Definición de protocolo	37
2.2. Desmitifiquemos el protocolo	39
2.3. Clases de protocolo	41
2.4. Definiciones básicas	42
Capítulo III	
El Protocolo Empresarial: un Nuevo Concepto	47
3.1. El protocolo empresarial	49
Capítulo IV	
La Cortesía en la Empresa	53
4.1. Cortesía empresarial y cortesía social	55
4.2. “Normas sociales” <i>versus</i> “usos sociales”	55

4.3.	¿Cómo se recibe a una visita en el despacho?	56
4.4.	El saludo	60
4.4.1.	A la hora de saludar	60
4.4.2.	El beso social en la empresa	63
4.4.3.	El besamanos	63
4.5.	Las presentaciones	64
4.6.	Las tarjetas de visita	66
4.7.	Los tratamientos: el empleo del “tú” y del “usted”	66
4.8.	Todas somos “señoras”	67
4.9.	Las buenas maneras en los negocios	68
4.9.1.	Reglas de oro del comportamiento en el ámbito la- boral	69

Capítulo V

La Imagen Personal en el Ámbito Laboral 71

5.1.	La imagen personal	73
5.2.	Los cinco primeros minutos	74
5.3.	Las cualidades de la imagen personal	74
5.4.	Componentes de una buena imagen	75
5.5.	La imagen en el ámbito de los negocios	76
5.6.	La elegancia	76
5.7.	La mujer en el trabajo	78
5.7.1.	Recomendaciones para la mujer en el ámbito la- boral	80
5.7.2.	Factores que tendremos en cuenta a la hora de ele- gir nuestra vestimenta	81
5.7.3.	Consejos básicos sobre los colores	82
5.7.4.	Maquillaje	82
5.7.5.	Perfumes	84
5.7.6.	La etiqueta femenina	85
5.8.	El hombre: las ocasiones informales y el lugar de trabajo ..	86
5.8.1.	El traje masculino	88
5.8.2.	La etiqueta en el hombre	93

Capítulo VI

El Arte de Invitar	99
6.1. La restauración: origen e historia	101
6.2. Tipos de comedor y mesas	105
6.2.1. Tipos de mesa	106
6.2.2. Diseños estructurales de los comedores	107
6.3. Las precedencias y los sistemas de colocación de los invitados a la mesa	108
6.3.1. El sistema de las agujas del reloj	112
6.3.2. El sistema cartesiano	113
6.4. La colocación de las presidencias	114
6.4.1. El sistema francés	114
6.4.2. El sistema inglés	117
6.5. La prioridad de la derecha y la situación del invitado de honor	120
6.6. Cesión de las presidencias	120
6.6.1. Cesión de la primera presidencia, que corresponde al anfitrión	120
6.6.2. Cesión de la segunda presidencia, que corresponde a la anfitriona	121
6.7. El punto de honor	121
6.8. El invitado de honor	121
6.9. Otros tipos de mesas	122
6.10. Los protagonistas son los invitados	127
6.10.1. Recomendaciones	130
6.11. Técnicas para indicar a los comensales su colocación a la mesa: los meseros, los paneles y las tarjetas de plano individual	131
6.11.1. Para comidas de una o pocas mesas: los meseros	131
6.11.2. Para las grandes comidas (convenciones, banquetes...)	133
6.12. El anfitrión y los invitados	135
6.12.1. Si es usted el invitado	135
6.12.2. Si es usted el anfitrión	137
6.13. Los intérpretes	138

6.14. Los brindis	138
6.15. Los discursos en las comidas	140
6.16. El restaurante	141
6.16.1. Elementos clave de la atención al cliente durante su estancia en un establecimiento	141
6.16.2. Decálogo de la atención al cliente	141
6.16.3. Normas de comportamiento frente al cliente	143
6.17. Las buenas maneras a la mesa	146
6.18. El origen y la distribución de los elementos en la mesa	150
6.18.1. La lencería	150
6.18.2. La vajilla	153
6.18.3. La cubertería	154
6.18.4. La cristalería	159
6.18.5. El plato de pan	162
6.18.6. Colocación del <i>pétit-menage</i>	163
6.19. Decoración de la mesa	164
6.20. Normas para comenzar a servir	165
6.20.1. Prioridad en el servicio	166
6.20.2. Celebraciones especiales	166
6.21. Acceso y retirada de un bufé	167

