

<< Usuario Público >>



COACHING COMMUNICATION CONSEJERAS CONSULTING HUMAN RESOURCES MANAGEMENT MARKETING SPEAKERS



Ana Mª Aceituno

Licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid; Máster en Dirección de Marketing por la Universidad Politécnica de Madrid y Experta Universitaria en protocolo y Ceremonial por la Universiada Miguel Hernández de Elche.

Amplia experiencia en consultoría y formación de habilidades directivas, comunicación, protocolo, marketing y responsabilidad corporativa en prestigiosas Universidades y Escuela de Negocios y también en el ámbito empresarial y corporativo.

Participa como ponente experta en comunicación y protocolo en diferentes jornadas y eventos nacionales e internacionales.

Actualmente es vocal de la Junta Directiva de la Asociación Española de Protocolo, -AEP-, miembro de la Asociación de Directivos de Comunicación, -Dircom-, y de la red LIDERA de la Comunidad de Madrid.

*Entrevista: Octubre 2010
TopTen Communication Spain*

Título: El Protocolo empresarial

1.- Usted tiene una amplia formación por ser Licenciada en Ciencias de la Información, Master en Dirección de Marketing, y Experta Universitaria en Protocolo y Ceremonial. Si nos fijamos en su trayectoria profesional podemos ver como su actividad gira alrededor de la Comunicación, del Marketing y del Protocolo.

¿Nos indica por qué le apasiona el Protocolo?

A lo largo de mi trayectoria he ido integrando todas aquellas herramientas que sumaban a los objetivos de la comunicación y del marketing corporativos. Sin darme cuenta, estaba utilizando la organización de eventos y el protocolo como acciones englobadas en la estrategia de comunicación y de relaciones institucionales de las compañías para las que he trabajado y estoy asesorando.

Al entrar en contacto con otros ámbitos del protocolo, como es el oficial, es cuando tomo conciencia del protocolo en sí y de todo lo que estaba suponiendo como modo de relación de las empresas con sus públicos.

Me apasiona el protocolo como un aspecto relacional de la comunicación entre personas y entre entidades, no sólo como la formalidad en sí del procedimiento, de los cargos, de la estética final. Por supuesto, estos últimos aspectos influyen en la comunicación y la imagen final que los públicos percibirán de los eventos, sean éstos del tipo que sean, pero el fondo esencial, en mi opinión, se encuentra en la relación entre personas. Eso es lo realmente motivador y lo que debe guiar la actuación profesional en este campo.

2.- Entendemos que el Protocolo empresarial es el “código” que rige todos los encuentros que un hombre o mujer de negocios pueden tener durante el desempeño de sus funciones laborales.

¿Nos dice cuáles son las reglas básicas que cada directivo/a debería de incluir entre sus conocimientos?

Ante todo, la educación, el respeto a los demás y las normas básicas de cortesía entre personas. Es algo que no sólo los directivos y las directivas deben conocer, toda persona que trabaja en una empresa o en cualquier entidad debe conocerlas.

Por diferentes razones, se ha caído en una falta generalizada de respeto a los demás. Por ejemplo: la impuntualidad o la escasa atención que se presta en las reuniones con el uso indiscriminado del móvil o de Twitter hace que se proyecte una imagen poco educada del cargo, en primer lugar, y de la persona que lo ocupa, en definitiva.

Si el protocolo contribuye a generar un ambiente adecuado de buenas relaciones, éstas no se limitan sólo a las que se establecen en unos determinados puestos directivos, sino que afectan a todos los empleados. Esta labor de transmitir el protocolo en la organización también corresponde a los principales cargos de la misma.

3.- No es lo mismo Protocolo que Diplomacia, ¿Nos indica que diferencia hay entre un término y el otro? ¿La Diplomacia “se nutre” del Protocolo?

Sí diplomacia y protocolo, en sentido estricto, son términos distintos, aunque están muy relacionados.

Cuando nos referimos a la Diplomacia, estamos hablando de la política exterior de los Estados, que se conoce como la ciencia de las relaciones de las naciones entre sí.

El Protocolo es el conjunto de normas, usos, costumbres y técnicas para organizar los actos y establecer un ordenamiento a las personas y a los símbolos, que se aplica en distintos ámbitos (oficial, diplomático, castrense, empresarial, religioso, universitario, etc.).

La Diplomacia abarca un amplio espectro de acciones para alcanzar sus objetivos mientras que el Protocolo es una de las herramientas que facilitan esta actuación. Permite generar ámbitos de relación bajo condiciones aceptadas por cada uno de los sujetos del derecho internacional.

Además, cuando se emplea el término “diplomacia” en sentido amplio, nos referimos a la habilidad en el trato para conseguir lo que uno se ha propuesto. Por este motivo, se suele equiparar la diplomacia al protocolo, en cuanto a la valoración del respeto mutuo y la aplicación de normas de cortesía para establecer unas relaciones bajo un determinado marco de actuación.

4.- He leído que una base fundamental tanto para el Protocolo Empresarial como en cualquier otro tipo de Protocolo, es la Prudencia.

¿Está usted de acuerdo?

Por supuesto, la prudencia es una cualidad esencial en la esfera personal y en la empresarial, no sólo en el ámbito del protocolo. Entiendo la prudencia como la capacidad de discernir entre opciones más o menos adecuadas para la obtención de un fin y con unas pautas de moderación y buen juicio o sentido común.

Precisamente, la buena educación, el respeto y la cortesía de nada servirían sin ese principio esencial de prudencia ante las personas y las situaciones con las que tenemos que tratar y convivir.

