



Ana María Aceituno Alcalá
 Experta en Comunicación y
 Protocolo Empresarial
 Anathenea –Formación y
 Consultoría para la
 Inteligencia–
www.anathenea.com

Protocolo empresarial: algo más que las formas

Concebir el protocolo desde la perspectiva oficial o diplomática, o como aspectos formales en un almuerzo o la etiqueta para asistir a un evento social, supone observar sólo la punta del iceberg y desaprovechar las ventajas que el protocolo aporta a las organizaciones.

El protocolo es algo más que formas y constituye una herramienta muy eficaz al servicio de la estrategia empresarial. Contribuye, al igual que la comunicación, a la gestión de los activos intangibles para incrementar la reputación corporativa ante sus públicos. Integrar el protocolo a la empresa desde esta perspectiva permitirá a las entidades alcanzar unas mayores cotas de liderazgo en sus respectivos sectores.

Las relaciones personales y profesionales así como las formas protocolarias con que se establecen son condicionantes esenciales para mejorar la comunicación, las relaciones comerciales y, por tanto, la productividad en el ámbito empresarial.

La imagen de la empresa y sus directivos en los actos públicos, además de las relaciones internas, tiene especial relevancia en la reputación corporativa. Con ello se otorga una mayor importancia a las funciones propias del protocolo en el mensaje, su planteamiento y puesta en escena acorde con los objetivos empresariales.

El protocolo empresarial es fundamental en las estrategias de marketing y comunicación, planificando su aportación y considerándolo también como elemento diferenciador y difusor de los valores corporativos.

A ello se une la importante labor que el protocolo desempeña como parte de la interacción de la empresa con la sociedad y sus instituciones..., contribuyendo a la política de responsabilidad social corporativa y a las relaciones de la empresa con los distintos públicos de interés.

Además, el protocolo comunica unas formas de entender la educación, la imagen personal y las costumbres, así como los eventos que se realizan en cualquier tipo de organización, en línea precisamente con el factor de valor diferencial de unas entidades respecto a otras.

Bastantes empresas son conscientes de la importancia del protocolo, pero no lo contemplan como "protocolo". Han incluido las funciones dentro del organigrama, aunque la denominación y ubicación del departamento no son homogéneas en todas ellas. Así, una empresa por muy buena que sea en su actividad comercial, si no cuenta con los profesionales que gestionen el protocolo eficazmente, no podrá transmitir una buena imagen y esto incidirá a corto o medio plazo en el prestigio de la misma y en los resultados comerciales.

Al igual que existe el Manual de Identidad Corporativa como procedimiento de calidad y sistematización del logotipo, se plantea el Manual Interno de Protocolo como elemento clave en la imagen corporativa de la compañía, reflejada no sólo por la actuación y repercusión mediática de sus principales directivos, sino por todos los empleados.

Desde el presidente, como máximo representante de la empresa en los actos, hasta las personas de recepción, las secretarías, los gestores de las relaciones comerciales, de recursos humanos, de atención al cliente, etc. deben conocer que su desempeño no es el de ellos mismos, sino que están proyectando una imagen de la empresa de la manera en cómo comunican y se relacionan con sus públicos respectivos.

Sólo algunas empresas españolas que están convencidas del papel relevante del protocolo, poseen este tipo de manual y lo utilizan en su práctica diaria, como es la atención de las visitas, las salas de espera y reunión, las negociaciones y relaciones comerciales.... Pero no debemos pensar que el protocolo es sólo una acción limitada a las empresas grandes, también algunas pymes lo consideran de sumo interés y lo están aplicando con excelentes resultados en el ámbito comercial.

El protocolo empresarial no sólo establece y jerarquiza las pautas en los actos y en las personas que intervienen, sino que supone una estrategia y un proceso integral de comunicación. El protocolo es algo más que las formas.

El protocolo empresarial es fundamental en las estrategias de marketing y comunicación, planificando su aportación y considerándolo también como elemento diferenciador y difusor de los valores corporativos