Capítulo VII

Agasajo en los Negocios	169
--------------------------------------	------------

7.1. El <i>week-end</i>	171
7.1.1. Si es usted el anfitrión	171
7.1.2. Si es usted el invitado	175
7.2. Los regalos de empresa	176

Capítulo VIII

La Atención al Teléfono	179
--------------------------------------	------------

8.1. Introducción	181
8.2. Recomendaciones	183
8.3. Los “noes” de la atención al teléfono	184

8.4.	Las llamadas entre ejecutivos	185
8.4.1.	Cuando un ejecutivo quiere hablar con una persona de menor rango	185
8.4.2.	Cuando dos ejecutivos quieren hablar por teléfono a través de sus dos secretarias	185
8.4.3.	Cuando dos ejecutivos de igual rango quieren hablar a través de la línea	186
8.5.	El contestador automático	186
8.6.	Los teléfonos móviles	187

Capítulo IX

La Secretaria Eficaz y su Imagen	189	
9.1.	La imagen global de la secretaria	191
9.1.1.	Presencia física	191
9.1.2.	La voz	192
9.2.	El lenguaje corporal	193
9.2.1.	La posición del cuerpo. La postura	193
9.2.2.	La cara	194
9.3.	La atención al cliente	194
9.3.1.	La necesidad de disponer de una secretaria informada	194
9.3.2.	La necesidad de disponer de una secretaria motivada	195
9.4.	Atenciones que una secretaria ha de tener con los clientes	195
9.5.	Términos clave en la recepción de un cliente	197
9.6.	Temas que se deben evitar en el trabajo	198
9.7.	Reglas de oro de la secretaria perfecta	198
9.7.1.	Lo que usted nunca debe hacer	198
9.7.2.	Lo que sí debe hacer	199
9.7.3.	La agenda	200
9.7.4.	¿Cómo recibiremos al visitante?	200
9.7.5.	Las llamadas	201
9.7.6.	Finalización de la visita	201
9.7.7.	¿Qué debe hacer una secretaria si el jefe no llega?	201

9.8. Estilos de dirección	202
9.8.1. Eficaz y participativo	202
9.8.2. Autoritario	203
9.8.3. Paternalista	203
9.8.4. Liberal	203
9.8.5. Blando	203
9.8.6. “Tropa-ejecutivo”	204

Capítulo X

Claves para Dominar las Relaciones Interpersonales	205
---	------------

10.1. La inteligencia emocional en la empresa	207
10.2. La discreción	210
10.3. La asertividad	211

Capítulo XI

La Gestión Eficaz del Tiempo	213
---	------------

11.1. Gestión eficaz del tiempo	215
---------------------------------------	-----

Capítulo XII

Los Viajes de Negocios	217
-------------------------------------	------------

12.1. Preparación y planificación	219
12.2. Objetivos	221
12.3. Particularidades de otras culturas	223
12.3.1. Relaciones comerciales con extranjeros	223

Capítulo XIII

Las Reuniones de Trabajo y las Comidas de Empresa	233
--	------------

13.1. Las reuniones de trabajo	235
13.1.1. Desviaciones más comunes de las reuniones	235

13.1.2. Planteamientos previos a una reunión	236
13.1.3. Motivos que justifican las reuniones	237
13.1.4. Planificación de una reunión	237
13.1.5. Posibles distribuciones de la sala	238
13.2. Trabajar solo o en equipo	242
13.3. Las comidas de empresa	245
13.3.1. Desayuno de trabajo	246
13.3.2. <i>Coffe-break</i>	247
13.3.3. <i>Brunch</i>	247
13.3.4. Almuerzo de trabajo	247
13.3.5. <i>Snak</i> o tentempié	249
13.3.6. Cena con pareja	249