No olvidemos que el protocolo relaciona personas que se comunican entre sí y esta comunicación se producirá en mejores condiciones si el ambiente es el adecuado.

5.- ¿No cree que si cualquier trabajador, directivo, o miembro de una organización, tuviera conocimientos de Protocolo Empresarial, mejoraría su productividad, se relacionaría mejor con clientes, compañeros, jefes y subordinados?

Por supuesto, su pregunta se relaciona con todo lo anterior. Estoy firmemente convencida de que las relaciones y las formas protocolarias con que éstas se establecen son condicionantes esenciales para mejorar la comunicación, -tanto interna como externa-, las relaciones comerciales y, en consecuencia, la productividad en el ámbito empresarial.

6.- ¿Nos puede decir cómo convencer a las organizaciones de que el Protocolo Empresarial es fundamental en una estrategia de Marketing y además pilar en un proceso global de comunicación?

Entendiendo el Protocolo Empresarial como un elemento que contribuye a la reputación corporativa, a la imagen y al prestigio de la organización, sobre todo en los tiempos actuales de crisis.

Planificando el protocolo como una herramienta adicional de marketing y comunicación, es decir, prestando atención al mensaje que se pretende comunicar; al planteamiento y la forma de comunicar y a la puesta en escena de este objetivo empresarial.

Considerándolo, además, como un elemento diferenciador y difusor de los valores corporativos.

Por último para no extenderme demasiado, aunque habría muchos más argumentos, incorporando el protocolo como parte de la interacción de la empresa con la sociedad y sus instituciones políticas, sociales, culturales, etc, en definitiva, contribuyendo a la política de responsabilidad social corporativa.

7.- Afirmaba usted en una conferencia ofrecida en el Círculo Italiano de Buenos Aires, que, al igual que existe en las empresas un Manual de Identidad Corporativa como procedimiento de Calidad y Sistematización de Logotipo, el Manual Interno de Protocolo tiene especial relevancia como elemento fundamental en la imagen de la compañía reflejada en todos los empleados. ¿Por qué cree en la necesidad de contemplar este manual en las organizaciones?

Contar con un Manual Interno de Protocolo resulta esencial para establecer las pautas básicas de imagen que la compañía transmite de forma homogénea a través de las actuaciones de todos sus empleados.

Desde el Presidente, como máximo representante de la misma en los actos públicos, hasta las personas que atienden la recepción, los gestores de las relaciones comerciales, los responsables de recursos humanos, los servicios 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 cómo se relacionan con sus públicos respectivos.

¿En España cree usted que hay empresas que hacen uso de este manual?

Sólo algunas empresas españolas que están convencidas de este concepto tan relevante del protocolo y de la comunicación poseen este tipo de Manual. No es una acción limitada a las empresas de un tamaño grande, también algunas pymes lo han considerado de sumo interés para su actividad.

*¿Existe una diferencia cultural a este respecto entre España y otros países? Nos indica brevemente la situación mundial en cuanto a Protocolo...
¿Existen países que hacen amplio uso del protocolo y otros no?*

Las empresas, como organizaciones que son, reflejan la idiosincrasia y los rasgos culturales de la sociedad a la que pertenecen. Si nos detenemos a analizar el escenario internacional, podemos comprobar que hay Estados cuyas organizaciones observan costumbres más formales y otros donde las relaciones se establecen con cierta informalidad. El tipo de organización política adoptada, sus antecedentes históricos y religiosos, son factores que configuran un contexto socio-cultural determinado y condicionan a sus integrantes. España tiene una tradición protocolaria que la caracteriza y distingue a nivel internacional. Pero también países como Francia, Portugal, Gran Bretaña, Brasil, México, entre otros, utilizan el protocolo de una manera muy elaborada en sus relaciones sociales, políticas y empresariales, en definitiva.

En la actuación de las empresas podría decirse que, en general, el protocolo está presente, aunque en muchas de ellas no se lo identifique como tal.

Conforme las empresas crecen y se expanden, aparece la necesidad de consolidar su identidad y proyectar una imagen apropiada, por lo que la protocolización de la empresa surge naturalmente.

Otro condicionante que lleva a las empresas a recurrir a las herramientas del protocolo es la incursión en el comercio internacional, donde la necesidad de interrelacionarse de manera exitosa con sus interlocutores impone conocer esas pautas. De lo contrario, puede existir el riesgo de fracasar en la negociación.

8.- A veces se tiene la sensación de que el Protocolo está "pasado de moda", que los ceremoniales, la oratoria, son conceptos que ya no pertenecen a la realidad cotidiana. ¿Cree usted que las personas son conscientes de que en cualquier ámbito de la vida cotidiana es necesario respetar unas reglas, una forma de comportarse hacia los demás, unos roles?... En el fondo, esto también es Protocolo, ¿no?

El protocolo, en todos sus ámbitos, debe adaptarse a la evolución de la sociedad, de las costumbres y de los usos culturales que en la misma se producen. En pleno siglo XXI no podemos guiarnos por pautas propias del siglo XIX. Si así lo hacemos, efectivamente, podemos tener la sensación, muy acertada, de que el protocolo es un concepto anticuado y de nula aplicación en la vida diaria.

La perspectiva a la que usted se refiere es la del llamado protocolo social basado en el sentido común y en las normas esenciales de respeto, educación y cortesía hacia los demás independientemente del ámbito en el que nos movamos.

En este sentido, entender el protocolo desde las reglas básicas del respeto mutuo y la educación es algo que todos comprendemos y valoramos, por supuesto.