Capítulo XIV

La Redacción de una Carta: Normas Generales 251

14.1. La correspondencia comercial y empresarial	253
14.1.1. ¿Cómo se dirige la correspondencia?	257
14.1.2. La revisión estilística	259

Capítulo XV

Organización y Planificación de Actos 261

15.1. Elementos fundamentales de los actos públicos	263
15.1.1. La planificación	264
15.1.2. Estructuración	264
15.1.3. Documentación del acto	265
15.1.4. Recursos humanos	265
15.1.5. Medios materiales	265
15.1.6. Recursos económicos	266
15.1.7. Datos que han de barajarse para poder empezar a desarrollar un proyecto	266
15.2. Ejecución del proyecto de un evento	275
15.3. La documentación de un acto	276

15.4. Con respecto a los medios de comunicación	278
15.4.1. Tareas del Departamento de Protocolo con respecto a los medios	278
15.5. La seguridad	279
15.5.1. Escoltas en los vehículos	279
15.5.2. Caravana de seguridad	280
15.6. Clasificación de los actos	282
15.6.1. Actos públicos oficiales	282
15.6.2. Actos públicos no oficiales	285
15.6.3. Actos privados	286
15.7. Presidencias y precedencias en un acto público	287
15.7.1. La presidencia de un acto	287
15.7.2. Las precedencias en un acto	288
15.8. Colocación de personalidades en vehículos	289

Capítulo XVI

La Organización de Actos en la Empresa	293
16.1. Planificación del acto público	295
16.2. Competencias del Departamento de Protocolo en cuanto a la organización de actos en la empresa	295
16.3. Preparación, desarrollo y evaluación de los actos promovidos por la empresa	297
16.3.1. La información sobre la realización de un evento ..	297
16.3.2. Lista de invitados y asistentes	298
16.3.3. Elección del marco para la celebración	299
16.3.4. Protocolo	299
16.3.5. Documentación	300
16.3.6. Medios materiales	301
16.3.7. Agradecimientos	301
16.4. Organización de actos	301
16.4.1. La visita guiada	301
16.4.2. Exhibiciones comerciales o ferias	303
16.4.3. Inauguraciones y colocaciones de primera piedra ..	305
16.4.4. Las juntas de accionistas	307

16.5. Los congresos	308
16.5.1. Preparación del congreso	311
16.5.2. Desarrollo del congreso	313
16.5.3. Clausura	315
16.5.4. Trabajos posteriores	317

Capítulo XVII

Protocolo Oficial Español	319
--	------------

17.1. Generalidades	321
17.2. La Casa Real española	321
17.2.1. Carácter, sucesión y proclamación	321
17.2.2. Atribuciones que corresponden al Rey	323
17.2.3. El Rey como mando supremo de las Fuerzas Armadas (art. 62 de la Constitución)	324
17.2.4. Distinción entre Familia Real y Familia del Rey	324
17.2.5. Tratamientos de la Familia Real	325
17.2.6. La Casa del Rey	328
17.2.7. El saludo	331
17.2.8. Precedencias	331
17.2.9. La indumentaria real	332
17.2.10. Relaciones con los particulares: audiencias, solicitudes o peticiones	332
17.3. La estructura del Estado español	334
17.3.1. Introducción	334
17.3.2. Antecedentes de la Constitución de 1978	335
17.3.3. Estructura de la Constitución	336
17.3.4. La estructura política del Estado español	337
17.4. Los símbolos del Estado	340
17.4.1. El escudo nacional	340
17.4.2. El himno nacional	342
17.4.3. La bandera nacional	345
17.4.4. Colocación de las banderas: precedencias y ubicación	346
17.4.5. Disposición de las banderas	349

17.5. Protocolo dentro de la Comunidad Autónoma	355
17.5.1. El Estado de las Autonomías	355
17.5.2. Precedencias de las Comunidades Autónomas	358
17.6. Las competencias autonómicas	369
17.6.1. Organización institucional	370
17.6.2. Tratamientos en las Comunidades Autónomas	371
17.6.3. Heráldica autonómica	371
17.6.4. Prelación de las autoridades de una Comunidad Autónoma en actos a los que no asisten autoridades de la Administración del Estado	371
17.7. Tratamientos honoríficos	373
17.7.1. Rey, Familia Real, Casa del Rey	373
17.7.2. Jefes de Estado no coronados	373
17.7.3. Excelentísimo Señor / Excelentísima Señora	374
17.7.4. Ilustrísimo Señor / Ilustrísima Señora	377
17.7.5. Señoría	378
17.7.6. Administración local	378
17.7.7. Fuerzas Armadas	379
17.7.8. Carrera Diplomática	380
17.7.9. Iglesia Católica	381
17.8. Anexo: Real Decreto 2099/1983, de 4 de agosto, por el que se aprueba el Ordenamiento General de Precedencias en el Estado	382

Capítulo XVIII

La Identidad Corporativa en la Empresa	397
18.1. La Dirección de Comunicación	399
18.2. Identidad corporativa	399
18.3. Imagen corporativa	402
18.3.1. El nombre	402
18.3.2. El logotipo	405
18.3.3. Los símbolos	406
18.3.4. Los colores corporativos	406
18.3.5. Culturemas	407

18.3.6. La arquitectura corporativa	408
18.3.7. Datos objetivos	410
18.4. La estrategia	411

Capítulo XIX

Los Códigos de Empresa 413

19.1. Códigos de empresa	415
19.2. Las formas de expresarse	415
19.2.1. Lenguaje oral	415
19.2.2. Lenguaje escrito	416
19.3. Celebraciones	416
19.4. Usos en el vestir	416
19.4.1. Con respecto a los hombres	416
19.4.2. En el caso de las mujeres	418

Capítulo XX

El Protocolo dentro del Organigrama Empresarial 419

20.1. El organigrama empresarial	421
20.2. La ubicación de las relaciones públicas, el protocolo y los gabinetes de prensa dentro del organigrama empresarial ..	421
20.3. Campos en los que actuará el protocolo dentro de la empresa	424

Capítulo XXI

La Comunicación Empresarial 425

21.1. Política de comunicación integral	427
21.2. Comunicación interna	428
21.2.1. Comunicación descendente	429
21.2.2. Comunicación ascendente	430
21.2.3. Comunicación horizontal o lateral	430

21.3. Comunicación externa	432
21.3.1. Gabinetes de Relaciones Públicas y Protocolo	433
21.3.2. Gabinetes de Prensa	433
21.3.3. Gabinetes externos de comunicación	444

Capítulo XXII

La Formación Comunicacional de los Directivos 445

22.1. Función directiva y necesidades de comunicación de la empresa	447
22.2. El comportamiento ante los medios de comunicación	448
22.3. Recomendaciones para intervenir ante una audiencia	450
22.4. ¿Cómo hablar en público? La comunicación oral	453
22.4.1. Esquema de una intervención en público	454
22.4.2. La oratoria	456
22.5. Normas generales para la comunicación hablada y escrita	459
22.5.1. Evitemos “las tres tentaciones”	461
22.6. Debate y negociación	462
22.6.1. Características que debe reunir un buen negociador	462
22.6.2. Fases de la negociación	463
22.6.3. El protocolo en la negociación	471

Capítulo XXIII

La Comunicación no Verbal 475

23.1. Introducción	477
23.2. Características de la comunicación no verbal	478
23.3. La Quinesia	478
23.3.1. La influencia de la cultura	479
23.3.2. Gestos que delatan a los mentirosos	481
23.3.3. Los gestos de las manos	481
23.3.4. Los gestos de los brazos y piernas	482
23.3.5. La mirada	483

23.3.6. Saludos y galanteos	484
23.3.7. El mensaje del cuerpo	484
23.4. La Paralingüística	485
23.4.1. Volumen	485
23.4.2. Tono	485
23.4.3. Entonación	486
23.4.4. Velocidad	486
23.4.5. Fluidez	486
23.5. La Proxemia	487
23.6. Los movimientos corporales en una reunión de trabajo	488
Bibliografía	491